

**Estudio de factibilidad para creación de una finca prestadora de servicios de turismo rural
y alternativos en el corregimiento de Santa Bárbara en el año 2022**

Idalmin Yunalin Sánchez Solarte

Universidad CESMAG
Facultad de las Ciencias Administrativas y Contables
Programa de Administración de Empresas
San Juan de Pasto
2023

**Estudio de factibilidad para creación de una finca prestadora de servicios de turismo rural
y alternativos en el corregimiento de Santa Bárbara en el año 2022**

Idalmin Yunalin Sánchez Solarte

Proyecto de trabajo de grado presentado como estudio de facilidad como requisito para optar por
el título de Administrador de Empresas

Asesor

Mg. Armando Paz Yaqueno

Universidad CESMAG

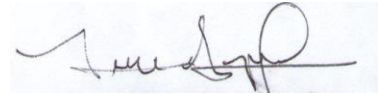
Facultad de las Ciencias Administrativas y Contables

Programa de Administración de Empresas

San Juan de Pasto

2023

NOTA DE ACEPTACIÓN



Firma del director

Firma del Jurado

Firma del Jurado

San Juan de Pasto, 3 de marzo de 2023

NOTA DE EXCLUSIÓN

“El pensamiento que se expresa en esta obra es de exclusiva responsabilidad de sus autores y no compromete la ideología de la Universidad CESMAG”.

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo primeramente a Dios por estar presente en todo mi proceso académico, por ser mi guía, mi fuerza y sustento para afrontar los tropiezos que se presentaron y que pudieron ser superados.

A JAIR y AMPARO mis padres, VINCENT mi hijo, PATRICK el padre de mi hijo, e IRENE la abuela paterna, por ser los pilares fundamental en todos mis proyectos, por ser mi fortaleza y mis ganas de salir adelante, por que, gracias a ellos, que son mi ejemplo a seguir, hoy he encaminado mi vida correctamente, gracias por estar siempre para mí, gracias por siempre recalcar en mi la importancia de la familia y el trabajo duro, y sé que este es el principio de grandes sueños que cumpliré.

Agradezco a la UNIVERSIDAD CESMAG y a todos y cada uno de sus colaboradores, por instruirme en este camino y aportar en la consecución de este logro, gracias por su guía, y su apoyo en este proceso investigativo.

Idalmin Yunalin Sánchez Solarte

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradezco a Dios por permitirme culminar una etapa más en mi vida, igualmente a mis padres, hermanos, familiares y amigos que de una u otra manera estuvieron presentes durante este proceso.

A mi hijo VINCENT, porque a pesar de su corta edad él ha sido comprensible con la situación durante todos estos años, por lo que, es la persona a quien mas le debo el estar aquí y por quien voy a seguir esforzándome en la vida para que también cumpla sus sueños.

A PATRICK e IRENE, porque este sueño culminado no hubiese sido posible sin su ayuda, su apoyo y comprensión incondicional, a ellos les debo tanto que no me alcanzara la vida para devolverles todo lo que hicieron por mí.

A mis maestros ANITA, ORLANDO, GUILLERMO, ALEXANDRA y todos los que me acompañaron en mi camino estudiantil, de cada uno de ellos me llevo una gran enseñanza, a mi asesor ARMANDO PAZ, mis jurados JAVIER BASTIDAS y LUIS EDUARDO BENAVIDES, por su paciencia y colaboración, por siempre creer en mí y en mis proyectos y por enseñarme que todo lo que nos proponamos lo podremos lograr.

A la UNIVERSIDAD CESMAG por permitirnos ser parte de los procesos de formación educativa y humana que permitieron llegar a este momento y cumplir esta meta.

A mis compañeros y amigos que estuvieron presentes durante el transcurso de mi carrera y mi proceso que espero en un futuro volverlos a encontrar convertidos en cada uno de los sueños que alguna vez nos expresamos mediante palabras llenas de anhelos que con seguridad cumpliremos en un futuro no muy lejano.

Idalmin Yunalin Sánchez Solarte

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	21
1. Marco general de la investigación	23
1.1 Tema de investigación.....	23
1.2 Línea de investigación.....	23
1.3 Planteamiento del problema	23
1.3.1 Descripción del problema	23
1.3.2 Formulación del problema	28
1.4 Objetivos	28
1.4.1 Objetivos General.....	28
1.4.2 Objetivos Específicos.....	28
1.5 Justificación.....	28
2. Marco referencial.....	31
2.1 Antecedentes	31
3. Metodología.....	34
3.1 Plan de actividades	34
3.2 Población y Muestra.....	34
3.2.1 Población.....	35
3.2.2 Muestra.....	36
3.3 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	37
3.3.1 Primarias	37
3.3.2 Secundarias	37
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información.....	38
4. Estudio de Mercado	40
4.1 investigación de Mercados	40
4.1.1 Análisis e interpretación de la información	40
4.1.1.1 Encuestas dirigidas a las familias de la ciudad de Pasto	40
4.1.1.1 Entrevista realizadas a empresas de la competencia	56
4.2 Análisis Sectorial.....	62
4.3 Caracterización del Producto (Bienes o Servicios)	75
4.4 Análisis de la Demanda.....	77

4.4.1	<i>Caracterización de la Demanda</i>	78
4.4.2	<i>Área de Mercado</i>	79
4.4.3	<i>Cuantificación de la Demanda</i>	80
4.5	Análisis de la Oferta.....	82
4.5.1	<i>Cuantificación de la oferta</i>	83
4.6	Análisis de Precios	85
4.7	Canales de Distribución	85
4.8	Determinación del mercado insatisfecho	87
5.	Estudio Técnico	89
5.1	Tamaño del Proyecto.....	89
5.2	Localización del Proyecto	90
5.2.1	<i>Macro Localización</i>	90
5.2.2	<i>Micro Localización</i>	93
5.3	Ingeniería del Proyecto	97
5.3.1	<i>Infraestructura</i>	97
5.3.2	<i>Ficha tecnica del servicio</i>	100
5.3.3	<i>Flujograma de procesos productivos</i>	105
5.3.4	<i>Necesidades y Requerimientos</i>	112
5.4	Descripción del mercado de Proveedores	117
6.	Estudio Organizacional.....	119
6.1	Organigrama.....	119
6.1.1	<i>Plataforma Estrategica</i>	120
6.2	Perfil de cargos y funciones	121
6.3	Reglamentos	132
6.3.1	<i>Reglamento Interno del Trabajo</i>	132
6.3.2	<i>Reglamento de higiene y seguridad industrial</i>	138
6.4	Aspectos legales y de constitución de la empresa.....	139
6.4.1	<i>Aspectos Legales</i>	140
6.4.2	<i>Constitución de la empresa</i>	141
7.	Estudio Financiero	145
7.1	Presupuesto de inversion inicial inversion fija, diferida y en capital de trabajo	145
7.1.1	<i>Inversión Fija</i>	145

7.1.2 Inversión Diferida.....	¡Error! Marcador no definido.
7.1.3 Capital de Trabajo.....	148
7.2 Estructura de costos y gastos de operación	149
7.3 Ingresos proyectados	155
7.4 Balance general inicial del proyecto	166
741.1 Balance general proyectado	168
7.5 Punto de Equilibrio.....	170
7.6 Estado de resultados proyectado	172
7.7 Flujo de Inversión.....	173
7.8 Flujo de Producción	174
7.9 Flujo de Caja	175
8. Evaluación Financiera.....	177
8.1 Costo de Capital	177
8.2 Criterios de rentabilidad financiera	179
9. Identificación de las posibles incidencias de tipo económico, social y ambiental	182
9.1 Incidencias Economicas	182
9.2 Incidencias Sociales	184
9.3 Incidencias Ambientales	185
Conclusiones.....	187
Recomendaciones	189
Referencias.....	191
Anexos	195

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Plan de Actividades a desarrollar durante el proceso de investigación	34
Tabla 2. Cantidad de familias por estratos-2015 a 2022 proyectadas	36
Tabla 3. Fórmula de Muestra	36
Tabla 4. Calculo para determinar cantidad de encuestas por estrato	37
Tabla 5. Entrevista realizada a la competencia, con las respuestas unificadas y analizadas	56
Tabla 6. Demanda total del mercado	81
Tabla 7. Proyección de la demanda total del mercado	82
Tabla 8. Cantidad de visitantes de la competencia	83
Tabla 9. Proyección oferta	84
Tabla 10. Demanda Insatisfecha servicio de recreación	87
Tabla 11. Capacidad Instalada del proyecto	89
Tabla 12. Matriz de Macro localización	91
Tabla 13. Matriz de Micro localización	95
Tabla 14. Ficha técnica del servicio recreativo en Finca Experience	99
Tabla 15. Necesidades de personal directo	111
Tabla 16. Necesidades de personal indirecto	112
Tabla 17. Requerimientos de maquinaria y equipos	112
Tabla 18. Requerimientos de muebles y enseres	113
Tabla 19. Requerimientos de equipos de oficina	113
Tabla 20. Requerimientos de otros equipamientos	114
Tabla 21. Requerimientos de terrenos	114
Tabla 22. Adecuaciones	115
Tabla 23. Construcciones	115
Tabla 24. Requerimientos de semovientes	115
Tabla 25. Mercado de proveedores	116
Tabla 26. Manual de Funciones y Competencias del Contador	119
Tabla 27. Manual de Funciones y Competencias del Administrador	121
Tabla 28. Manual de Funciones y Competencias del Jefe de Operaciones	123
Tabla 29. Manual de Funciones y Competencias del Mayordomo	124
Tabla 30. Manual de Funciones y Competencias del Auxiliar del Mayordomo	125
Tabla 31. Manual de Funciones y Competencias del Aseador (a)	126
Tabla 32. Manual de Funciones y Competencias del Auxiliar de Aseo	127

Tabla 33. Manual de Funciones y Competencias del Operador del Servicio	128
Tabla 34. Manual de Funciones y Competencias del Auxiliar de Operadores del Servicio	129
Tabla 35. Reglamento Interno de Trabajo	131
Tabla 36. Reglamento de higiene y seguridad industrial.....	137
Tabla 37. Aspectos legales	139
Tabla 38. Constitución de la empresa por sociedad de acciones simplificadas	142
Tabla 39. Activos fijos	144
Tabla 40. Semovientes	146
Tabla 41. Inversiones diferidas	146
Tabla 42. Capital de trabajo	147
Tabla 43. Total de inversión	147
Tabla 44. Mano de obra directa	149
Tabla 45. Proyección mano de obra directa.....	151
Tabla 46. Costos indirectos de la prestación del servicio.....	152
Tabla 47. Proyección de costos indirectos para la prestación del servicio.....	152
Tabla 48. Nomina Administrativa	153
Tabla 49. Proyección de Nomina Administrativa.....	154
Tabla 50. Gastos implementos de oficina.....	155
Tabla 51. Proyección de Gastos implementos de oficina.....	156
Tabla 52. Otros Gastos	156
Tabla 53. Proyección de Otros Gastos	157
Tabla 54. Depreciación.....	158
Tabla 55. Amortización	160
Tabla 56. Consolidado Costos y Gastos de Operación proyectados	161
Tabla 57. Precio de venta por entrada	163
Tabla 58. Ingresos proyectados por la prestación del servicio	164
Tabla 59. Otros ingresos proyectados	164
Tabla 60. Balance general Inicial	165
Tabla 61. Balance general proyectado.....	167
Tabla 62. Cálculo de punto de equilibrio año 1	169
Tabla 63. Estado de resultados proyectado.....	171
Tabla 64. Flujo de inversión	172
Tabla 65. Flujo de producción	173
Tabla 66. Flujo de neto de caja.....	174

Tabla 67. Costo de capital.....	176
Tabla 68. Criterios de rentabilidad financiera	179
Tabla 69. Matriz de riesgo económico	181
Tabla 70. Clasificación de incidencias ambientales y su medida de minimización	184

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Genero de los consumidores potenciales.....	40
Figura 2. Edad de los consumidores potenciales	411
Figura 3. Ocupación de los consumidores potenciales	42
Figura 4. Rango de ingresos de los consumidores potenciales.....	43
Figura 5. Cantidad Integrantes por familia	43
Figura 6. Frecuencia para salir por turismo	45
Figura 7. Motivaciones para salir por turismo.....	45
Figura 8. Dificultad para salir de paseo despues de pandemia	46
Figura 9. Conocimiento sobre sitios turísticos por los consumidores potenciales	47
Figura 10. Frecuencia de visitas a sitios rurales de parte de los consumidores potenciales.....	48
Figura 11. Sitios frecuentados por los habitantes de Pasto.....	49
Figura 12. Preferencia hacia el turismo rural.....	49
Figura 13. Promedio de pago por entrada.....	50
Figura 14. Medios para obtener información.....	51
Figura 15. Cambios hacia el turismo despues de la pandemia	52
Figura 16. Disposición para visitar el proyecto	53
Figura 17. Frecuencia para visitar el proyecto Finca Experience.....	54
Figura 18. Precio a pagar por entrada por los consumidores potenciales	54
Figura 19. Servicios adicionales recomendados para el proyecto	55
Figura 20. Composición sectorial de PIB en Nariño 2020	63
Figura 21. Reactivación económica a la medida- Inclusión del Turismo.....	64
Figura 22. Visitantes Internos con destino Nariño años 2019-2020.....	72
Figura 23. Principales ciudades de origen 2020	73
Figura 24. Aceptación del proyecto por los consumidores potenciales.....	80
Figura 25. Medios de difusión	87
Figura 26. Ubicación geográfica del Municipio de Pasto en el Departamento de Nariño	90
Figura 27. Municipio de San Juan de Pasto	91
Figura 28. Ubicación geográfica corregimiento de Santa Bárbara/ Limites	93
Figura 29. Corregimiento de Sata Bárbara	94
Figura 30. Plano físico área administrativa	97
Figura 31. Plano Físico del Proyecto Finca Experince	98
Figura 32. Terreno de ubicación de pista de veleoarena.....	99

Figura 33. Ubicación administrativa y restaurante Finca Experience	99
Figura 34. Instalación de zonas infantil y deportiva proyecto Finca Experience	100
Figura 35. Flujograma del proceso de venta entradas en aplicación	106
Figura 36. Flujograma del proceso de entradas en Finca Experince	106
Figura 37. Flujograma del proceso de entradas vendidas online por página web	108
Figura 38. Flujograma del proceso alquiler de restaurante.....	109
Figura 39. Flujograma del proceso alquiler de pista de velleoarena.....	111
Figura 40. Organigrama Finca Experience	119
Figura 41. Punto de equilibrio	141
Figura 42. Costo de Capital (VPN-TIR%).....	178
Figura 43. Relación Costo Beneficio	178

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Formato de encuesta.....	195
anexo B. Formato de entrevista	196
anexo C. Modelo de documento privado de constitución de la sociedad	198

RESUMEN ANALÍTICO DE ESTUDIO

Código:

Programa Académico: Administración de Empresas

Fecha de elaboración del RAE: 6 de enero de 2023

Autor: Idalmin Yunalin Sánchez Solarte

Asesor: Armando Paz Yaqueno

Título:

Estudio de factibilidad para creación de una finca prestadora de servicios de turismo rural y alternativos en el corregimiento de Santa Bárbara en el año 2022.

Palabras clave:

Turismo rural, estudio de factibilidad, análisis del entorno, estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio económico, evaluación financiera, factibilidad.

Descripción:

Este es el trabajo de grado requerido para optar por el título profesional de Administrador de Empresas, presentado en la modalidad de informe final bajo el nombre de “Estudio de factibilidad para creación de una finca prestadora de servicios de turismo rural y alternativos en el corregimiento de Santa Bárbara en el año 2022”. El proyecto se creó como idea de negocio para aumentar la oferta de servicios turísticos en la ciudad de San Juan de Pasto ampliando para los consumidores las oportunidades conocer un lugar diferente a lo convencional recibiendo un servicio de calidad, aprovechando la reactivación del sector turístico y los recursos naturales con los que cuenta la zona rural de Santa Barbara, que le permita al sector crecer y sus habitantes conseguir otra fuente de ingresos diferentes al agro.

Contenido:

En la presente propuesta se busca incentivar el crecimiento del sector turístico e influir en el desarrollo económico y social de los habitantes de la zona rural donde se ubicará el emprendimiento, todo esto se logró mediante la elaboración del actual estudio de mercado que se compone de la siguiente manera:

La introducción donde se da una breve explicación del proyecto, la descripción del problema donde se identifican las problemáticas del sector, el planteamiento del problema que busca la mejor solución, los objetivos que permiten conocer la viabilidad del proyecto, la justificación para defender la idea de negocio, los antecedentes de trabajos o investigaciones previas que orienten a la realización del proyecto y se toma la población objeto de estudio para sacar la muestra de las personas a las cuales se les aplicara la encuesta que permitió obtener información para la elaboración de los estudios siguientes.

Con la aplicación de las encuestas a los posibles consumidores también se realizan entrevistas a quienes son la competencia del proyecto, esto con el fin de recolectar información para la elaboración del estudio de mercado, que permitió conocer el sector turístico en la actualidad, la oferta, la demanda, los canales de distribución y los precios de los servicios que tendrá el proyecto.

Al conocer el mercado al que se piensa dirigir el proyecto se procede al estudio técnico, donde se muestra la localización más idónea para la idea de negocio y la ubicación que como resultado de las matrices contempla que el lugar para la ejecución del proyecto es el corregimiento de Santa Barbara, la infraestructura necesaria para desarrollar las actividades, la ficha técnica del

servicio turístico, los flujogramas de procesos operativos de la empresa y las necesidades y requerimientos que necesitara la el proyecto para empezar a funcionar,

Después de tener conocer la infraestructura física de la empresa se procede con la elaboración de la cultura organizacional de la misma, como lo son la misión, visión, valores, organigrama, políticas internas y aspectos legales de constitución, lineamientos que regirán a los colaboradores de la empresa de FINCA EXPERIENCE.

Posterior al estudio organizacional viene la parte más importante, el estudio financiero, donde se determinara las inversiones iniciales del proyecto, los costos y gastos de operación, los ingresos proyectados a 5 años, el balance general, el punto de equilibrio que busca conocer cuántos servicios debe vender la empresa para su continuidad, el estado de resultados para saber los logros alcanzados durante cada periodo, los flujos de inversión, producción y caja que permitirán evaluar el proyecto y saber que tan rentable será.

Cuando se tienen los resultados financieros, se evalúa el proyecto mediante indicadores como: VPN, TIR y RBC, que permiten a inversores y accionistas formarse una opinión sobre cómo se está gestionando la empresa y cómo le va en el mercado.

Por último, se identifican las posibles incidencias del proyecto, como lo son; las económicas, sociales y ambientales, dado que, estos factores influirán de manera positiva o negativa en la sostenibilidad de la empresa a través del tiempo y como de ser negativo la empresa debe actuar para minimizar esas incidencias.

Metodología:

Para la elaboración del estudio de factibilidad, se realizaron instrumentos de recolección como las encuestas y entrevistas, para obtener información directa, actualizada y confiable para identificar la oferta, demanda, y el nivel de aceptación de los servicios turísticos, su requerimiento para el segmento, los atributos y características con los que debe contar servicio para cumplir con las expectativas del cliente.

INTRODUCCIÓN

En Colombia, el turismo es una actividad económica que continúa siendo uno de los motores más importantes del desarrollo del país y sobre todo de las regiones debido al impacto que ha causado por el constante crecimiento que ha venido presentando en los últimos años, brindándole oportunidades económicas y sociales para los habitantes de los departamentos que lo desarrollan, ya que, han sabido aprovechar las riquezas inmateriales con las que cuentan atrayendo miles de visitantes, donde es importante mencionar que las regiones con mayor proyección turística han contado con la ayuda del gobierno que invierte para que las mismas sean reconocidas como sitios de interés para demandar servicios turísticos. En el país, la desigualdad es un factor que se presenta constantemente y el turismo no es la excepción, pues, el gobierno ha invertido más esfuerzo económicos y promocionales en unos departamentos más que en otros, haciendo aún más difícil que para regiones como Nariño se pueda desarrollar todo el potencial turístico con el que cuenta. No solo el gobierno sino los mismos entes departamentales hacen que el sector en Nariño se encuentre estancado, limitando la oferta para los mismos nariñenses y visitantes que no tienen atractivos turísticos con los servicios deficientes.

Además, al afectado sector turístico de Nariño se le suma la actual crisis sanitaria mundial del covid 19 iniciada en marzo del 2020, donde el sector más golpeado por la imposición de las restricciones sanitarias fue el turismo, que obligo el cierre de diversas empresas turísticas del sector por falta de demanda, lo que aumento más las problemáticas sociales y económicas de los habitantes del departamento que se han quedado sin empleo, aunado a esto, una de las poblaciones más vulnerables a causa de la crisis son los campesinos que viven en las zonas rurales del departamento que durante la pandemia no lograban vender todo el producido y al no conocer otra forma de subsistir más que el agro no les queda más remedio que migrar a la ciudad. En el mismo

contexto, las zonas rurales del departamento de Nariño han vivido por años situaciones difíciles, pues, son territorios donde las disidencias de las guerrillas hacen su voluntad para plantar cultivos ilícitos, a esto hay que mencionar que no son todos los campesinos los que se dejan someter y trabajan el campo con la finalidad de subsistir, un claro ejemplo de esto son los habitantes de la zona rural de Santa Barbara a una hora de la ciudad de Pasto, que subsisten de las cosechas de papa y producción de leche, pero en los últimos años con los constantes paros y la crisis del covid 19 la zona ha venido presentando pérdidas de sus productos lo que tiene en una difícil situación al corregimiento.

Por lo anterior, se reanalizó un estudio de factibilidad donde se elaboró el estudio de mercado que permitió determinar la demanda, la oferta, los precios y canales de distribución, los requerimientos técnicos para la creación del proyecto, el estudio administrativo para la construcción de la cultura organizacional, el estudio financiero para la cuantificación del proyecto, la evaluación financiera mediante indicadores que midieron la rentabilidad y por último los impactos sociales, ambientales y económicos que tuvo el proyecto. Lo anterior, permitió determinar el éxito y viabilidad del proyecto en el corregimiento de Santa Bárbara, lugar elegido para la puesta en marcha ya que albergaba los atractivos naturales que fueron aprovechados para atraer la atención de visitantes originarios y externos del departamento, todo esto con el objetivo de aportar una solución que beneficio al consumidor con nuevas ofertas, a los habitantes con nuevas oportunidades de ingreso, a la zona rural brindándole reconocimiento y a los investigadores con la aplicación de conocimientos adquiridos que les sirvió para tener mayor confianza en el momento de crear una idea de negocio.

1. Marco general de la investigación

1.1 Tema de investigación

Estudio de Factibilidad

Título

Estudio de factibilidad para creación de una finca prestadora de servicios de turismo rural y alternativos en el corregimiento de Santa Bárbara en el año 2022.

1.2 Línea de investigación

GESTIÓN Y COMPETITIVIDAD

La línea de investigación va orientada a evaluar el mercado de los productos y servicios, definir estrategias que permitan una mayor cobertura facilitando a los productores o vendedores su presencia en el mercado. Por otra parte, formular y evaluar proyectos de inversión, de economía solidaria, de crecimiento y desarrollo regional que permitan aplicarlos conocimientos que los investigadores poseen, dando respuesta a los problemas identificados en los planes de desarrollo nacional, departamentales y municipales.

1.3 Planteamiento del problema

1.3.1 Descripción del problema

En Colombia el gobierno ha señalado al turismo como una herramienta clave para el crecimiento por su alta rentabilidad, adoptando una política dirigida a poner mayor énfasis en la oferta turística y a incrementar los recursos para la promoción del país, promoviendo el turismo

en departamentos con altos índices de demanda como Antioquia, Costa Caribe, Cundinamarca y el Quindío donde sus gobernantes y habitantes han sacado provecho de las riquezas turísticas con las que cuentan para posicionarlos como los lugares más concurridos del país. Por otro lado, existen otros departamentos con grandes potenciales como Nariño, que cuenta con diversas riquezas naturales, culturales y gastronómicas que son poco exploradas y aprovechadas posicionando al turismo entre las últimas actividades económicas de la cadena productiva de la región dada la poca oferta, que evidencia actualmente un estancamiento y retroceso que le impide explotar todas sus virtudes en materia turística.

El sector Turístico en Nariño, a pesar del abandono de los entes departamentales y las problemáticas sociales “el turismo estaba presentando cifras crecientes por la llegada de visitantes externos al departamento representado en una participación del 0,52% en 2020, que hasta la llegada de la pandemia la hizo descender hasta el 0,22% en 2021, mientras que, el turismo interno en Nariño para el 2019 era del 39,6% y en 2020 cayó en 12,7 %” (MINCIT, Perfiles económicos. 2021, p. 32,33). Lo que evidencia, el retroceso y estancamiento dado por la crisis generada por el covid 19 iniciada en marzo del 2020, golpeando fuertemente todas las empresas del sector y las actividades económicas que giran en torno al turismo, siendo afectadas de sobremanera por las restricciones obligatorias implantadas por el gobierno, para evitar los contagios, afectando al sector turístico en el mediano y largo plazo, que de no tomar acciones a tiempo para auxiliar al turismo la gran mayoría de empresas deberán cerrar dejando a miles de personas desempleadas desencadenando más problemáticas sociales para el departamento.

En el mismo contexto, la pandemia de 2020 y el paro Nacional de 2021 han afectado a los habitantes Nariñenses, sobre todo la zona rural, tal es el caso de los campesinos que, a pesar de que en su mayoría viven de “la actividad agropecuaria posicionada de tercera en la cadena

productiva, con un 35% de participación en el PIB interno, y 0,3% en exportaciones a nivel nacional al PIB nacional.” (DANE, 2020), estos no logran avanzar y generar nuevas ideas que produzcan ingresos para subsistir. Los campesinos no conocen más alternativas que el agro como medio de supervivencia, que, al día de hoy por falta de oportunidades y escasos recursos económicos, se encuentran migrando a la ciudad abandonando el campo, olvidando que es ahí, en la tierra que los vio nacer, llena de encantos naturales, culturales y gastronómicos donde se podrían generar miles de oportunidades para crear ideas de negocio como lo son los emprendimientos turísticos.

Dicho lo anterior, en el departamento hay zonas rurales con grandes problemáticas económicas y de desarrollo social, tal es el caso del corregimiento de Santa Bárbara a 27 kilómetros de la capital de San Juan de Pasto. Durante años, el corregimiento de Santa Barbara ha basado su economía en la agricultura, mayormente en la siembra de papa y producción de leche por lo que cuenta con una pequeña procesadora de lácteos que debe vender la leche a precios muy bajos a alguna multinacional, además, debido a los diferentes sucesos mencionados como los paros camioneros o armados sucedidos en 2021 deben detener toda la producción de los productos que ofrecen, y al no poder sacar sus productos estos deben ser arrojados al suelo en el caso de la leche y la papa vendida a precios que no alcanzan a cubrir los costos de producción.

Al mismo tiempo, mientras la economía del corregimiento es volátil los habitantes cuentan con poca escolaridad pues se dedican al campo desde muy jóvenes y no cuentan con vías adecuadas para el transporte, pues, durante años los entes departamentales de Nariño los tienen olvidados, por lo que, en reiteradas ocasiones han pedido a las alcaldías que necesitan mejorar el acceso al corregimiento, por eso, son pocos los transportistas que se aventuran a ir al ver la carretera en mal estado y poco señalizada, haciendo que los habitantes de la zona no valoren ideas nuevas de

emprendimientos en el sector. Según Don Rodrigo Carlosama habitante del sector, ya está aprobada la pavimentación del tramo principal de la vía que debió ejecutarse en 2021, pero afirma que el dinero destinado para la obra no está disponible por irregularidades que desconocen, por lo que, piden constantemente explicaciones a la alcaldía de Pasto mediante peticiones que no han tenido ninguna respuesta.

Entonces, para los campesinos del corregimiento una de las formas de salir adelante es aprender otros métodos para subsistir y una de ellas es aprovechando los recursos naturales que pueden ser potencializados económicamente y socialmente como lo es el turismo, pues, Santa Bárbara cuenta con riquezas ecológicas, hídricas y culturales suficientes para ser usadas para fines turísticos, además, hay que considerar las nuevas tendencias de los turistas capitalinos que prefieren las zonas rurales y naturales como sitio de destino para pasar tiempos de descanso. Cabe mencionar, hace algún tiempo la zona ha sido utilizada por empresarios que nos son del sector, que han creado emprendimientos como empresas gastronómicas para satisfacer sus propios intereses sin tener en cuenta a la comunidad, por lo que, emprendimientos turísticos con sentido social podrían ser la clave para el desarrollo de la zona.

Por todo lo anterior, presentando las diferentes problemáticas del turismo en Nariño quien se lleva la peor parte es el consumidor, pues es quien debe soportar; precios elevados de baja calidad en los servicios turísticos, pocas alternativas, obligándolo a elegir lo que “hay”, atención pésima con malos tratos sin oportunidad de reclamar, y todo esto por la falta de oferta que tiene la región, que propicia poca demanda orillando al cliente a recurrir a los servicios fuera del departamento o lejos del país, beneficiando a aquellos que sí aprovechan los problemas de otros como oportunidades para convertirlos en fuentes de ingresos para su región y habitantes. De seguir así, el sector tendera a mantenerse en crisis en Nariño, y es bien sabido que, cuando un sector no

encuentra soluciones la economía empieza a descender, el desarrollo a retroceder y las problemáticas sociales a aumentar condenando a los habitantes a irse en busca de oportunidades fuera del país o región que les permita sostenerse, lo que evidentemente desencadena afectaciones para los demás sectores pues sin gente y sin recursos monetarios la región no avanzara por el tan anhelado desarrollo que se espera alcanzar.

Por otra parte, se hace indispensable potencializar el turismo de Nariño porque en el mercado actual aun no hay proyectos que cumplan con todas las exigencias del consumidor y sociedad, y es ahora cuando en plena reactivación económica del sector turístico es que se deben proponer ideas de negocios que garanticen la protección, conservación, la restauración y el buen aprovechamiento de manera sustentable de los recursos naturales de las zonas rurales, involucrando además a las comunidades más vulnerables. Por lo tanto, hay que evaluar las posibilidades y la viabilidad de los proyectos que pretendan planearse en el sector, que logren satisfacer al consumidor, al emprendedor y la comunidad involucrada en el emprendimiento.

Para finalizar, se puede decir que la mejor forma de fomentar el turismo rural es crear emprendimientos en las fincas de los campesinos de las zonas rurales, porque cuentan con todas las condiciones para su ejecución, eligiendo como destino el corregimiento de Santa Bárbara en Nariño como la ubicación de la idea de negocio, dadas las condiciones y los recursos con los que cuenta el lugar que motivan al posible montaje de la finca prestadora de servicios turísticos, ya que, actualmente es una zona que está siendo visitada constantemente por los habitantes capitalinos de la ciudad de San Juan de Pasto.

1.3.2 Formulación del problema

¿Es factible la creación de una finca prestadora de servicios turísticos rurales y alternativos en el corregimiento de Santa Barbara en el año 2022?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivos General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una finca prestadora de servicios de turismo rural y alternativos en el corregimiento de Santa Bárbara en el año 2022.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Realizar el estudio de mercado que permita determinar la oferta, demanda, precios y canales de distribución del servicio.
- Identificar los requerimientos técnicos necesarios para la creación y puesta en marcha de la finca prestadora de servicios de turismo rural en el corregimiento de Santa Bárbara.
- Realizar el estudio administrativo que permita conformar organizacionalmente la futura empresa.
- Construir el estudio financiero que permita determinar y cuantificar las variables financieras del proyecto
- Evaluar económicamente el proyecto para determinar su rentabilidad mediante indicadores o criterios que definan cuantitativamente su viabilidad
- Identificar la incidencia social, económica y ambiental del proyecto.

1.5 Justificación

La presente investigación se justificó por, la débil oferta turística, bajo apoyo de los entes departamentales y la falta de oportunidades para el subsector campesino para aprovechar los recursos naturales y culturales que ofrecen las zonas rurales del departamento, entonces, se buscó un lugar atractivo para los habitantes propios y visitantes e incrementar la oferta con calidad en el servicio e innovación mediante una empresa sostenible que ayudara a obtener beneficios sociales y económicos para el desarrollo de la región donde se ubicara el emprendimiento. Se busco la ejecución de este proyecto, para fortalecer y sacar a flote el sector turístico de Nariño, contribuyendo al desarrollo económico y social de sus habitantes, mejorando el potencial del mercado e incrementando la oferta y la demanda, al mismo tiempo que sirva para darle reconocimiento a las zonas rurales y sus campesinos, donde también impulse la creación de futuros emprendimientos de Pasto.

Por lo tanto, se espera que al crear emprendimientos en sectores rurales sea posible desarrollar todo el potencial que tiene el turismo en el departamento, demostrando el valor económico con el que cuenta, esto mediante proyectos muestren los diferentes atractivos rurales como: horizontes verdes infinitos, caídas de agua cristalina, numerosos campos y cultivos, senderos ecológicos, hermosos paisajes, variedad de pisos térmicos y actividades que sugieren un contacto exclusivo con la naturaleza y con las labores diarias de los habitantes del campo, esto solo por mencionar algunos de los encantos de estas zonas que entrega impresiones mágicas e inolvidables, que servirá para a aumentar la oferta y el interés de los turistas a fin mejora las expectativas de los consumidores.

Por lo anterior, se propuso hacer un estudio de factibilidad para la creación de una finca prestadora de servicios turísticos rurales y alternativos, con las condiciones para ofrecer el servicio

en el corregimiento de Santa Bárbara, zona rural con los requerimientos necesarios para su realización.

La idea de negocio se orientó hacia los deseos y exigencias del cliente, comprendiendo que es lo que quieren y necesitan, ajustando el emprendimiento las veces que fue necesario mediante las opiniones del consumidor y análisis previos del sector, que ayudaron a la factibilidad de la idea de negocio.

Por último, la actual propuesta se planteó con la finalidad de beneficiar a los consumidores potenciales, investigadores y comunidad, para los primeros ampliando la oferta turística con mejores condiciones en el servicio y teniendo en cuenta los gustos y exigencias que esperan obtener en el sector turístico, para los segundos aplicando los conocimientos aprendidos durante los años de carrera profesional, y para los terceros, ayudando a incentivar el desarrollo de los habitantes de la zona de Santa Bárbara que en la totalidad son campesinos pues al ser partícipes del proyecto obtendrán mayores oportunidades de ingresos con alternativas diferentes al agro.

2. Marco referencial

2.1 Antecedentes

Internacional

Título: Estudio de factibilidad para la creación de un proyecto de agroturismo en Santa Ana del pedregal, parroquia de Machachi, cantón Mejía

Universidad: Universidad TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL SISTEMA DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

Autor: Jennifer Johanna Mosquera Nacimba

Año: 2015

Objetivo general: el proyecto de creación de agroturismo en Santa Ana del Pedregal, en la parroquia de Machachi, Cantón Mejía, servirá para potencializar el turismo comunitario, crear fuentes de trabajo y mejorar la situación socioeconómica de la comunidad.

Conclusión: mediante las encuestas se pudo determinar la demanda insatisfecha que existe, obtenida mediante la diferencia entre la demanda y la oferta, resultando 42 turistas a cubrir con este proyecto; lo cual permite la viabilidad del proyecto ya que cuenta con mercado disponible a quien vender los paquetes turísticos establecidos.

Aportes: el trabajo investigativo aportara al desarrollo de la investigación actual dando una orientación a los investigadores a hacer buen uso de las herramientas informativas y tendencias mundiales, ya que se puede observar cómo en muchos países el turismo rural y ecológico va en auge, siendo el sector con mayor proyección, contribuyendo al desarrollo de las zonas más marginadas de un país, aumentando los beneficios sociales y económicos para los mismos habitantes. Así mismo, es de suma importancia sustraerlos conocimientos aportados por el trabajo ya que el paso posterior de un estudio de factibilidad es un plan de negocios.

Nacional

Título: Estudio de Viabilidad para la Iniciativa de Negocio de Turismo Rural en la Ciudad de Villavicencio

Universidad: Universidad EAN

Autor (es): Cristian Mauricio, Geraldine Cárdenas Ospina, Cristina Ángel Sandoval, Maira Alejandra rozo García Y Rodrigo Eliecer Apolinar Cruz

Año: 2021

Objetivo general: determinar la viabilidad para una propuesta de iniciativa de negocio de turismo rural en la ciudad de Villavicencio.

Conclusiones: la situación actual del sector turismo en la ciudad de Villavicencio teniendo en cuenta la contingencia de la Covid -19 es la tendencia que las personas prefieran viajes de aventura, espacios naturales y experiencias seguras y de calidad, según diferentes antecedentes bibliográficos sugieren las siguientes alternativas potenciales para el turismo rural entre los cuales se destacan cabañas turísticas privadas, hotel campestre, hotel en la ciudad y glamping. Cada uno de los tipos de alojamiento se encuentran ubicados en diferentes zonas de la ciudad, entre los cuales identificamos zonas veredales como Apiay, la Llanerita, El Carmen, Barcelona, Buena Vista, Buenos Aires y otras alternativas que brindan ese espacio de naturaleza y cercanía con la ciudad.

Aporte: este antecedente aportara a la investigación porque al igual que el trabajo investigativo actual se desarrolló durante la pandemia y guarda muchas similitudes con la idea propuesta en el trabajo compartiendo el mismo fin económico y social, además, maneja diversas fuentes de información y herramientas administrativas que podrán servir de guía como las proyecciones, indicadores y matrices que al ser aplicadas de manera correcta determinarán la factibilidad de la propuesta planteada en el presente trabajo investigativo.

Regional

Título: Estudio de factibilidad para la creación de un centro recreacional en zona rural en la ciudad de pasto

Universidad: Universidad CESMAG

Autor: Gabriel Esteban de la Cruz Figueroa

Año: 2019

Objetivo general: elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un centro recreacional en la ciudad de Pasto.

Conclusiones: realizar un proyecto de inversión implica retos en todos los sentidos desde el proceso de planeación hasta la obtención de capital. Los proyectos de inversión que cuenten con características novedosas son importantes generadores de valor, no solo en el ámbito financiero sino en el ámbito social y cultural dado que generan nuevas alternativas para los consumidores que ven ampliada o mejorada la oferta de servicios ya existentes.

Aporte: en el estudio de factibilidad aquí citado, se encuentra todo lo relacionado con la importancia de un centro recreacional que ofrezca servicios diferentes a los ya vistos en Nariño, busca ofrecer un lugar amplio en donde lo más importante sea las actividades al aire libre, lugares amplios y sobre todo la recreación en familia, muy parecido a este estudio de factibilidad que ofrecerá un servicio innovador incluyendo las zonas rurales y el campo como elemento diferenciador.

3. Metodología

3.1 Plan de actividades

Tabla 1

Plan de Actividades a desarrollar durante el proceso de investigación

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES
Realizar el estudio de mercado que permita determinar la oferta, demanda, precios y canales de distribución del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar los instrumentos de recolección de información • Tabular y sistematizar los resultados obtenidos • Interpretar los resultados del trabajo de campo • Realizar la investigación de mercados • Hacer el análisis sectorial • Elaborar la caracterización del servicio • Analizar la oferta, demanda, precios y canales de distribución • Determinar el mercado insatisfecho
Identificar los requerimientos técnicos necesarios para la creación y puesta en marcha de la finca prestadora de servicios de turismo rural en el corregimiento de Santa Bárbara.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer capacidad instalada del proyecto • Determinar las características físicas del servicio • Precisar la infraestructura del proyecto • Identificar disponibilidad de los insumos y localización de proveedores • Elaborar ficha técnica de requerimientos del servicio
Realizar el estudio administrativo que permita conformar organizacionalmente la futura empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer la estructura organizacional dentro de la empresa • Elaborar manual de funciones para cada cargo • Definir el reglamento interno que regirá la empresa • Determinar los requerimientos legales para la puesta en marcha y funcionamiento de la empresa
Construir el estudio financiero proyectados	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los estados financieros proyectados
Evaluar financieramente el proyecto para determinar su rentabilidad mediante indicadores o criterios que definan cuantitativamente su viabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Medir rentabilidad del proyecto mediante la realización de indicadores económicos • Elaborar proyecciones de las variables del proyecto
Identificar la incidencia social, económica y ambiental del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer impacto social • Determinar impacto económico • Definir el impacto ambiental del proyecto.

3.2 Población y Muestra

3.2.1 Población

Para el actual trabajo investigativo la población objeto de estudio está constituida por los hogares de los estratos 3, 4 y 5 del municipio de San Juan de Pasto, competidores como lo son: Parque chimayoy (Daza-Pasto), Finca la esperanza (La unión) y Finca Eco-turística El Encanto (La Florida). La población objeto de estudio son los hogares que se dividen por estratos, a las cuales se les aplicaran encuestas y para la competencia entrevistas dirigidas a encargados de los establecimientos.

La Ciudad de San Juan de Pasto está compuesta por 74.793 familias en los estratos 1 al 6 según cifras entregadas por CEDENAR para el año 2015 hasta las 2022 cifras que serán proyectadas al según porcentajes de crecimiento del DANE permitiendo acercarse a la población actual.

Fórmula para proyección:

$$F = P(1 + i)^n$$

Donde:

F: Futuro

P: Presente Inmediato

i: Tasa

n: Tiempo

Los resultados se plasman en el siguiente cuadro:

Tabla 2*Cantidad de familias por estratos-2015 a 2022 proyectadas*

ESTRATOS	FAMILIAS	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	2015	1,38%	1,53%	1,54%	1,37%	1,08%	1,08%	1,08%
1	13.889	14.081	14.514	15.195	16.045	16.931	17.030	17.147
2	33.625	34.089	35036	36680	38731	40868	41109	41391
3	20.115	20.393	21021	21988	23218	24499	24343	24812
4	5.530	5.606	5778	6049	6388	6740	6779	6825
5	1.729	1.753	1801	1885	1991	2101	2113	2127
6	41	42	43	45	47	48	48,2	48,6
TOTAL	74.942	75.963	78.193	81.842	86.420	91.187	91.422	92.351

Nota. La tabla muestra la cantidad de familias que hay por estratos en el Municipio de San Juan de Pasto en 2015- CEDENAR (2015). Se realizan las Proyecciones determinadas por las cifras de crecimiento poblacional manejadas por el DANE del 2016 hasta 2022.

El estudio de factibilidad tendrá en cuenta como población objeto de estudio a los hogares entre los estratos 3, 4 y 5 los cuales para el 2022 con las cifras proyectadas suman 33.764.

3.2.2 Muestra

Para el presente estudio de factibilidad, se calculó una muestra representativa aplicando el método del muestreo aleatorio simple, donde “n” que representa el total de familias.

A continuación, se muestra la fórmula para hallar la cantidad de encuestas a elaborar y aplicar.

Tabla 3*Fórmula de Muestra*

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

N	Tamaño de la muestra
---	----------------------

N	Universo o Población
Z	Margen de Confianza
E	Error máximo permitido
P	Probabilidad pertinente del hecho que se investiga
Q	Probabilidad no pertinente del hecho a investigar

Aplicación de formula con datos recolectados:

$$n = \frac{33.764(1.95)^2(0.5)(0.5)}{(33.764 - 1)(0.05)^2 + (1.95)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 381.21$$

$$n = \mathbf{381}$$

Con los datos anteriores se determinará el total de encuestas que deben ser aplicadas a los estratos 3,4 y 5.

Tabla 4.

Calculo para determinar cantidad de encuestas por estrato

ESTRATO	FAMILIAS	%	No. Encuestas a aplicar
3	24.812	73	278
4	6825	20	76
5	2127	7	27
TOTAL	33.764	100%	381

3.3 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

3.3.1 Primarias

Se obtuvo la información por contacto directo con el sujeto de estudio; por medio de observación e instrumentos como los cuestionarios, aplicados a las personas seleccionadas en el muestreo, donde sus opiniones sirvieron para el análisis de la idea de negocio y facilidad.

3.3.2 Secundarias

La información se obtuvo desde documentos, libros, proyectos investigativos relacionados al tema, tesis, datos estadísticos, con el fin de obtener evidencia confiable, auténtica y creíble que se utilice en el desarrollo del actual proyecto de investigación.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Fuentes Primarias: La información básica se obtiene tras la aplicación de instrumentos como la aplicación de:

- Encuestas: La cual se realizó a los habitantes de la ciudad de Pasto entre los estratos 3 al 5, que contenía una serie de preguntas dirigidas a una muestra representativa de la población, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. Por lo tanto, la encuesta es una técnica que permitió recoger la información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso o virtual según sea la condición del encuestado.
- Entrevistas: Se realizó a los gerentes, administradores o encargados de los establecimientos identificados como competencia o sustitutos de la idea de negocio planteada, que permitieron conocer el mercado al cual se dirigía el servicio.

Fuentes Secundarias: En el actual estudio de factibilidad, se usaron documentos académicos resultado de investigaciones científicas posteriores de autores de instituciones universitarias mundialmente reconocidas (tesis doctorales), libros de editoriales reconocidas, artículos de revistas académicas, ensayos, periódicos científicos entre otros. Con lo cual se aseguró la confiabilidad de la información suministrada para el trabajo.

Desde el punto de vista epistemológico y metodológico la investigación tuvo un enfoque cualitativo, dado que se sustentó en el análisis de los resultados de los instrumentos de recolección de información, aplicados mediante herramientas como las encuestas en línea o físicas escritas en papel.

4. Estudio de Mercado

4.1 investigación de Mercados

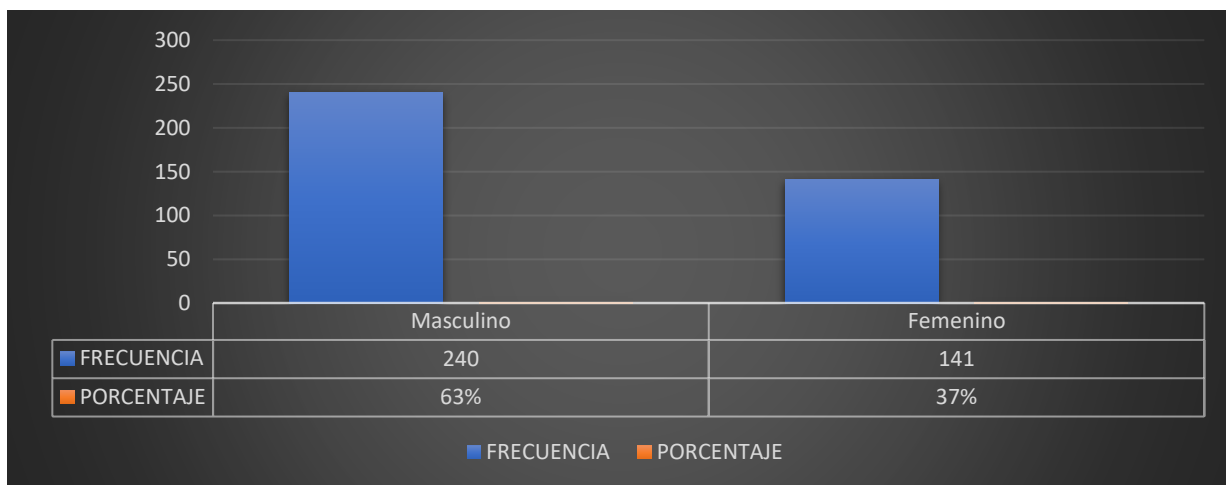
4.1.1 Análisis e interpretación de la información

4.1.1.1 Encuestas dirigidas a las familias de la ciudad de Pasto

Las encuestas realizadas a los habitantes de los estratos 3,4 y 5 de la ciudad de San Juan de Pasto, permitió evidenciar la demanda que tuvo el proyecto, tomando en cuenta las necesidades de los encuestados, la cual se aplicó a 381 hogares de la ciudad. Para poder determinar la demanda potencial, fue necesario conocer los resultados que permitieron identificar las variables importantes a tener en cuenta en el proyecto.

Figura 1

Género de los consumidores potenciales

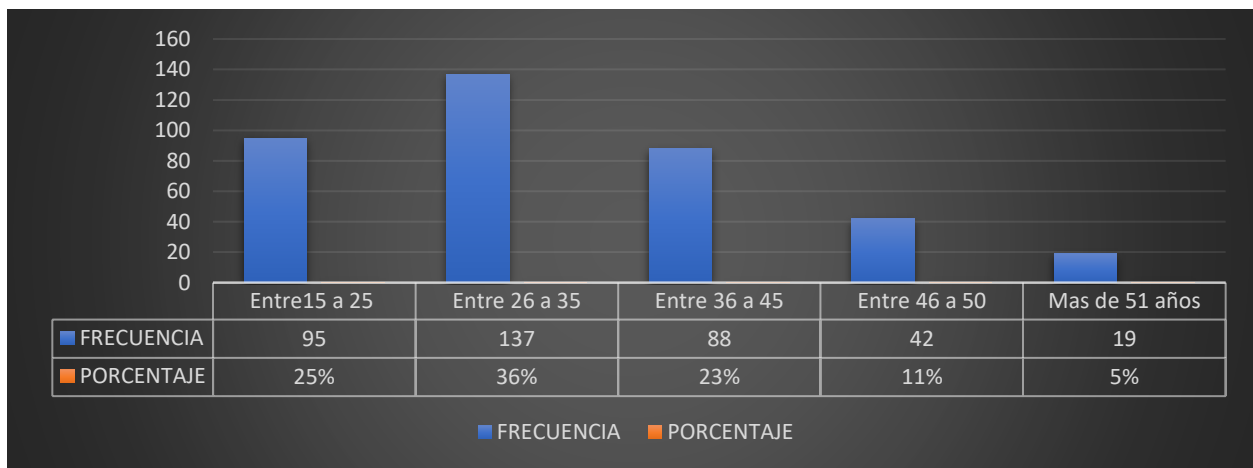


Teniendo en cuenta la importancia de las encuestas para la investigación, se inicia con una pregunta de género en donde se encuentra que, del total de 377 encuestados el 63% son hombres

y el 37% son mujeres. Se observó la necesidad de identificar en el proyecto cuántas personas eran mujeres y hombres dentro de una familia, permitiendo a la idea de negocio ajustarse a los gustos y preferencias de ambos pues estos son diferentes y lo que se pretendió fue brindar opciones que satisficieran a ambos géneros.

Figura 2

Edad de los consumidores potenciales



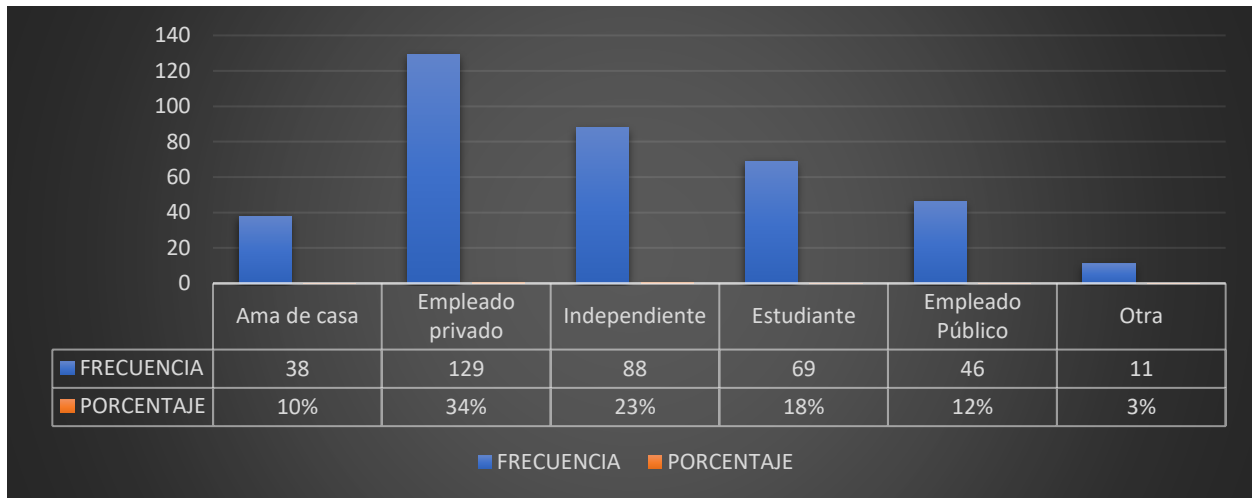
Según la encuesta, el 36% de las familias encuestadas se encuentra en un rango de edad de 26 a 35 años, es decir personas jóvenes con unos ingresos económicos definidos, algunos con su profesión y en muchos casos con familias, el 25% de las familias encuestadas se encuentran en un rango de edad de 15 a 25 años, el 23% está entre 36 y 45 años de edad, el 11% está entre 46 y 50 años y el 5% está en más de 51 años. Para el proyecto fue importante conocer las edades de los consumidores potenciales pues son ellos quienes a partir de sus gustos y preferencias permitieron que la idea de negocio lograra llegar a lo que ellos realmente deseaban y necesitaban.

Cabe mencionar que, al realizar actividades recreativas en los centros turísticos se deben diseñar pensando en que todos los miembros o la gran mayoría puedan hacerlo, pues, existen

ciertos riesgos para personas muy jóvenes o muy adultas que deben considerarse con factor a la hora de implementar alguna actividad. Además, con la edad los gustos y preferencias cambian, así mismo las necesidades de recreación.

Figura 3

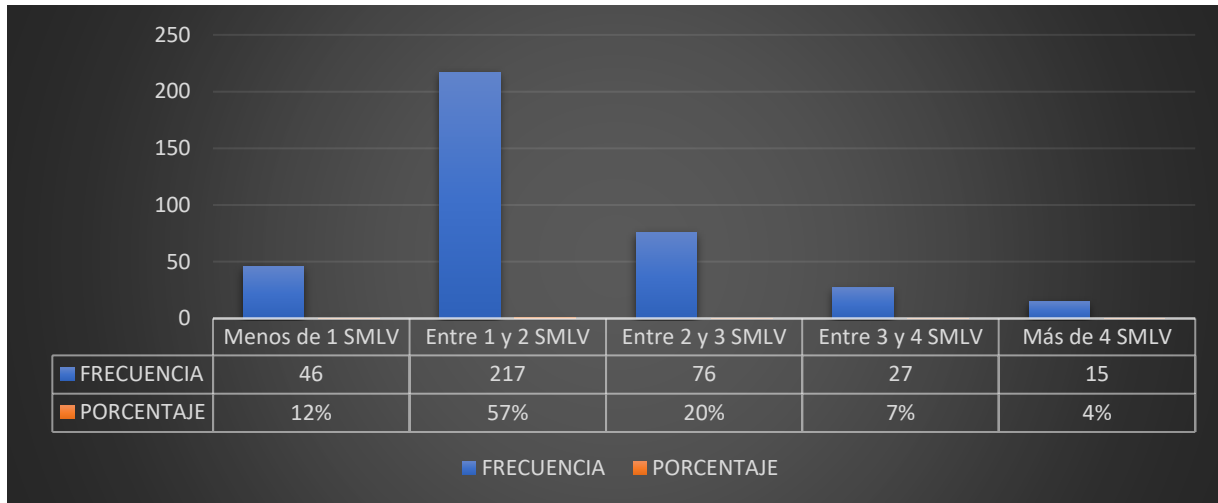
Ocupación de los consumidores potenciales



Según la encuesta del total de familias encuestadas, el 34% son empleados en el sector privado, el 23% son empleados independientes, el 18% son estudiantes, el 12% son empleados por el estado, el 10% son amas de casa y el 3% tienen otra ocupación, Para el proyecto fue importante conocer si en el mercado actual los consumidores contaban con empleo o no pues de este factor dependió la elaboración del estudio financiero y la factibilidad del proyecto económicamente.

Figura 4

Rango de ingresos de los consumidores potenciales

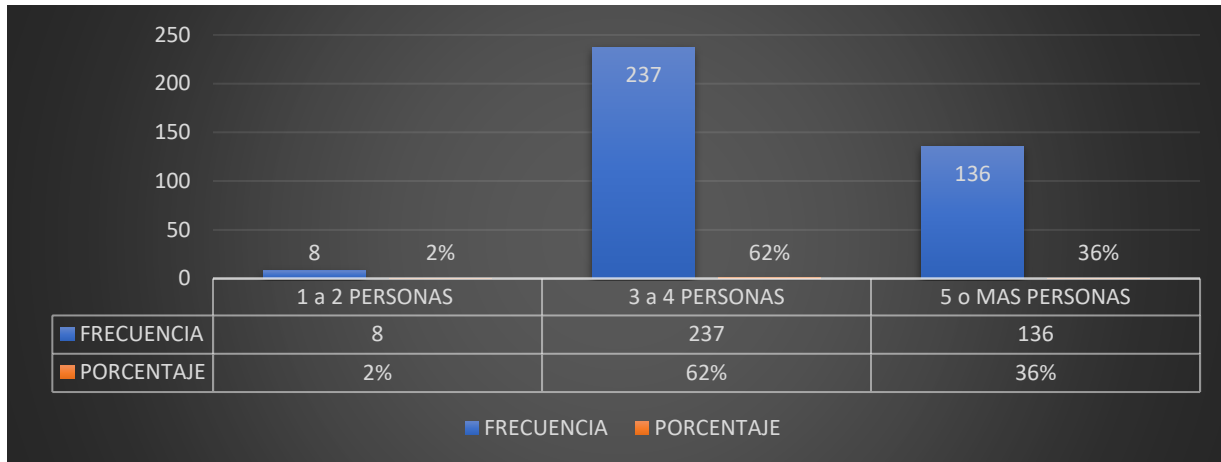


Según la encuesta, a la pregunta sobre los ingresos que perciben los ciudadanos Pastusos, respondieron así; entre 1 y 2 salarios mínimos el 57%, lo que indica que, aunque la mayoría tienen empleo o generan ingresos estos no superan los dos millones de pesos, por otra parte, el 20% gana de 2 a 3 salarios, el 10% menos de 1 salario, el 7% entre 3 y 4 salarios y el 4% de los encuestados gana más de 4 salarios.

Para el proyecto, esta variable permitió conocer según los ingresos percibidos que tanto podría pagar el consumidor potencial y definir el precio por entrada que se cobrara por cada cliente, además, es con lo que la empresa al ser factible costeara las operaciones de la empresa y así continuar en el mercado.

Figura 5

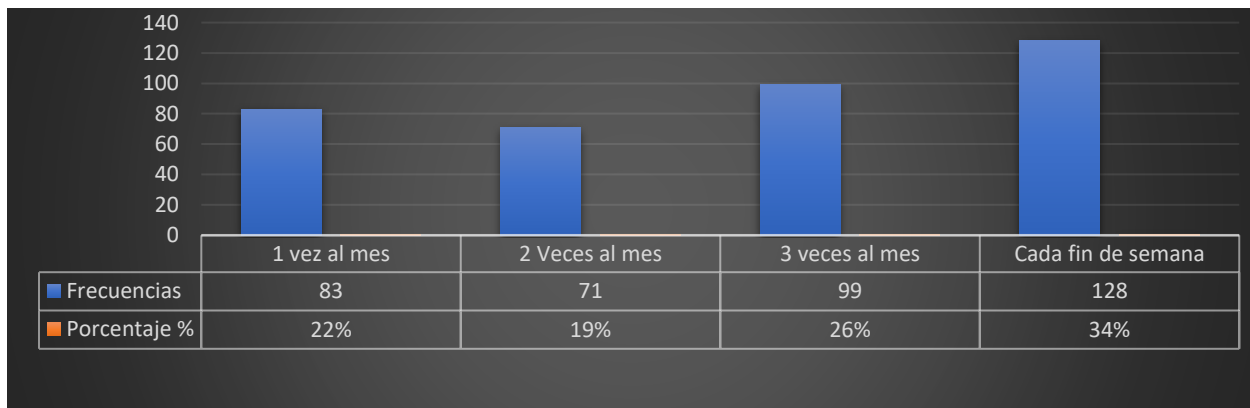
Cantidad Integrantes por familia



Según la encuesta, las familias en la ciudad de Pasto están conformadas entre 3 y 4 personas con un 62% seguida por las familias conformadas por más de 5 integrantes con un 36% y de 1 a 2 personas un 2%, con lo cual se pudo determinar la cantidad de personas consumirán los servicios en el proyecto y determinar la capacidad instalada que debió tener para brindar un buen servicio, también permitió el diseño de las actividades que se realizaran en la empresa para este tipo de consumidores y las promociones que se realizaran en grupos.

Figura 6

Frecuencia para salir por turismo o paseo

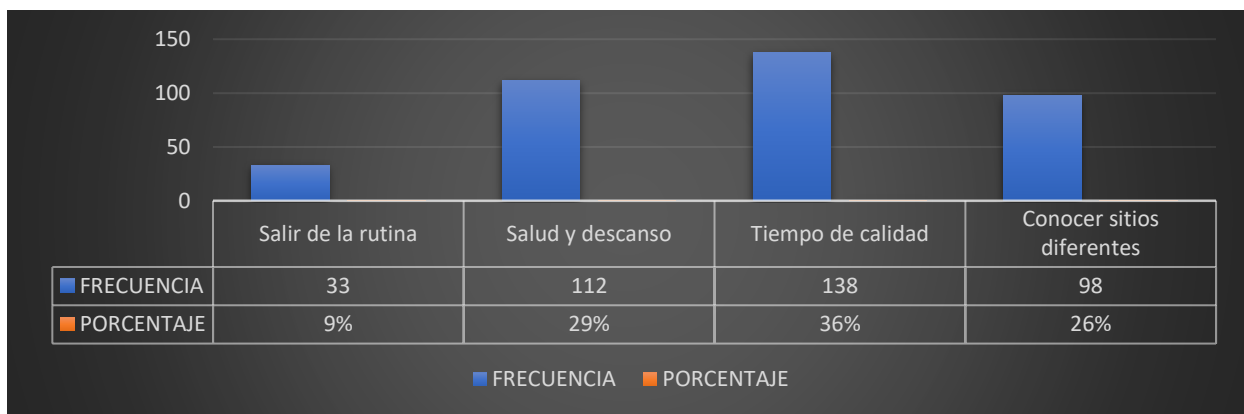


Según la encuesta, a la pregunta sobre la frecuencia con la que suelen salir por paseo o turismo los habitantes respondieron que; cada fin de semana un 34%, 3 veces al mes un 26%, 1 vez al mes un 22% y 2 veces al mes 19%, por lo que se puede deducir que después de pandemia y pese a las complicaciones económicas las personas vuelven a retomar los hábitos de salidas solo que a lugares diferentes. Con esta información, se pudo conocer que tan a menudo salen los habitantes de Pasto después de pandemia a demandar servicios turísticos, ya que con el miedo generado por el covid 19 se creyó que las personas saldrían menos, pero las respuestas demuestran que los habitantes de Pasto salen en la actualidad los fines de semana que es donde las obligaciones laborales se lo permiten.

Además, al conocer la frecuencia de salidas también demostró el interés de los consumidores por salir de las monotonía, por lo que, un lugar nuevo y diferente podría aumentar las expectativas de los mismos si el proyecto es percibido de forma positiva para pasar ratos libres o de descanso.

Figura 7

Motivaciones para salir por turismo después de pandemia

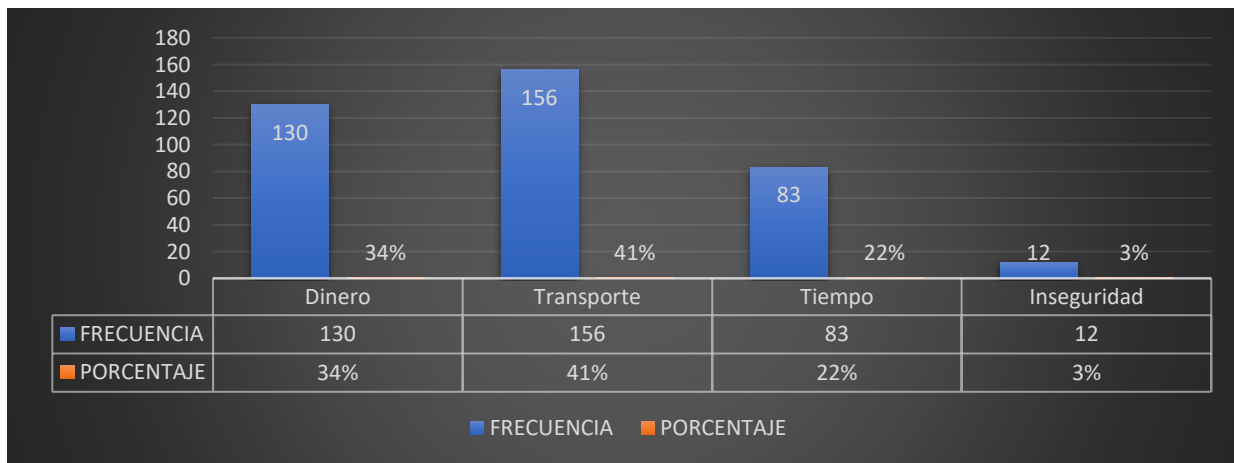


Según la encuesta, las motivaciones de los ciudadanos de Pasto para salir por turismo o de paseo después de pandemia fueron; pasar tiempo de calidad en familia el 36%, por salud y descanso con un 29%, conocer sitios diferentes un 26% y por último salir de la rutina un 9%. Cabe mencionar que, después de pandemia los criterios de selección de los consumidores cambiaron, pues antes se lo hacía en su mayoría por ocio o diversión, pero ahora después de 2 años de encierro las personas piensan más en la salud, lo emocional y el tiempo.

Por lo que, la información recolectada ayudo a comprender más los gustos y preferencias de los visitantes de la ciudad de Pasto con lo que se le realizaron ajustes al proyecto para lograr la satisfacción del consumidor potencial.

Figura 8

Dificultad pasa salir de paseo después de pandemia



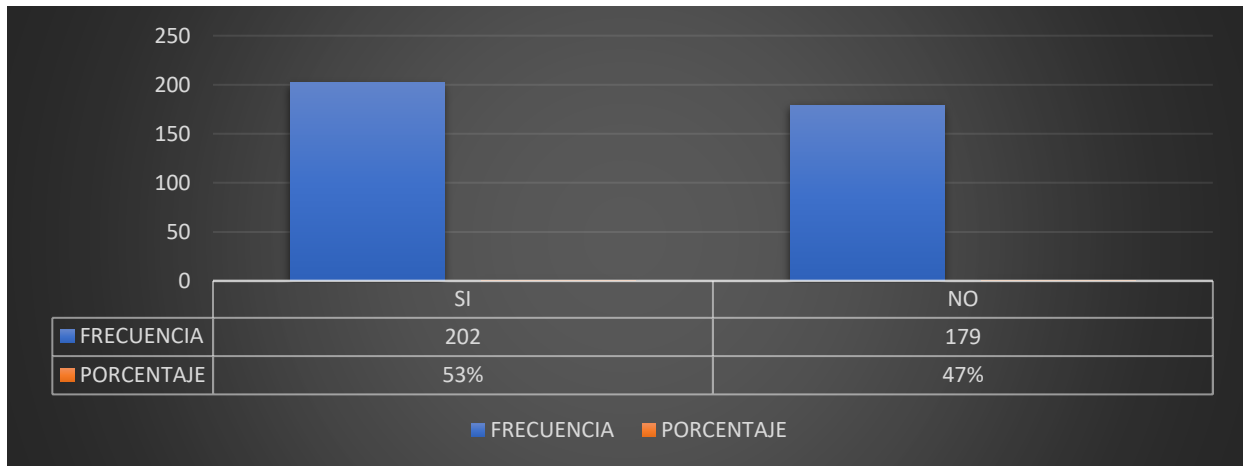
Según la encuesta, los habitantes de Pasto a la hora de salir de paseo tienen dificultades como; el transporte un el 41%, el dinero un 34%, el tiempo un 22% y la inseguridad un 3%. Con la información se puede observar que después de pandemia la economía de los habitantes de Pasto influye mucho a la hora de adquirir servicios turísticos, así como la forma de llegar a ellos pues

según la tendencia de lugares naturales estos se van a ubicar siempre lejos de la ciudad, en sitios donde el acceso puede ser difícil por las carreteras y la inseguridad que hay en ellas.

Para el proyecto, fue importante conocer las dificultades que percibían los consumidores potenciales, pues, a partir de esta información se tuvieron en cuenta las variables anteriores más importantes para construir el proyecto y este no se vea afectado a futuro, agregando que al haber dificultades también el proyecto propuso soluciones pues se busca es atraer consumidores minimizando sus problemas.

Figura 9

Conocimiento sobre sitios turísticos por los consumidores potenciales

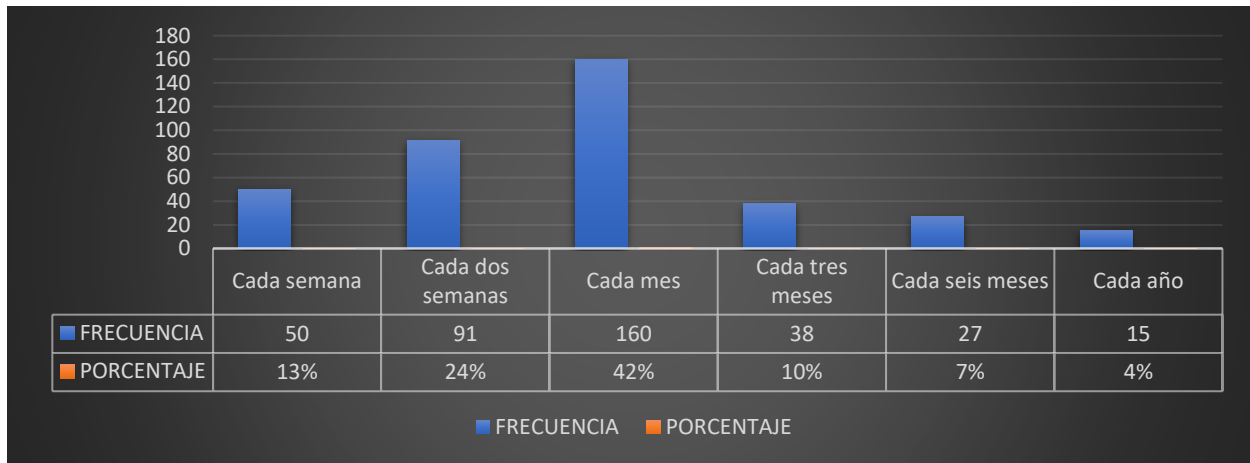


Según la encuesta, el 47% no ha visitado sitios turísticos rurales mientras el otro el 53% de las personas menciona que sí han visitado sitios turísticos rurales en la ciudad de Pasto, ya que aprovechan la poca oferta que tiene Nariño en destinos turísticos naturales para alejarse de la ciudad. Para el proyecto, esta información fue importante teniendo en cuenta que se planteó la idea de negocio aprovechando las tendencias actuales de los consumidores la reactivación del sector,

recalcando que los lugares naturales en zonas rurales son las preferidas hoy en día, por lo que, el proyecto pretendió mediante los servicios brindare experiencias diferentes a cada visitante.

Figura 10

Frecuencia de visitas a sitios rurales de parte de los consumidores potenciales



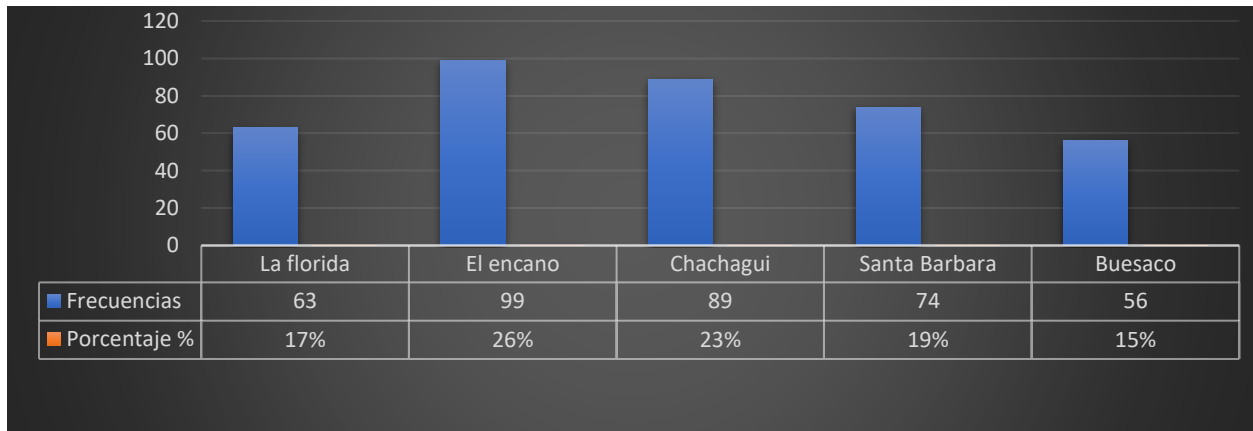
Según la encuesta, a la pregunta sobre la frecuencia de visita a sitios rurales cercanos a Pasto, los encuestados respondieron que; cada mes un 42%, cada dos semanas un 24%, cada semana un 13%, cada tres meses un 10%, cada seis meses un 7% y cada año un 4%, por lo que se puede observar que los habitantes de la ciudad de Pasto suelen visitar los sitios rurales con poca frecuencia, esto puede deberse a que Nariño no cuenta con mucha oferta turística o centros recreativos para el descanso.

Para el proyecto la información recaudada sirvió para conocer los gustos y preferencias por los habitantes Pastusos en la actualidad para adquirir servicios turísticos en zonas rurales, además, se puede percibir que si hay un interés por visitar zonas rurales en estos momentos, donde las

tendencias apuntan a que el consumidor está inclinado hacia lo natural por lo que se puede aprovechar en el campo y los paisajes como recursos turísticos para ampliar la oferta en el sector.

Figura 11

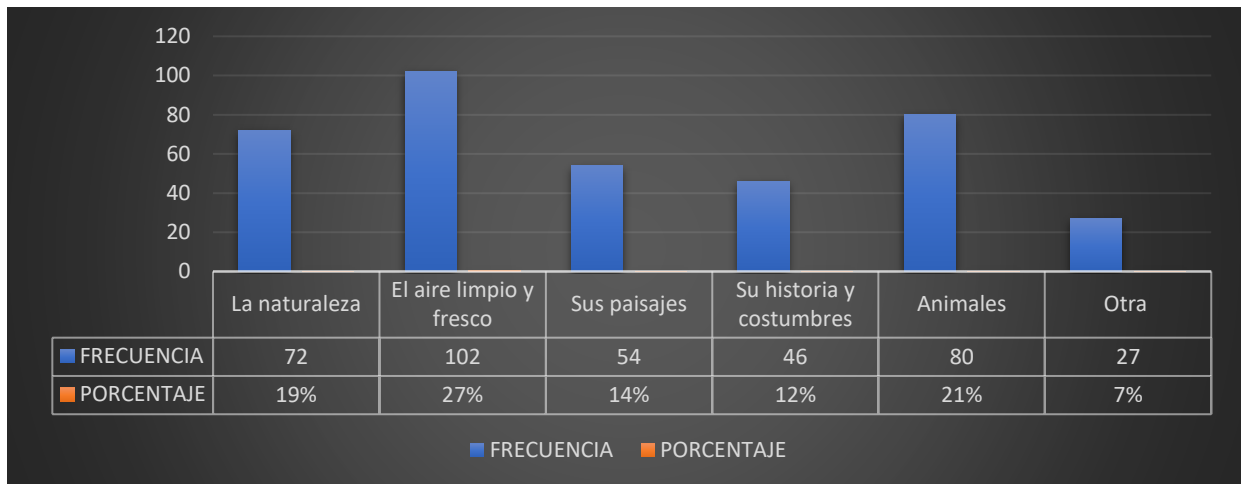
Sitos frecuentados por los habitantes de Pasto



Según la encuesta, los sitios rurales más frecuentados por los habitantes de Pasto fueron; el Encano un 26%, Chachagüí un 23%, Santa Barbara un 19%, La Florida un 17% y Buesaco un 15%, lo que evidencio que los sitios rurales tienen variables que influyen sobre el comportamiento de los consumidores a la hora de elegirlos como destinos, además, los sitios turísticos con mayor porcentaje cuentan con lugares atractivos para el público objetivo, en este caso los hogares Pastusos. La información obtenida, sirvió como orientación para conocer a la competencia y los lugares que se encuentran en ella para identificar que hace tan atractivo cada establecimiento, que ventajas tendrá la competencia sobre el proyecto Finca Experince y en general como se debe manejar la empresa para competir fuertemente en el mercado turístico.

Figura 12.

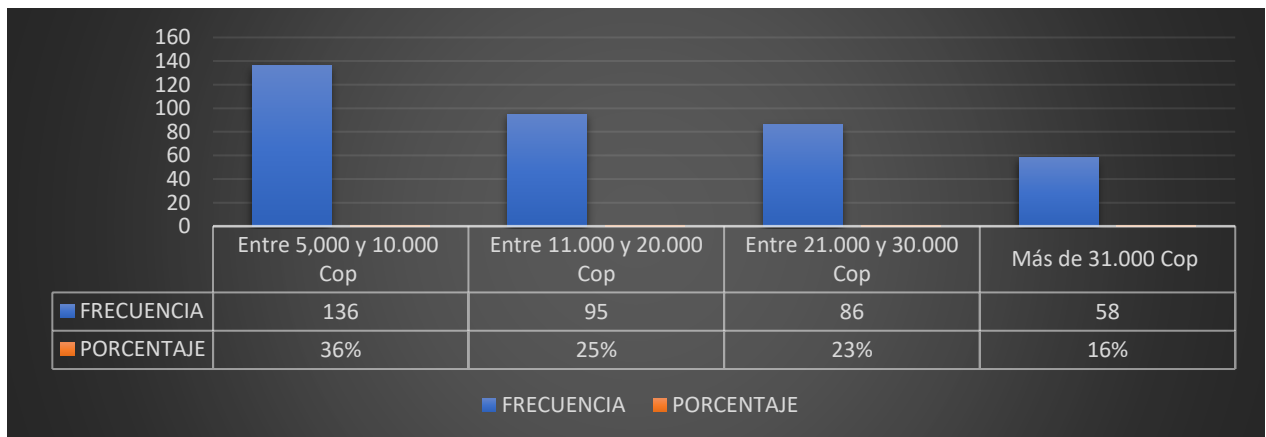
Preferencias hacia el turismo rural



Según la encuesta sobre preferencia hacia el turismo rural, el 27% de las familias prefieren el aire fresco y puro, el 21% la interacción o visualización de animales de granja, el 19% el entorno natural, el 14% los paisajes, el 12% las historias de la zona y sus costumbres. Esta información le permitió al proyecto ajustarse y diseñarse de acuerdo a los gustos y preferencias actuales de los consumidores potenciales, pues las actividades estuvieron diseñadas teniendo en cuenta estas variables.

Figura 13.

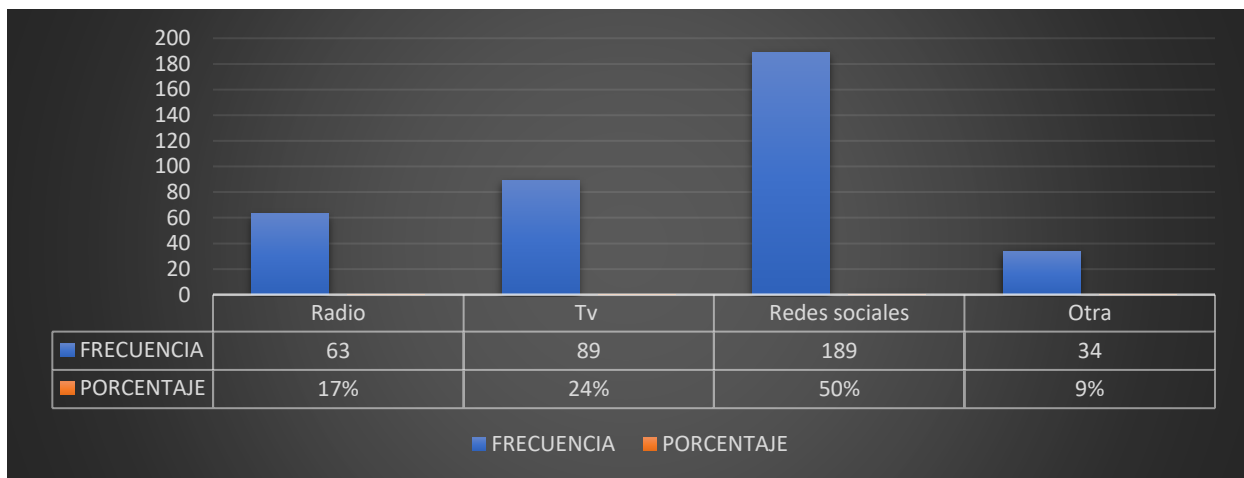
Pago promedio por entrada a establecimientos rurales



Según la encuesta, a la pregunta de cuanto pagan los hogares pastusos por la entrada a lugares turísticos rurales, respondieron que; el 25% de los hogares pagan entre \$11.000 y \$20.000 pesos por entrada por persona, un 23% entre \$21.000 a \$30.000, un 36% entre \$5.000 y \$10.000 pesos por persona y un 16% más de \$31.000 pesos. Esta información permitió establecer cuál es el pago por entrada que pagan los consumidores cada vez que toman servicios turísticos y poder plantear el precio que estarían dispuestos a pagar en el proyecto Finca Experince, teniendo en cuenta que el precio por entrada debe cubrir los costos y gastos para el funcionamiento de la empresa.

Figura 14

Medios para obtener información

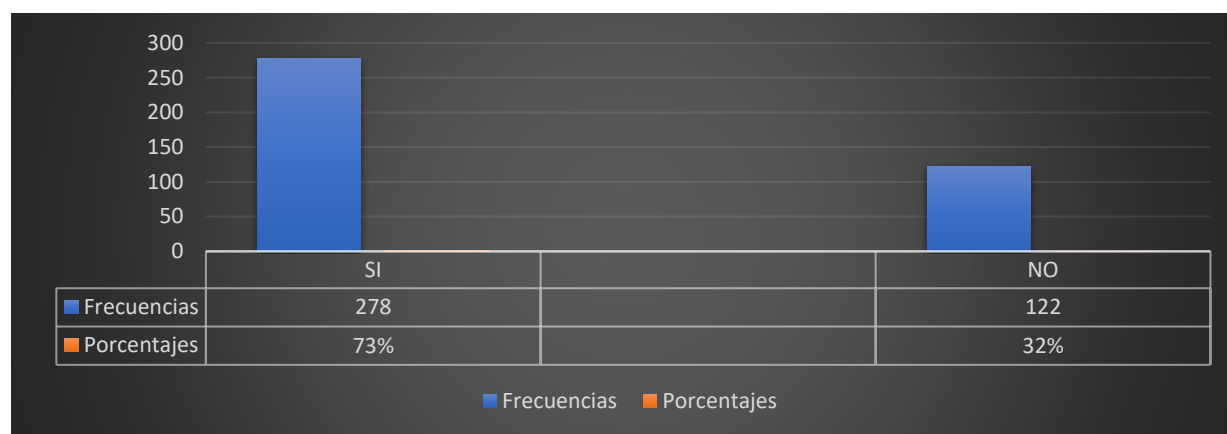


Según la encuesta, el 50% de los encuestados busca información por medio de redes sociales debido al fácil acceso para obtener servicios turísticos, por otra parte, la publicidad por TV sigue siendo un medio masivo de información con un 24%, mientras que la radio como medio de información publicitaria lo oye un 17% de las personas, y el 9% lo hacen por medio distintos a los ya mencionados.

La información recolectada en esta pregunta demostró que los medios de comunicación como redes sociales siguen en crecimiento, lo que le permitió al proyecto ofrecer el servicio en canales de distribución directa, además, al ser herramienta de bajo costo está disponible para los estratos 3,4 y 5 que es donde se encuentran los consumidores potenciales del proyecto.

Figura 15

Cambios hacia el turismo rural después de la pandemia

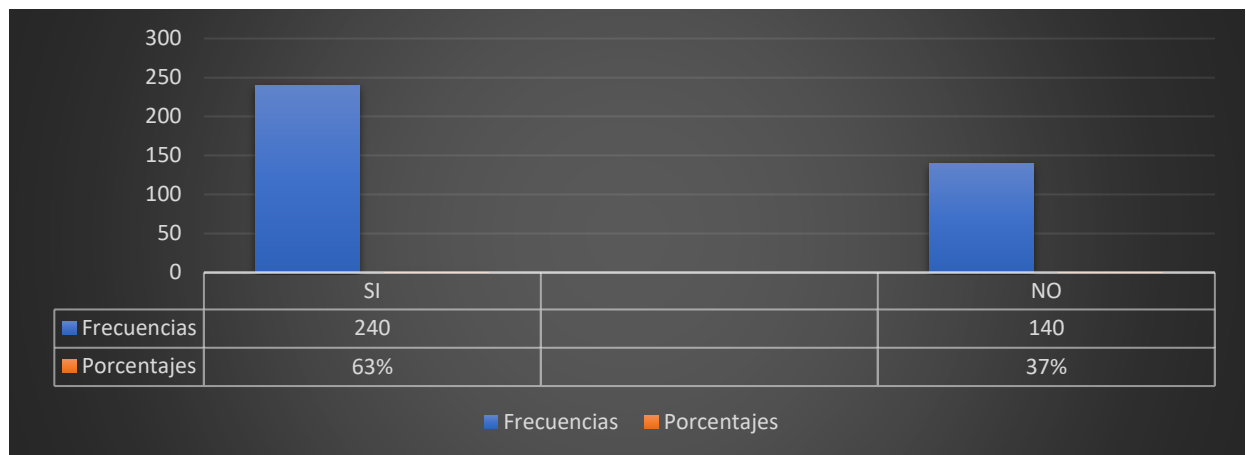


Según la encuesta, al preguntarle a los consumidores potenciales sobre si creen que las preferencias hacia el turismo rural aumentaron después de pandemia los encuestados respondieron que si en un 73% y que no un 32%, esta pregunta se realizó porque en la ciudad de Pasto la poca oferta turística de lugares recreativos se hace en sitios rurales como los corregimientos.

Con la pregunta anterior, se pudo conocer si los gustos y preferencias del nariñense habían variado o continuaban el mismo hilo hacia el turismo rural, pues, después de pandemia y con tantos meses de encierro las tendencias cambiaron, pero para el pastuso el gusto por la naturaleza no ha cambiado y se puede decir que aumentó significativamente y es donde el proyecto aprovechara el auge del turismo y las exigencias del consumidor.

Figura 16

Disposición a visitar el proyecto

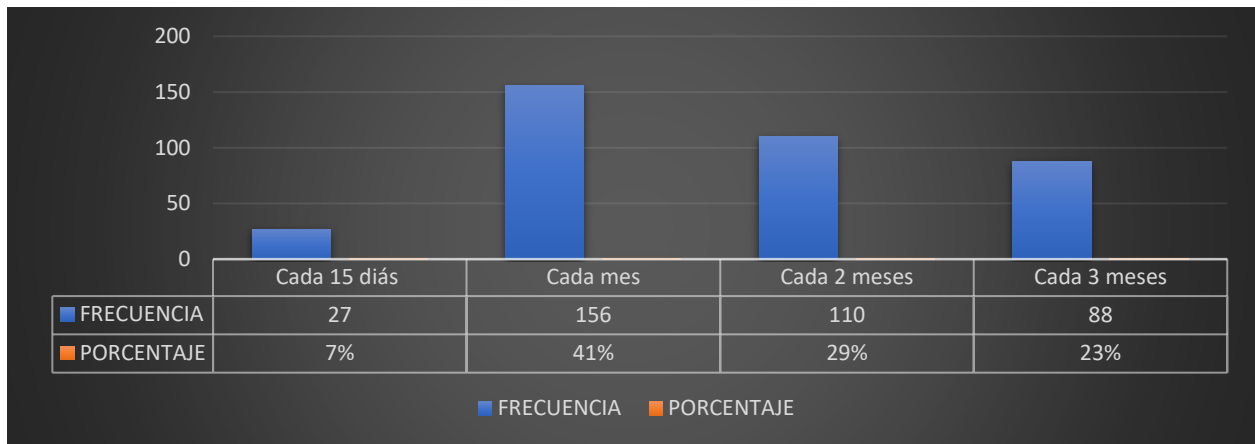


Según la encuesta, a la pregunta sobre si visitarían el proyecto los encuestados respondieron que; si lo harían el 63% y quienes no lo harían el 37%. Conociendo esta información donde la mayoría de los encuestados visitarían el lugar se pudo continuar con la idea de negocio, pues, es importante saber cuántas personas hipotéticamente visitarían el proyecto en un tiempo determinado.

Fue importante conocer si las personas estaban interesadas en el proyecto, pues, fue el punto de partida de la idea de negocio, donde inicialmente se pudo conocer si fue factible, y después de tener una respuesta positiva de este dato se continuó con la evaluación del proyecto financieramente para saber si obtendrán beneficios o no para todos los participantes del proyecto.

Figura 17

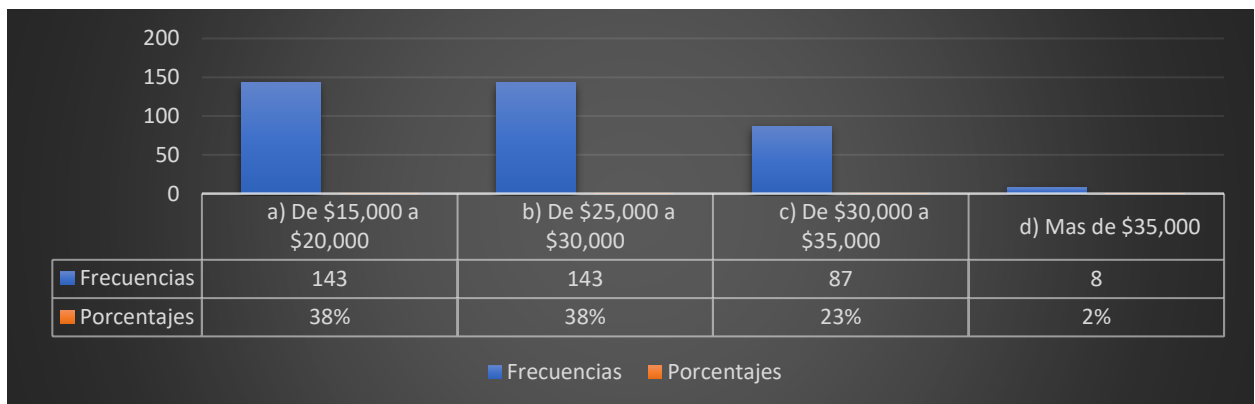
Frecuencia para visitar el proyecto Finca Experience



Según la encuesta, a la pregunta sobre la frecuencia para visitar el proyecto respecto a las características que este tendría, los encuestados respondieron que; cada mes el 41%, cada 2 meses el 23%, cada 3 meses el 23% y cada 15 días el 7%, con lo que se demuestra que las personas también tienen un interés por conocer lugares que ofrezcan servicios de turismo alternativo y rural, algo que no es común ni conocido en el departamento de Nariño. Con la información recolectada se pudo construir el estudio financiero para determinar que tan viable económicamente será el proyecto a futuro

Figura 18

Precio a pagar por entrada por los consumidores potenciales

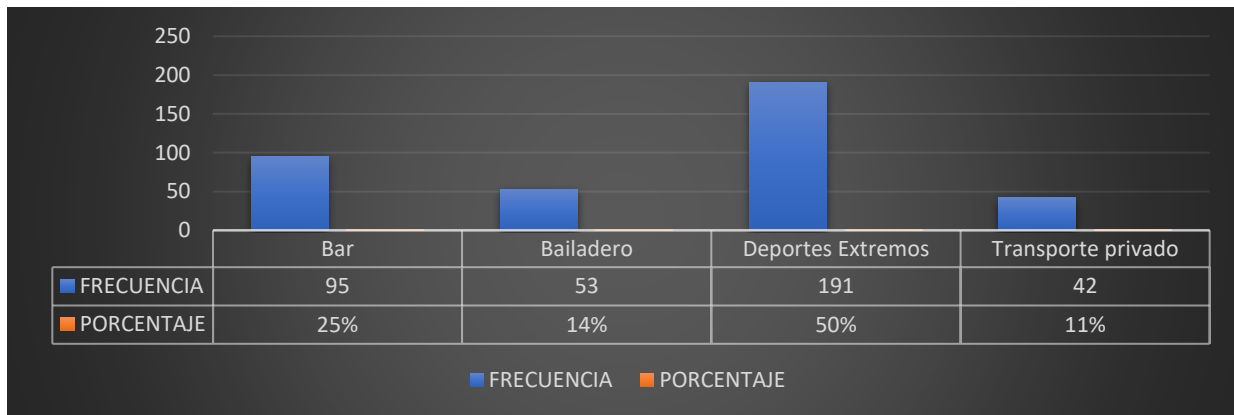


Según la encuesta, a la pregunta sobre el precio que estarían dispuestos a pagar los consumidores potenciales, respondieron que; de \$15.000 a \$20.000 el 38%, de \$25.000 a \$30.000 el otro 38%, de \$30.000 a \$35.000 el 23% y de \$35.000 el 2%, donde se puede observar que a pesar de que la encuesta fue aplicada para familias en estratos altos como el 4 y el 5, estos consideran que el precio por entrada es importante.

El dato obtenido sobre el precio a pagar por los consumidores potenciales, permitió al desarrollador del proyecto conocer cuánto estarían dispuestos a pagar los clientes y cuanto se podrá cobrar por la entrada a la finca considerando los costos y gastos por la producción del servicio.

Figura 19

Servicios adicionales recomendados para el proyecto



Según la encuesta, los habitantes de la ciudad de Pasto indicaron que les gustaría se les brindase servicios adicionales para complementar los ya propuestos en la finca, tales como: deportes extremos un 50%, Bar un 25%, bailadero un 14% y transporte privado un 11%, evidenciando que la personas en la ciudad de Pasto les gusta que los lugares cuenten con diversos servicios como los deportivos y sobre todo de ocio ya que esto es una tendencia cultural de los habitantes de la ciudad.

Cabe aclarar que, los servicios adicionales o actividades, fueron evaluadas por el proyecto pues al ser un lugar familiar hay variables como el de bailadero con bebidas alcohólicas y piscinas que nos son recomendables, pues al ser un proyecto a las afueras de la ciudad de Pasto, donde las condiciones climáticas y la lejanía hacen que se replanteen y no sean posibles actualmente. Cabe recalcar que todas las variables serán tenidas en cuenta, pero serán modificadas si para el proyecto es viable.

4.1.1.2 Entrevista realizadas a empresas de la competencia

Para obtener información precisa sobre la competencia que tendría la finca turística se identificaron 3 diferentes empresas que prestan servicios con similares características, a las cuales se les aplicó la misma entrevista a los administradores, gerentes o encargados de los respectivos establecimientos para conocer acerca del mercado, clientes, servicios que prestan y sobre todo conocer cuáles son sus puntos fuertes y débiles.

Tabla 5

Entrevista realizada a la competencia, con las respuestas unificadas y analizadas

Empresa: Centro ambiental Chimayoy Ubicación: kilómetro 8, de la vía que conduce de Pasto a Chachagüí, sobre la vía panamericana norte Administradora: CORPONARIÑO-Asesor encargado (Marco Ortega Jiménez) Fecha de la Entrevista: 19 de marzo de 2022		
Preguntas	Respuesta	Análisis
1. ¿Qué servicios ofrece la empresa?	Es un centro de investigación que se centra en el cuidado ambiental, que a su vez funciona como centro recreativo para cualquier persona que nos visite.	El servicio tiene un concepto ambiental importante para crear conciencia en las personas y hacer que se cuide el entorno natural.
2. ¿Qué factor cree le agrega valor a la empresa?	Los espacios rodeados de paisajes naturales enfocados en la conservación de la flora y fauna del departamento.	Este es un factor importante ya que ofrece espacios amplios y naturales lo cual busca mucho las personas en la actualidad después de la pandemia.
3. ¿Cuáles son sus ingresos promedio mensuales?	Los ingresos varían por temporada, pero siempre hay actividad.	La información económica de la empresa es un tema sensible por lo

	Este es un lugar que ofrece todo el año servicios a escuelas, universidades y toda entidad que quiera visitarnos, por lo que, el flujo de personas es constante. La información económica es manejada por la administración de CORPONARIÑO.	que solo la conoce la entidad que la administra.
4. ¿Cuántas personas lograron atender en el año? Teniendo en cuenta la pandemia.	Como se mencionó, depende de la temporada del año, pero siempre hay personas. Durante pandemia debió cerrar porque así lo dicto el gobierno, ya para 2021 fue un año difícil pues solo visitaron el parque 1100 personas a pesar de contar con más capacidad de atención.	La pandemia afecta en gran medida la economía de los sitios turísticos por lo que la reactivación a cierre de año ha sido lenta.
5. ¿Qué precios manejan en sus servicios?	El precio de ingreso es de \$5.000 adultos y \$2000 niños, quienes disfrutaran de un recorrido acompañado por personal profesional que le guiará durante el recorrido.	Manejan precios accesibles para el público, lo que hace que sea tan atractivo para los consumidores.
6. ¿De dónde provienen la mayoría de visitantes del establecimiento?	De todas partes del departamento, en su mayoría de la ciudad de Pasto, pero suelen llegar extranjeros en grupos grandes desde el Ecuador.	Su público objetivo es variado no se limitan al consumidor local sino también han llegado fuera de los límites del departamento.
7. ¿Cuál es su estrategia de publicidad?	Es un parque con muchos años, entonces es muy reconocido. La promoción es mediante CORPONARIÑO, CITUR, entidades públicas que promocionan el lugar.	Es una ventaja importante la administración del lugar pues hace que su promoción llegue a muchas partes.
8. ¿Cómo afrontaron la crisis de Covid 19?	El parque cerro, pero al ser un parque de conservación natural tuvo subsidio del estado para su continuidad y evitar daños en él.	A pesar de cerrar no tuvo mayores problemas pues el estado procuro el lugar conservándolo en perfecto estado.
9. ¿cuáles considera que son sus principales fortalezas y debilidades?	La mayor fortaleza es que ofrecemos son las amplias instalaciones y los bajos precios. La debilidad puede ser que el parque no ha tenido mayores modificaciones a través del tiempo.	Las fortalezas pueden minimizar las amenazas del lugar, pero por ser un parque de conservación natural no hace que sea posible mayores modificaciones.
10. ¿cuáles considera que son sus oportunidades y amenazas?	Oportunidad la trayectoria del parque en el mercado. La amenaza son las problemáticas naturales que no pueden ser controladas.	Se deben de conocer mejor las oportunidades con las que cuenta la empresa que permitan minimizar los daños que ocasionen dichas amenazas.
Empresa: Finca La Esperanza Ubicación: La Unión Nariño, Vereda el Mayo (vía a Cali) a 15 minutos del casco urbano Encargado: Manuel Gómez Elicer Fecha de la Entrevista: 21 de marzo de 2022		
1. ¿Qué servicios ofrece la empresa?	Servicios de alojamiento en cabañas, recreación por zonas con actividades como: Degustación de café recién procesado y observación de su producción por ser el producto emblema de la región que se puede disfrutar en una cafetería instalada en la entrada de la finca, descanso en hamacas y piscina, caminatas en senderos rodeados por	Su servicio principal es el alojamiento en cabañas, pero a aprovechados los espacios e instalaciones para tener ingresos extras.

	la vegetación y las plantaciones de café, cabalgatas a caballo, observación de diversidad de plantación de flores, juegos de mesa (billar y ping pon)	
2. ¿Qué factor cree le agrega valor a la empresa?	Un factor diferenciador es la ruta cafetera, pues aquí le brindamos al cliente la posibilidad de conocer el proceso del café desde que se recolecta hasta que se lleva a un empaque, porque en Nariño son pocas las empresas que aportan algo representativo como lo es el café para nuestra región.	Aprovechar que el café es un producto de consumo masivo ideando una actividad que lo represente como la ruta cafetera refleja que la empre toma las oportunidades muy bien.
3. ¿Cuáles son sus ingresos promedio mensuales?	Información manejada por el contador.	La información financiera es un tema sensible que no se comparte por temas de privacidad.
4. ¿Cuántas personas lograron atender en el año? Teniendo en cuenta la pandemia.	Durante la pandemia el lugar cerró sus puertas, por lo que la cantidad al cierre del año fue entre 650 a 680 aproximadamente.	La pandemia ha hecho que la recuperación de clientes sea lenta y no se logre atender mucha gente.
5. ¿Qué precios manejan en sus servicios?	Las cabañas con capacidad para 4 personas \$270.000, pero ya los servicios de la ruta cafetera tienen un costo adicional de \$10.000 mil por persona para observar el proceso y degustar uno. La entrada a la piscina es de 10.000 por persona, mientras para montar caballo ya son \$25.000 por la hora.	Los precios varios según el servicio pues los costos y gastos varias dependiendo de cada uno.
6. ¿De dónde provienen la mayoría de visitantes del establecimiento?	De la unión vienen mucho para los fines de semana, pero para las cabañas vienen más que todo de Pasto, Ipiales y hasta el Ecuador.	Conocen que su mercado objetivo es diverso por lo que han aprovechado las instalaciones de la empresa para atraer público local y fuera de este.
7. ¿Cuál es su estrategia de publicidad?	La emisora local promociona el lugar en la unión y la página de Facebook.	Se han enfocado en darse a conocer más localmente a pesar de contar con un servicio de alojamiento que no es adquirido por ese mercado, por lo que, la finca no es muy reconocida fuera de los límites del municipio de la unión.
8. ¿Cómo afrontaron la crisis de Covid 19?	Aquí en la finca se procesa café, entonces mientras la gente no venía a alojarse se vendía café, pero el servicio de piscina siempre estuvo activo, junto con los caballos y juegos de mesa. Aquí no fue muy fuerte y las personas salían, solo estuvimos encerrados como 4 meses.	Contar con otro servicio como la producción del café genero ingresos extras que hizo que la empresa pudiera tener continuidad y mantenerse durante la crisis.
9. ¿cuáles considera que son sus principales fortalezas y debilidades?	Las fortalezas; manejamos diversidad turística, poseemos bastantes espacios verdes, buena infraestructura, estamos ubicados cerca al centro de la unión y bastante flujo de personas los fines de semana. Las debilidades; Falta de manejo de redes, falta de carretera pavimentada hacia la finca y lejanía a la capital	Conocer las fortalezas y debilidades reflejan que la empresa se preocupa por lo que pase internamente en ella.

10. ¿cuáles considera que son sus oportunidades y amenazas?	<p>Oportunidades: La finca está rodeada de recursos naturales potenciales para el turismo, las personas prefieren los sitios naturales para descansar, el turismo está en reactivación, la unión es un destino atractivo para los nariñenses.</p> <p>Amenazas: Hay mucho desempleo en la unión y Nariño, hay presencia de bacrim, crisis mundiales que puedan afectar nuevamente al turismo.</p>	Han aprovechado las oportunidades que tienen para minimizar las amenazas que no pueden controlar.
<p>Empresa: Hacienda Alsacia Restaurante Campestre Ubicación: Tuquerres-Tomando la vía de El Espino Encargado: José Melduvio (Capataz encargado) Fecha de la Entrevista: 27 de marzo de 2022</p>		
1. ¿Qué servicios ofrece la empresa?	Servicio de restaurante y recreación como contacto con animales de granja, juegos infantiles, recorrido por senderos, espacio para practicar y observar motocross y eventos de car audio expo, alquiler de cuatrimoto, paseo en burro o a caballo.	La empresa a diversificado sus servicios ofreciendo no solo comida en el restaurante sino también utiliza los espacios de la hacienda para actividades que le han resultado económicamente provechosas.
2. ¿Qué factor cree le agrega valor a la empresa?	A venta de comida es muy variada y le damos a la gente la oportunidad de que pueda disfrutar un día completo con otras actividades.	La empresa ha sacado provecho de los espacios que contiene ideando actividades que las personas disfrutan, generando a su vez ingresos extras.
3. ¿Cuáles son sus ingresos promedio mensuales?	No lo sabe.	La información es privada por lo que no es compartida con facilidad.
4. ¿Cuántas personas lograron atender en el año? Teniendo en cuenta la pandemia.	Al permitir abrir los restaurantes sin restricciones llegaron en promedio más de 900 personas.	Es importante conocer el flujo de personas que frecuenta la empresa pues permite saber si la empresa está siendo rentable o no.
5. ¿Qué precios manejan en sus servicios?	Los platos del restaurante están entre los \$12.000 y \$30.000, la entrada a la hacienda \$2000, alquiler de cuatrimotos \$50.000 los 10 minutos, caballos y burro \$2000 y el uso de la pista de veloareana va por cuenta de la empresa que lo alquila.	El precio que manejan va dependiendo del servicio pues los costos y gastos varían de acuerdo a cada uno, pero en general son precios accesibles.
6. ¿De dónde provienen la mayoría de visitantes del establecimiento?	De todo el departamento de Nariño.	Es desconocido el nicho de mercado, pero atraer visitantes de todo el departamento refleja que la empresa ha sabido llegar a las personas.
7. ¿Cuál es su estrategia de publicidad?	Las redes sociales y emisoras.	Aprovechan las tecnologías como medio masivo para llegar al consumidor final lo que les ha ayudado a tener más visitantes.
8. ¿Cómo afrontaron la crisis de Covid 19?	Cerramos y un prestamos bancario permitió continuar.	Al recibir financiación se refleja que la empresa estaba calificada de forma positiva en el mercado, lo que quiere decir que era económicamente estable antes de la pandemia.

9. ¿cuáles considera que son sus principales fortalezas y debilidades?	Las fortalezas; que las personas pueden venir a comer un fin de semana y hacer otras actividades de descanso. Debilidad; El costo de mantenimiento de la hacienda, animales y demás se ha encarecido.	Conocer las fortalezas aprovechándolas diversificando en los servicios ofrecidos ha logrado costear los altos costos en los que incurren para poder mantenerse en el mercado.
10. ¿cuáles considera que son sus oportunidades y amenazas?	Oportunidades; Las personas les gusta ahora as lo natural. Amenazas; Las pandemias, las lluvias, la inseguridad...	Aprovechan las tendencias para ampliar el portafolio de servicios y lograr la menor afectación en caso de amenazas.
Empresa: Reserva Natural el encanto Ubicación: La Florida Encargado: Segundo Adolfo Rosero (Encargado) Fecha de la Entrevista: 27 de marzo de 2022		
1. ¿Qué servicios ofrece la empresa?	Servicios de recreación en entornos naturales, donde las personas pueden realizar actividades deportivas como bici montañismo, senderismo en puentes y caminos elaborados con materiales del mismo entorno y nado en el rio pues el clima hace de esta actividad la más apreciada en el recorrido	La empresa se enfoca en los servicios recreativos enfocados en el turismo deportivo pues los entornos de la reserva le permiten la ejecución de actividades para su realización.
2. ¿Qué factor cree le agrega valor a la empresa?	Los deportes son importantes en la vida de las personas y aquí se pueden realizar una gran variedad.	Conocen que el gusto por el turismo deportivo por los consumidores es grande y permiten que las personas los realicen de forma divertida.
3. ¿Cuáles son sus ingresos promedio mensuales?	No responde	Los ingresos percibidos siguen siendo temas de difícil acceso.
4. ¿Cuántas personas lograron atender en el año? Teniendo en cuenta la pandemia.	Entre 600 a 620. Las personas están viniendo de forma progresiva.	La actividad turística está regresando a la normalidad de forma lenta pero su activación dependerá de la astucia de los emprendedores del sector.
5. ¿Qué precios manejan en sus servicios?	La entrada \$5000, y puede recorrer toda la reserva.	El precio es accesible y concuerda con lo ofertado.
6. ¿De dónde provienen la mayoría de visitantes del establecimiento?	De la ciudad de Pasto.	El nicho de mercado es conocido por lo que se puede suponer que a los habitantes de Pasto les llama mucho la atención el turismo deportivo en entornos naturales.
7. ¿Cuál es su estrategia de publicidad?	La reserva se encuentra entre los parques protegidos por CITUR, por lo que ellos hacen la promoción del lugar.	Las reservas naturales cuentan con el apoyo del estado lo que debería hacer del lugar muy reconocido, pero no hay mucha información online a cerca de él.
8. ¿Cómo afrontaron la crisis de Covid 19?	Cerro, pero CITUR estuvo pendiente del parque siempre.	Al ser una reserva el estado ayudo a minimizar el impacto económico generado por la crisis del covid 19.
9. ¿cuáles considera que son sus principales fortalezas y debilidades?	Fortalezas; las actividades deportivas mejoran la salud y estado anímico de las personas por eso se han abierto posibilidades para la realización de deportes extremos.	Aprovechar los problemas generados por el encierro como el deterioro de la salud hizo que la empresa se fortaleciera.

	Las 13 cascadas que las personas disfrutaban haciendo rapel, bañándose o solo observándolas. Debilidades; No hay guías y las personas deben hacer el recorrido mediante señalización.	Los guías turísticos son necesarios si los recorridos así lo requieren por lo que es una debilidad mínima para la empresa.
10. ¿cuáles considera que son sus oportunidades y amenazas?	Las oportunidades; las personas gustan de los entornos naturales para pasar ratos de calidad. Amenazas; difícil acceso a la reserva, las lluvias no permiten abrir y son constantes.	Las amenazas son variables difíciles de manejar por lo que se deben trazar mejores estrategias para minimizar la afectación de las mismas.
Empresa: Refugio Natural La Totora Ubicación: Vía Laguna de la Cocha-Vereda Santa Clara (El Encano). Encargado: : Ingeniero Agrícola. Luis Carlos Burbano Gómez		
Fecha de la Entrevista: 20 de marzo de 2022		
1. ¿Qué servicios ofrece la empresa?	Servicios de alojamiento en lujosos glamplings, Servicio de restaurante y servicios recreativos, mediante planes elaborados para grupos, parejas o personas solas.	Los servicios han sido bien complementados los unos con los otros haciendo que las personas tengan variedad a la hora de elegir los servicios.
2. ¿Qué factor cree le agrega valor a la empresa?	Primero que somos una empresa autosostenible, amigable con el ambiente y en pro de la región y los habitantes, porque la mano de obra es netamente del encano, además, el concepto de alojamiento en glamping es algo que no es frecuente en Nariño.	Conocen que su mayor ventaja es ser una empresa autosostenible y que todo en la finca se hace en beneficio al ambiente y la sociedad a su alrededor.
3. ¿Cuáles son sus ingresos promedio mensuales?	Es variable, pero en temporada baja ronda los 75 millones y en temporadas altas los 140 millones mensuales. Recuerda que somos autosostenibles los que nos permite generar ingresos adicionales.	Los ingresos generados por la actividad económica de la empresa le permiten costear la producción de servicios de la empresa.
4. ¿Cuántas personas lograron atender en el año? Teniendo en cuenta la pandemia.	Tenemos dos tipos de alojamiento, cabañas estilo Glamping que en total son 9 con una capacidad de máximo 6 personas, si el lugar se llenaría completamente alcanzarían aproximadamente 54 personas diariamente. Los meses de mayor afluencia están en un promedio entre 800 personas, si hablamos de temporadas de vacaciones, navidades, días del amor y la amistad o semanas santa.	Conocer la capacidad de la empresa les permite brindar mejor los servicios ofertados.
5. ¿Qué precios manejan en sus servicios?	Los precios varían según el paquete que se escoja, para parejas tiene un precio, grupo o familias otro, dentro de este se ofrece alojamiento, visita a fábrica de vinos, paseo en lancha, desayuno, almuerzo o cena. Los planes de alojamiento entre 250.000 y los 600.000, dependiendo los días. Los platos en el restaurante para las personas que no se alojan están entre los \$40.000 y \$90.000, la entrada a las instalaciones \$10.000 y los deportes extremos van por parte de la empresa asociada.	Los precios dependen de los servicios pues cada uno cuenta con costos y gastos diferentes. En general los precios son altos y se puede suponer que el mercado que manejan son estratos altos.

6. ¿De dónde provienen la mayoría de visitantes del establecimiento?	De la ciudad de pasto, la mayoría vienen de la ciudad, también nos visitan de otras ciudades, pero en un porcentaje menor y de varias regiones de Nariño. También nos visitan mucho de la ciudad de Bogotá, Medellín y Cali.	Al ser una empresa con turismo en tendencia a sabido ampliar su mercado objetivo de los habitantes de la ciudad de Pasto hasta personas fuera de ella.
7. ¿Cuál es su estrategia de publicidad?	Las redes sociales y las alianzas con proveedores de turismo, donde contamos con gran número de seguidores, y estamos en constante actualización mostrando los servicios y las calificaciones que os mismos nos dan. Por otra parte, incursionamos en buscadores de alojamiento como Airbnb, TripAdvisor y hoteles.com	La empresa usa correctamente las herramientas de difusión como medio para darse a conocer lo que le a permitido traspasar las fronteras de Nariño.
8. ¿Cómo afrontaron la crisis de Covid 19?	Fue un tiempo difícil ya que todo se tuvo que cerrar un tiempo, pero con mucha constancia, pues empezamos a implementar herramientas como paneles solares de alta carga, canales para recolectar el agua de la lluvia que nos permitían seguir con el proyecto a la espera de poder abrir y sin dejar las redes se hacía visible el lugar, para que no fuera olvidado. Ya cuando se nos permitió abrir las personas empezaron a buscar sitios como este, con ambientes naturales, aire fresco y sobre todo alejado de la ciudad, así ganamos clientes y se ha venido recuperando, aunque no en su totalidad.	Durante el tiempo que debieron cerrar empezaron a innovar maneras de recortar gastos implementando mecanismos para ahorrar luz y agua.
9. ¿cuáles considera que son sus principales fortalezas y debilidades?	Nuestras fortalezas son: fácil acceso, ubicación estratégica, riqueza de recursos naturales, autosostenibles y Preservamos el medioambiente y mejoramiento continuo. Las debilidades podrían ser: Clima y no contamos con zonas infantiles	Conocen muy bien sus fortalezas y debilidades, por lo que, podrán mejorar de acuerdo a las circunstancias y entorno.
10. ¿cuáles considera que son sus oportunidades y amenazas?	Nuestra oportunidad es que las personas en la actualidad buscan algo diferente y el concepto que brindamos es novedosos. Además, la zona es muy reconocida por el turismo Nariñense, que se encuentra cerca a otros recursos como ríos, cascadas y hay mucha cultura para conocer. La mayor amenaza es que el Covid nos afecte nuevamente pues constantemente a nuevas variantes y alarmas que no podríamos superar en este momento otro cierre.	Un punto importante es lo que dice esta empresa, que las personas buscan algo diferente, es decir otro tipo de turismo en Nariño, y como todas las empresas temen a un nuevo encierro y sobre todo a los paros que genera incremento en precios de insumos y producto.

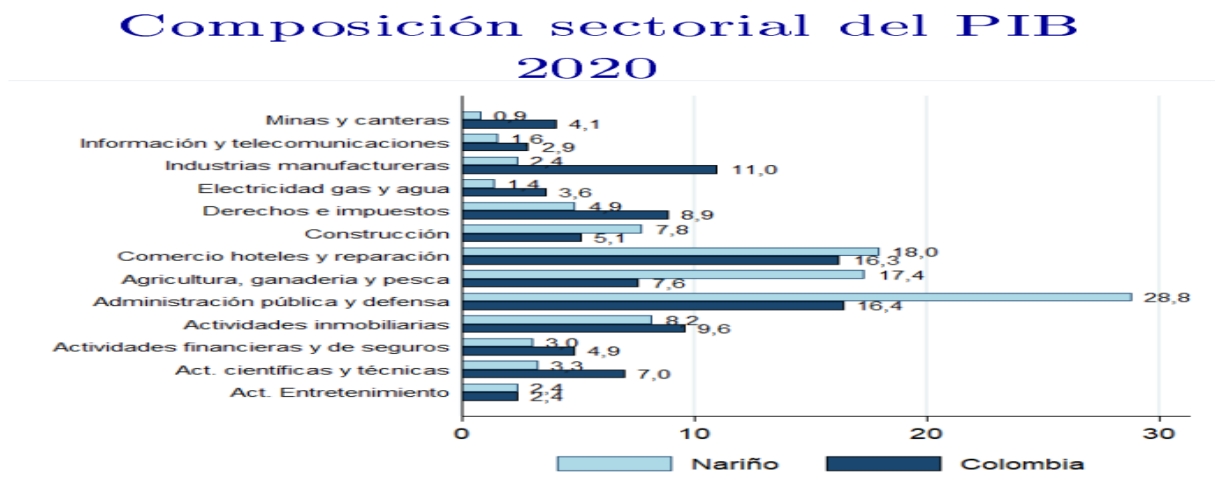
Nota. Tabla que muestra las entrevistas unificadas realizadas a los respectivos representantes comerciales de los establecimientos de la competencia.

4.2 Análisis Sectorial

El turismo en Nariño, es una actividad económica que se encuentra ubicado de ultimo en el aporte al PIB departamental, situado entre las actividades de entretenimiento, ya que, al departamento no se le ha promocionado ni sacado provecho en este sentido, donde a pesar de ser un sector con bastante proyección y ser una región que cuenta con los recursos naturales suficientes para su desarrollo este no ha sido potencializado de la manera correcta, por lo que, en plena reactivación económica del sector es cuando se deben generar ideas que promuevan el turismo como base para el desarrollo del departamento y sus habitantes. Además, cabe mencionar que el departamento de Nariño ha sido por años una región donde predomina la violencia, eso hace que la gente tema a venir a conocerlo y los mismos nariñenses sientan miedo de recorrerlo, por lo que, se debe empezar a contribuir para cambiar ese concepto impulsando el turismo proyectándolo como un sector de bienestar, descanso y hermandad, todo para que se pueda cumplir con el objetivo de una reactivación económica continua y eficiente.

Figura 20

Composición sectorial de PIB en Nariño 2020



Fuente: Información: Perfiles Económicos Departamentales. Composición sectorial del PIB 2020. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/perfiles-economicos>.

En el mismo contexto, hay que recordar que durante la crisis generada por el Covid 19 el sector más golpeado fue el turismo, Nariño venía presentando avances comerciales para promocionar al departamento como destino turístico verde, pero con la llegada de la pandemia todo debió detenerse, pues la gente debía aislarse para evitar los contagios masivos que se estaban generando en 2020, esto provoco que el sector entrara en una fuerte crisis donde se generó bastante incertidumbre entre quienes ofrecían servicios turísticos, en consecuencia de esto muchos empresarios debieron cerrar los establecimientos causando más desempleo e inseguridad para el departamento, de modo que, para controlar que el sector no desapareciera en la región las autoridades territoriales incluyeron dentro del plan estratégico departamental de reactivación al turismo.

Figura 21

Reactivación económica a la medida- Inclusión del Turismo



Fuente: Informe preliminar Cámara de Comercio de Pasto. Reactivación económica a la medida “En Nariño, primero lo nuestro”. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co>

Es importante recalcar que, la ciudad de San Juan de Pasto es quien focaliza la mayor actividad económica del departamento y por ende gran parte de las empresas se sitúan en el casco urbano, además concentra una cantidad considerable de la población de Nariño, por lo que es ahí donde se desarrollan la mayoría de ideas comerciales del departamento, convirtiendo a los habitantes de la ciudad en el mercado objetivo de muchas de las organizaciones que quieren emprender en los diferentes sectores productivos siendo uno de ellos el turismo, sector donde participan varias empresas de servicios como: hoteles, operadores de turismo, agencias de viajes, sitios recreacionales, parques temáticos, fincas turísticas etc.

En Pasto, existen diversos lugares donde las personas y especialmente las familias pueden pasar los ratos libres cuando optan por salir de la monotonía de la ciudad, estos en su mayoría están ubicados a las afueras de la misma en las zonas rurales, pues es donde se logran alejar del ajetreo causado por el bullicio y la contaminación de la ciudad, lugares que actividades de relajación, recreación y contacto con la naturaleza donde las personas tienen la opción pasar el día, sitios ecológicos o reservas naturales que han sido adaptadas para que las personas conozcan más sobre el entorno natural, el cuidado y la preservación del mismo.

Para el proyecto, Finca Experience se identificaron cinco lugares como competencia directa e indirecta por presentar servicios recreativos similares, como el parque natural CHIMAYOY, finca recreacional LA ESPERANZA, parque natural EL ENCANTO, refugio LA TOTORA y hacienda ALSACIA, cada uno ofrece turismo para familias o grupos grandes mediante diferentes actividades de entretenimiento, lugares que le permite a las personas no solo disfrutar de las

instalaciones y actividades, sino también tendrán una enseñanza y conocimientos sobre la flora y fauna de la región. Las características más importantes de la competencia son:

✚ **PARQUE NATURAL CHIMAYOY:** Ubicado en el kilómetro 8, de la vía que conduce de Pasto a Chachagüí, sobre la vía panamericana norte, es uno de los centros recreativos con gran cantidad de espacios naturales y biodiversidad de plantas y flores. Cuenta con un sendero ecológico de una hora de recorrido aproximadamente, en él se puede apreciar una quebrada cerca del camino, siendo el mayor atractivo la laguna que se encuentra al inicio del sendero, rodeada de flores y majestuosos árboles que hacen del lugar un hermoso paisaje. En sus alrededores hay zonas verdes destinadas a la práctica de juegos deportivos y juegos estáticos elaborados en guadua para niños.

Lo más representativo del lugar sin duda son: Los bellos paisajes de Chimayoy y la conservación de la flora y fauna que lo convierten en un lugar ideal para disfrutar de la naturaleza, donde los visitantes aprenden el valor de la vida ambiental. El objetivo del parque, es informar a turistas y pastusos, sobre las medidas de cuidado ambiental. En el centro hay senderos perfectos para caminatas ecológicas mientras realizas actividades relacionadas con el cuidado del medio ambiente, donde para entrar se paga el precio entre 6.000 y 10.000 pesos de acuerdo al día que incluyen el suso de todas las instalaciones.

✚ **FINCA RECREACIONAL LA ESPERANZA:** Sitio ubicado en la Unión Nariño en la vereda Mayo, a 15 minutos del casco urbano, ofrece los servicios de pasadía, con instalaciones para la recreación, dividida por zonas con actividades como: Degustación de café recién procesado y observación de su producción por ser el producto emblema de la región que se puede disfrutar en una cafetería instalada en la entrada de la finca, descanso en hamacas y piscina, caminatas en senderos rodeados por la vegetación y las plantaciones

de café, cabalgatas a caballo, observación de diversidad de plantación de flores, juegos de mesa (billar y ping pon). Aquí se oferta el alojamiento por días donde van incluidos todas las actividades de la finca, la finca no presta servicio de restaurante, pero mantiene alianzas con 2 de la zona donde los clientes remitidos del hotel tendrán oportunidad de comer con un descuento del 5%.

✚ PARQUE NATURAL “EL ENCANTO”: Ubicada en el municipio de La Florida a una distancia de 24.7 km de la capital del Departamento (Pasto), donde se pueden realizar actividades deportivas como bici montañismo, senderismo en puentes y caminos elaborados con materiales del mismo entorno y nado en el río pues el clima hace de esta actividad la más apreciada en el recorrido. Además, el parque cuenta con una extensa zona verde que hace del entorno un lugar tranquilo y libre de contaminación que se puede observar mediante plataformas hechas en madera.

El mayor atractivo del lugar son las 13 cascadas que se encuentran en diferentes lugares de la finca, donde los visitantes podrán refrescarse o incluso la empresa extremo-turismo suele instalar en temporadas de mayor concurrencia las herramientas para realizar rafting, un deporte extremo poco practicado por qué no hay suficietes lugares donde lo ofertan en Pasto. La entrada al lugar tiene un valor de 12.000 mil pesos que incluye el uso de las instalaciones, pero hay que mencionar que no cuenta con servicios de parqueo ni restaurante por lo que hay que arreglárselas al llegar al lugar.

✚ REFUGIO NATURAL LA TOTORA: Sitio ubicado en el encano en la vereda Santa Clara a 1 hora de la ciudad de Pasto, abierto al público en 2018, ofreciendo alojamiento en glamplings de 2 clases (Lujo y Clásico), restaurante con tres platos abierto solo durante las noches o para eventos, con atractivos como: zona pequeña de juegos para niños, áreas

amplias para caminar, observación de paisajes infinitos que dejan ver el horizonte verde de la cocha, sus plantas autóctonas y la cascada natural de la montaña, donde se promueve el conocimiento de la región sobre la laguna como humedal incluido en el pacto de Ramsar mediante rótulos que están puestos en varias zonas del lugar. Además, se realizan actividades conjuntas con aliados comerciales para hacer buceo en la laguna y paseos en canoa durante el día, ya cayendo la noche se hacen conversatorios sobre mitos y leyendas del encano, fogatas para tomar chocolate y prender masmelos. Aquí se cuenta con distintos planes elaborados para parejas o grupos grandes, los deportes extremos en la laguna de la cocha cuentan como adicionales, pero al ser un lugar ubicado en el encano los propietarios optaron por permitir el ingreso a quienes no desean hospedarse cobrando por entrada la que incluye el recorrido a todas las instalaciones por \$55.000.

✚ **HACIENDA LA ALSACIA:** La hacienda está ubicada en el municipio de tuquerres, en el corregimiento del Espino vía a Guachucal a una hora y cuarenta y cinco minutos de la capital nariñense, con un clima entre los 7° y 24 °, inicio labores en el 2019 como restaurante campestre con una amplia carta de comidas típicas de Nariño, ya con el tiempo fue renovando los servicios y ampliando las instalaciones para incluir actividades recreativas que hoy se pueden disfrutar con precios por separado por cada atractivo como: paseo a caballo, observación y alimentación de animales de granja (ovejas, conejos, cerdos, llamas, cabras, patos, avestruz, pavo real), paseo en lancha por el lago, juegos infantiles (trampolín, inflable, pinturitas), pista de veleoarena (alquiler de cuatrimotos). Los precios para cada actividad oscilan entre los \$10.000 a \$90.000.

De la misma forma, la hacienda abre las puertas al público toda la semana en horarios de 8:30am a 12:30 pm y 2:30pm a 7:00pm, por lo que, permite que quien los quiera visitar no

tengan problemas por decidir qué día poder ir. Cabe recalcar, que el atractivo más concurrido del establecimiento es sin duda la pista de velloarena, pues, se han hecho campeonatos municipales y ha contado con la presencia de competidores nacionales en motocross.

Estos lugares, contienen atractivos y servicios similares a los propuestos en Finca Experience, en cuanto a actividades que ofrecen el más concurrido o posicionado es el parque natural CHIMAYOI, por tener espacios naturales conservados y transmitir un mensaje de preservación del medio ambiente, además, actividades al aire libre, zonas de descanso y relajación. Por otro lado, el caso de La finca recreacional la Esperanza otro competidor, que cuenta con alojamiento en zona rural de clima cálido, terreno grande donde están bien limitadas las zonas recreativas con espacios suficientes para el distanciamiento entre familias donde pueden realizar las actividades que quieran, como el contacto con la naturaleza y las costumbres de la región mediante las caminatas ecológicas y la ruta cafetera es la actividad que más le ha agregado valor al establecimiento.

Por otro lado, hay que mencionar que una de las falencias de la competencia a la hora de llegar al consumidor es la difusión de información sobre el establecimiento, pues es mínima, por lo que; se convierte en una clara debilidad, pues, en un mundo tan desarrollado tecnológicamente es imprescindible hacer uso de todas las herramientas tecnológicas a las que se tenga acceso para poder dar a conocer el lugar, pero la competencia solo maneja medios de difusión como: Facebook y TripAdvisor como aliado para reservar (Finca recreacional La Esperanza), Facebook, Instagram y TripAdvisor (parque natural Chimayoy), Facebook (El Encanto), redes que no han sido actualizadas. Cabe mencionar que, la forma de promocionarse es muy importante para las

empresas, pues es la forma de conectar con los clientes que usan los medios online para conocer sobre los sitios, las ofertas y reservas del lugar turístico.

Por otro lado, un factor importante para los turistas son las actividades y las instalaciones del mismo, por lo que los competidores de Finca Experience brindaran diversas actividades recreativas en zonas verdes, puesto que, en el turismo rural el contacto con la naturaleza es uno de los factores más demandados por los pastusos que buscan tener experiencias más próximas con el entorno natural, lo que hace que el proyectos esté orientado en el diseño de atractivos que le permitan al cliente sentirse más cercano a lo natural y al campo. Cabe mencionar, que los lugares de la competencia han sido construidos tomando en cuenta las oportunidades del mercado turístico y la importancia de la naturaleza, donde se han aprovechado los espacios naturales con atractivos que generar el menor daño a la fauna y flora del lugar, donde han implementan métodos como; el uso de paneles solares para generar electricidad, materiales biodegradable, reciclaje, no venta de comida en plásticos, latas, tarros, y recolección de agua para limpieza, que hacen de los lugares autosostenibles y atractivos para las personas que ven en estos proyectos una esperanza para la continuidad del planeta tierra.

Según lo dicho en el plan Estratégico de turismo de naturaleza implementado por la gobernación de Nariño por la dirección de turismo, “El turismo de naturaleza es una forma de turismo sostenible. Dicho turismo tiene plenamente en cuenta sus impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros, atendiendo las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades locales”. (Plan de Turismo Natural, Nariño. 2020. *Crecimiento Verde: Un crecimiento económico ambientalmente sostenible y socialmente incluyente*. p. 1)

Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico, y se debe establecer un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, el turismo sostenible debería:

- Hacer un uso óptimo de los recursos naturales que constituyen un elemento clave en el desarrollo del turismo, manteniendo procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar el patrimonio natural y la biodiversidad.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades locales, conservar su patrimonio cultural construido y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir a la comprensión y tolerancia intercultural.
- Garantizar operaciones económicas viables a largo plazo, que brinden beneficios socioeconómicos a todas las partes interesadas, y que estos beneficios sean distribuidos de forma justa, incluyendo oportunidades de empleo estable, de generación de ingresos y servicios sociales para las comunidades locales, aportando así a la disminución de la pobreza.

El turismo sostenible también debe mantener un alto nivel de satisfacción por parte de los turistas. Se les debe garantizar una experiencia significativa, y así mismo se les debe sensibilizar sobre el respeto al medio ambiente y a la cultura local (p. 2).

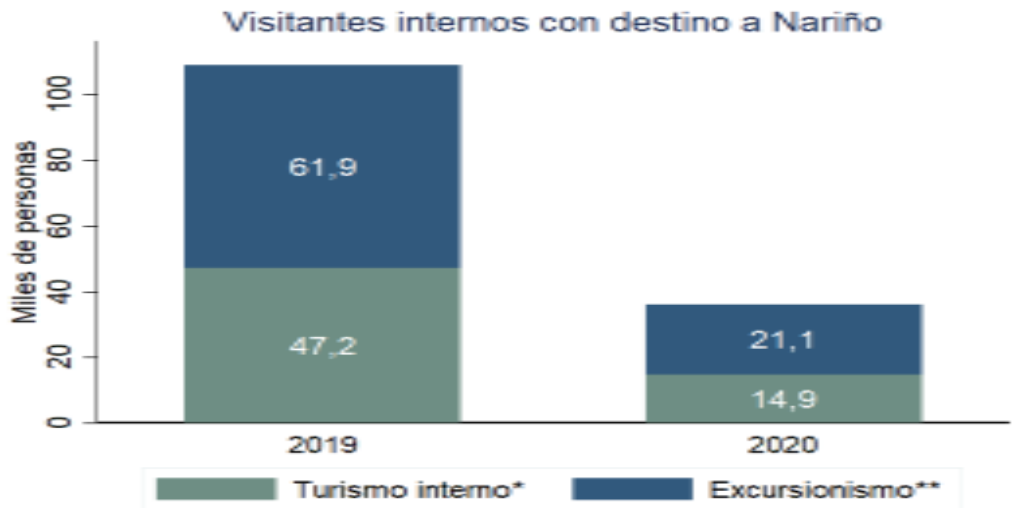
En la ciudad de Pasto, son muy pocos los emprendimientos turísticos rurales que apuestan por ideas con conceptos de cuidado ambiental y desarrollo social en las zonas rurales donde hay mayor concentración de entornos naturales, pues, el turismo ha sido desaprovechado, mínimamente apoyado por los entes departamentales y poco explorado para el uso turístico, donde, se resalta que los pocas empresas que hay tienen un enfoque que se limita a la preservación natural, lo que

evidentemente no es malo pero podría ser mejor si permitieran participar a la comunidad rural que en el departamento es la más afectada por las crisis del departamento, por lo que, la idea de crear un emprendimiento con sentido no solo ambiental sino también social ayudara a que las comunidades puedan avanzar en el desarrollo de su localidad.

El turismo local en la ciudad de Pasto, se mueve dependiendo del flujo de visitantes que normalmente ocurre con mayor frecuencia en temporadas altas en el año (Abril, julio y diciembre), aunque, hay que recordar que en el 2020 con la llegada del covid 19 el sector fue golpeado el debido a las restricciones que impedía que los Pastusos salieran de casa para evitar contagiarse, lo que, redujo el tránsito de turistas internos, esto se puede evidenciar en la siguiente figura.

Figura 22

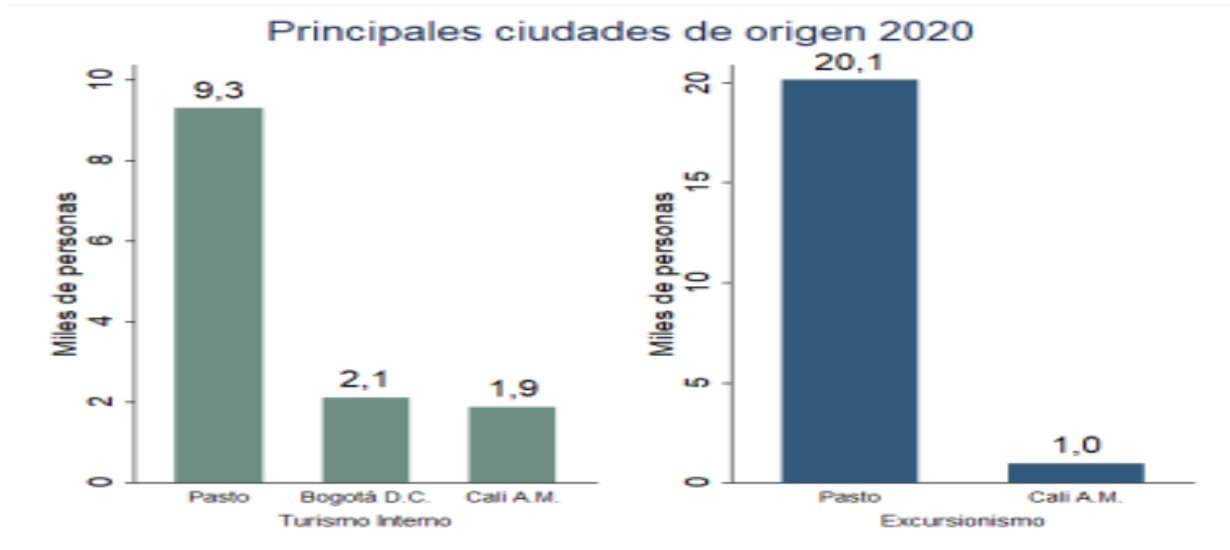
Visitantes Internos con destino Nariño años 2019-2020



Fuente: perfiles económicos Departamentales del Mincit. 2020, 24 principales ciudades del país. Visitantes internos con destino a Nariño años 2019-2020. Recuperado de : <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=77fb746e-a686-4ec8-9214-96935b191e8a>

Figura 23

Principales ciudades de origen 2020



Fuente: Tomado del informe de perfiles económicos Departamentales del Mincit. 2020. Apoyados en información del DANE - Encuesta de Gasto Interno en Turismo - EGIT (2020): 24 principales ciudades del país. <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=77fb746e-a686-4ec8-9214-96935b191e8a>.

Por lo anterior, se aprecia que la ciudad de Pasto sigue siendo el foco central del movimiento turístico de los habitantes pastusos, que para el año 2022 ya con la llegada a la calma y el deceso de los casos de Covid se espera que el sector turístico se reactive para que más emprendimientos puedan ser ideados, con lo que, siguiendo las tenencias de la nueva normalidad que se debe vivir hoy en día donde los gustos y preferencias por lo rural han aumentado, dado que son entornos naturales tranquilos, alejados del ruido de la ciudad, menos contaminados y con potenciales recursos naturales para conocer.

Una variable importante que tienen en cuenta los habitantes de la ciudad de Pasto a la hora pasear son los gastos en los que deben incurrir para tomar los servicios turísticos, pues, los pocos lugares con concepto rural que hay en el mercado ofrecen planes con costos elevados y con pocos

atractivos para las familias, que nos todos los habitantes están en la posibilidad de adquirir, donde en su mayoría están planeados para los estratos 4

y 5 que pueden tener la posibilidad de tomarlos, lo que, para Finca Experience brindaría una ventaja al abrir los servicios a los estratos 3 donde existe un gran porcentaje de habitantes de la ciudad de Pasto.

Además, hay que tener en cuenta que la atención al cliente es un factor de suma importancia para el turismo en la ciudad de Pasto, donde el mal servicio es notable convirtiéndose en una constata debilidad en los establecimientos turísticos, puesto que, contratan personal no calificado para desempeñar los cargos asignados, con poca capacitación, donde predomina la arrogancia de los que atienden las empresas por que al ser una cultura dominante no logran controlar los impulsos, pensamientos, actitudes y comportamiento a la hora de recibir un cliente, lo que evidentemente aprovechara Finca Experience para brindar una mayor calidad en los planes y actividades planteadas para el proyecto.

Por lo tanto, Finca Experience buscara implementar innovadores atractivos en el diseño de las instalaciones, dividiendo la finca por zonas, donde los clientes se sientan satisfechos de pasar el tiempo libre en familia, con atención de calidad a manos de habitantes nativos del corregimiento de Santa Barbara, que les permita vivir nuevas experiencias con actividades pensadas para disfrutar con cada miembro de la familia, donde habrá variadas opciones puesto que no todos tienen los mismos gustos, por ejemplo, habrá zonas de recreación con juegos infantiles para los niños y zonas para adultos con juegos como la chaza o el sapo o las zona deportiva con cancha de futbol y baloncesto, ruta para ciclismo, senderismo, pista de veleoarena para motocross, o si la familia lo que quiere es pasar tiempo junto entonces habrá zona de descanso donde podrán armar un camping

y disfrutar de la comida, recalcando que cada lugar dentro del proyecto estará diseñado para resaltar el campo y la importancia que este tiene para los habitantes de la ciudad.

Cabe destacar, que el proyecto también está pensado en el descanso y la recreación que son fundamentales en la actualidad para la salud mental y física del ser humano, puesto que, fueron cerca de 2 años en los cuales el encierro, el poco movimiento y el reducido contacto con el exterior provocaron no solo pérdidas económicas para los habitantes de Pasto que los llevaron a acumular estrés, sino también pérdidas humanas debido a los suicidios, a esto hay que agregarle que muchas personas se enfermaron ya que la falta de movimiento puede ocasionar trombosis o embolismos por mencionar algunos, por lo que, el proyecto Finca Experience fomentaría el descanso mental, el deporte, la recreación y la salud física en un solo lugar con el firme propósito de ayudar a los visitantes a mejorar la calidad de vida.

4.3 Caracterización del Servicio

Para que la idea de negocio planteada en el actual proyecto pueda ser materializada es necesario preguntarse ¿Que deseo o necesidad puede satisfacer la creación de la finca prestadora de servicios turísticos rurales y alternativos Finca Experience para los ciudadanos de Pasto ?, puesto que ayudara a identificar que tan viable y útil será el emprendimiento en el mercado, por lo que, se hace indispensable planificar los servicios que puedan interesarle a los habitantes de la ciudad de Pasto, teniendo en cuenta los gustos y preferencias de los mismos. De este modo, Finca Experience ofrecerá los siguientes servicios y actividades las cuales se distribuirán por zonas:

Servicios de Recreación:

En los servicios de recreación se incluirán los atractivos que podrán disfrutar los visitantes distribuidos por zonas, tales como:

- Zona Recreativa: estará ubicado un espacio libre con la posibilidad para el visitante de acampar (Se dará 1 carpa de camping por cada 4 integrantes), donde se ubicarán el mirador y puentes colgantes de árbol a árbol.
- Zona deportiva: estará ubicada la cancha de futbol junto a la ruta de ciclismo, donde habrá disponibles 6 bicicletas para los clientes que visiten la finca (1 por familia o grupo de 4), también podrán llevar sus mismas bicicletas.
- Zona infantil: estará instalado el parque con juegos diseñados para aprender sobre el campo, por ejemplo: deslizadores instalados en forma de riego en las pequeñas montañas, pasamanos con formas de palas de siembra, arenero negro para siembra, pistas de obstáculos con materiales reciclables, sube y baja al estilo campesino y mallas para trepar con el fin de poner comida a las aves.
- Zona de ocio: se construirán 2 kioscos donde se ubicarán juegos representativos de la zona como la chaza, el sapo y el billar.
- Zona de senderos: Se construirá un sendero ecológico donde estarán ubicados los árboles y plantas más emblemáticas de finca.
- Zona veleoarena y globos gigantes: pista para realizar motocross actividad que será ofrecida por otra empresa, pero con la posibilidad para el visitante que pueda observar las competencias que ahí se realizan. A un lado de la pista de veleoarena se realizarán las actividades de globos gigantes donde las personas entrarán en ellos en grupos de 2 y deberán pasar una pequeña pista.

- Zona agrícola: Las personas podrán observar y participar dentro de los horarios establecidos en los procesos de cultivo y alimentación de animales. Los corrales se encuentran muy cercanas para que las actividades puedan ser realizadas dentro de los horarios establecidos (de 7 a.m. a 10 a.m.). Los animales son; vacas, cerdos, caballos y gallinas, mientras la de los cultivos son; papa, huyuco y hortalizas de la región. (estas actividades estarán programadas por horas pues debe entenderse que no siempre se podrá usar el suelo y los animales tiene sus horarios de producción y alimentación y no se los pueden modificar).
- Zona hídrica: estará cerca de la zona de senderos, ya que la finca cuenta con un pequeño río que la atraviesa donde la gente podrá relajarse recomendando que por la temperatura tan baja no es posible bañarse en él. Además, estarán 3 balones plásticos grandes donde las personas dentro de ellas intentaran pasar el río de extremo a extremo (1 persona por balón y no menores de 10 años).
- Zona de Paisajismo: la finca cuenta con una construcción sobre la zona norte donde se ubica el mirador para que pueda observarse de día la flora de los alrededores y observar el paisaje rodeado de los sonidos naturales de los pájaros.

Elementos Complementarios: Se construirán 4 baños semi-ecológicos en lugares donde serán necesarios para la tranquilidad de los visitantes de la finca. Los baños se podrán descargar con agua recolectada de la lluvia por un sistema de drenaje que lleve el agua a tanques plásticos de recolección.

4.4 Análisis de la Demanda

Para determinar la demanda se analizaron los resultados de las encuestas aplicadas a las familias nariñenses y las entrevistas hechas a los competidores, ayudando a obtener datos reales para definir las necesidades o deseos de los clientes en el mercado turístico, con lo cual se construyó el perfil de los consumidores del servicio a ofrecer. Mediante el análisis de la demanda se identificarán los motivos por los cuales los consumidores demandarán los servicios de turismo, la cantidad, la frecuencia de uso en la actualidad y a futuro.

4.4.1 Caracterización de la Demanda

Los consumidores del proyecto Finca Experience son los hogares de la ciudad de San Juan de Pasto, en donde, mediante la encuesta se pudieron identificar las características más relevantes para conocer los factores que hacen parte del perfil del consumidor, como se mostrara a continuación:

PERFIL DEL CONSUMIDOR

El perfil del consumidor de la finca prestadora de servicios turísticos rurales y alternativos llamada Finca Experience, cuenta con las siguientes características:

Demográficos:

- Según la encuesta en la población de la ciudad de San Juan de Pasto el 63% son hombres y el 37% mujeres.
- Las edades de la población objeto de estudio son; entre los 15 a 25 años el 25%, entre 26 y 35 el 36%, entre 36 y 45, entre 46 y 50 el 11% y entre 51 o más el 5%.

Económicos:

- Ingresos que percibe: Menos de 1 SMLV el 12%, entre 1 y 2 SMLV 57%, entre 2 y 3 SMLV 20%, entre 3 y 4 SMLV 7% y más de 4 SMLV 4%.

Sociales:

- Ocupación: Empleado público 10%, empleado privado 34%, independiente 23%, estudiante 18%, ama de casa 12% y otra ocupación el 3%.

Psicológicos:

- Motivaciones: Salir de la rutina 9%, salud y descanso 29%, tiempo de calidad 36%, conocer sitios diferentes 26%.
- Intereses turísticos: La naturaleza 19%, el aire limpio y fresco 27%, sus paisajes 14%, cultura y costumbres 12%, Contacto con animales 21% y otros 7%.

4.4.2 Área de Mercado

Identificando el área de mercado de la empresa, se pudo determinar las características generales que definen y limitan el mercado que será atendido mediante el servicio ofrecido en Finca Experience, quiere decir, que se analizando la zona geográfica donde se ubicaron los consumidores potenciales se pudo saber cuál fue el nicho de mercado del proyecto.

- La Población: uno de los objetivos primordiales de estudio de factibilidad es satisfacer los deseos o necesidades de los habitantes de la ciudad de Pasto, ya que, es ahí donde se concentra la mayor actividad económica de la región y son quienes más interés muestran

por tomar los servicios turísticos frecuentándolos y aportando a expandir el sector turismo en Nariño, además, concentra una considerable cantidad de personas.

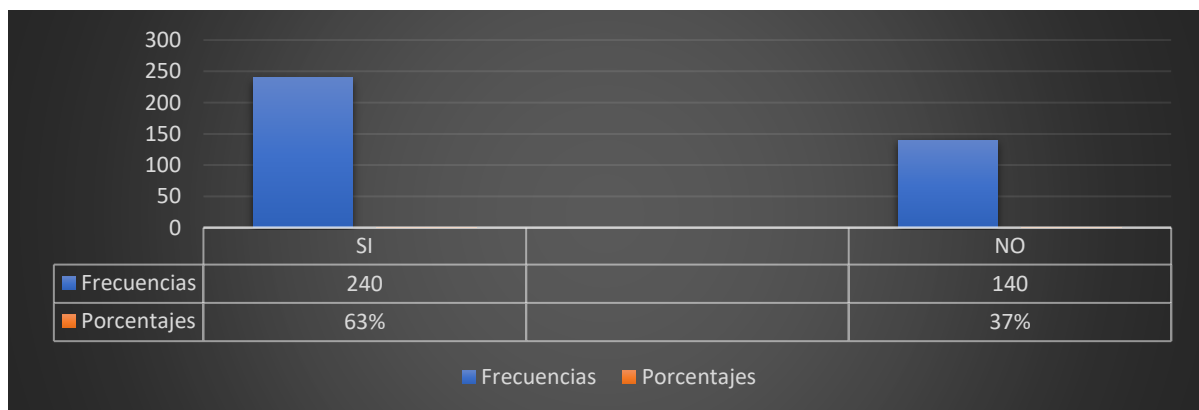
- **Zona de Influencia:** en cuanto al mercado geográfico se determinó que es la ciudad de San Juan de Pasto, porque es donde se ubican los consumidores potenciales que demandaran los servicios turísticos ofrecidos.

4.4.3 Cuantificación de la Demanda

Inicialmente, se identificó la demanda real total del mercado, donde la herramienta de las encuestas arrojó que el 63% de las familias encuestadas asistiría a la finca de turismo rural y alternativo en el corregimiento de Santa Bárbara y que potencialmente demandaran todos los servicios que ofrecerá la finca turística, teniendo en cuenta la información definida en la pregunta 16 como lo muestra a continuación en la figura:

Figura 24

Aceptación del proyecto por los consumidores potenciales



Respectivamente, se toman como base para determinar la demanda total del año 2022 EL 63% de la demanda total del mercado para hacer las respectivas proyecciones así:

$$\checkmark 33.764 (63\%) = 21.271 \text{ hogares}$$

Según los resultados arrojados por la encuesta, las familias que visitaran Finca Experience están conformadas de 3 a 4 integrantes por familia, por lo cual se tomará el número mayor para el cálculo que es 4 personas. Además, que la mayoría asistirá 1 vez al mes, esto dará como resultado el número total de personas que demandarían los servicios turísticos.

Demanda total del mercado

$$\checkmark 21.271 * 4 = 85.084 \text{ personas promedio}$$

$$\checkmark 85.084 * 12 = \mathbf{1.021.008 \text{ personas por año}}$$

Tabla 6

Demanda total del mercado

PRODUCTO	FAMILIAS QUE TOMAN EL SERVICIO	NÚMERO DE HOGARES (ESTRATOS 3, 4 Y 5)	NÚMERO DE HOGARES QUE TOMAN EL SERVICIO MENSUALMENTE	INTEGRANTES POR FAMILIA	PERSONAS PROMEDIO	DEMANDA AÑO
Finca Experience	63%	33.764	21.271	4	85.085	1.021.023

Proyección de la demanda total del mercado

Para la proyección de la demanda, se tendrá en cuenta la tasa de crecimiento poblacional cifra obtenida por el DANE que se encuentra en 1.08% para 2022.

A continuación, se muestra la fórmula utilizada para la proyección de la demanda futura.

$$F = P(1 + i)^n$$

Donde;

F: Futuro

P: Demanda Actual

i: Tasa de crecimiento/ DANE 1,08% tasa de crecimiento

n: Número de años

Demanda proyectada total del mercado

Tabla 7

Proyección de la demanda total del mercado

PRODUCTO	DEMANDA ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Finca Experience	1.021.023	1.021.023	1.032.050	1.043.197	1.054.463	1.065.851
CRECIMIENTO POBLACION ANUAL (DANE)	1,08%					

4.5 Análisis de la Oferta

La oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado" (Laura Fisher y Jorge Espejo, *Mercadotecnia*, 2016, p.102). por lo que, el análisis de la oferta es importante en los nuevos emprendimientos por la inversión que se les inyecta, puesto que se identifican el comportamiento de los posibles competidores en el mercado al que se va incursionar, lo que ayudara al planteamiento de estrategias de acuerdo a las necesidades, gustos y preferencial de los consumidores del mercado.

En este caso, las unidades de servicio ofertadas por la empresa Finca Experience estuvieron sujetas a la información adquirida de la competencia, entendiendo que, al entrar al sector turístico se verifico que la competencia directa son pocos establecimientos y más son los sustitutos, donde adquirir la información financiera fue de difícil acceso debido al alto grado de privacidad o a la

poca formalidad legal de las mismas, por lo que la estimación de la oferta se precisara con la información obtenida.

En la actualidad, la ciudad de Pasto cuenta con muy pocas empresas prestadoras de servicios turísticos que ofrezcan recreación en entornos rurales, esto debido a los pocos emprendimientos que se generan en el sector por falta de ideas innovadoras, impulsos económicos y miedo al riesgo, donde a pesar de saber que el sector se encuentra en auge es limitada la oferta turística en la ciudad. Cabe mencionar que, las pocas empresas participantes en el sector ofrecen servicios diversos en los emprendimientos con el fin de complementarlos para brindarle mayores posibilidades a los consumidores y convertirlos en clientes.

Por lo que, se identificaron 3 competidores directos que tendrá Finca Experince que cuentan con servicios de recreación o actividades similares, siendo la primera el refugio Chimayoy ubicado en el Daza, cuenta con espacios amplios de naturaleza, zonas de acampar y actividades al aire libre, la segunda es la hacienda Alsacia que cuenta con espacios verdes y zonas amplias ,animales de granja y actividades de deportes extremos, y el tercero la Finca Eco Turística El Encanto ubicado en la zona rural del departamento de Nariño, cuenta paseos en la finca, visita de animales y actividades del campo, de la misma forma 2 competidores indirectos, como; Reserva El Encanto, que cuenta con espacios naturales para practicar deportes turísticos y variedad de fauna, y por último, Refugio La Totorá, que cuenta con servicios como el alojamiento, de descanso y restaurante en una reserva natural protegida en el corregimiento del encano.

4.5.1 Cuantificación de la oferta

Tabla 8

Cantidad de visitantes de la competencia

PARQUE CHIMAYOY	HACIENDA ALSACIA	FINCA LA ESPERANZA	RESERVA EL ENCANTO	LA TOTORA
1100	965	680	620	800

Nota. La información fue obtenida mediante entrevistas y reportes de la cámara de comercio de Pasto y a través de las entrevistas.

Oferta Total de la competencia

$$1100+965+680+620+800= 4.160\text{Visitantes}$$

Este resultado representa la cantidad de visitantes aproximadamente al mes según la información recolectada mediante reportes de la cámara de comercio y lo dicho en la entrevista. Con el resultado obtenido se debe conocer la cantidad al año para su proyección.

$$4.160*12 = 49.920 \text{ visitantes al año}$$

Proyección de la oferta

$$F=P(1+i)^n \text{ donde:}$$

F: Oferta Proyectada

P: Oferta Actual

i: Índice del crecimiento porcentual de la población de Pasto (1.08%).

n: Periodo o año proyectado

Tomamos la fórmula y remplazamos los datos para encontrar la oferta:

Tabla 9

Proyección oferta

PRODUCTO	OFERTA ANUAL (ml)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Finca Experience	49.920	49.920	51.567	53.166	54.814	56.623

CRECIMIENTO POBLACION ANUAL (DANE)	1,08%
------------------------------------	-------

4.6 Análisis de Precios

En el actual estudio de factibilidad, para determinar el precio de la entrada a la finca se tuvo en cuenta las respuestas obtenidas sobre los precios que maneja la competencia directa obtenidos mediante la entrevista a cada gerente y el precio tentativo que estarían dispuestos a pagar los clientes potenciales dato obtenido mediante la encuesta, información recolectada así:

- Según las entrevistas a los establecimientos de comercio por entrada los precios oscilan entre: \$10.000 y \$60.000 dependiendo de los atractivos, costos y gastos en los que incurren por el funcionamiento de la empresa.
- Según las encuestas: Las personas estarían dispuestas a pagar entre \$15.000 y \$30.000 si los atractivos son llamativos y se cumple con las expectativas esperadas.
- Teniendo en cuenta los costos y gastos por operaciones del servicio correspondientes a \$13.523

por entrada el cual incluirá el acceso a todas las atracciones y servicios que ofrecerá la finca excepto los servicios de motocross y restaurante, por lo cual se fijaran los precios así:

- **Precio por persona:** \$24.000 con un margen de ganancia del 55%

Este precio será por persona y teniendo en cuenta que niños desde los 5 años ya pagarían su entrada.

4.7 Canales de Distribución

Según investigaciones europeas sobre el futuro del turismo, el comercio electrónico será uno de los canales únicos para ofrecer servicios turísticos. “En líneas generales se prevé que el comercio electrónico puede favorecer un proceso de desintermediación, de forma que se produzca un acercamiento entre productores y consumidores. Esta circunstancia, a la que no es ajena el sector turístico, pondría en entredicho el papel que tradicionalmente han jugado las agencias de viajes: la intermediación entre productores de servicios turísticos y los consumidores.” (Rubio, R y Escolano, A. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa: *El comercio electrónico y el futuro del canal de distribución turístico*. 2001).

El proyecto Finca Experience, en la necesidad por hacer llegar un servicio a los clientes, de calidad, con la mayor eficiencia y en las mejores condiciones busca la forma más útil y de fácil acceso para atraerlos, por lo que, se utilizarán los canales de distribución directos. Aprovechando que vivimos en un mundo tan tecnologizado es necesario hacer usos de las diferentes herramientas existentes en el mercado como lo es el internet y las diferentes aplicaciones que existen actualmente, donde se usaran para el proyecto los siguientes:

Canal de distribución directo (del productor al consumidor):

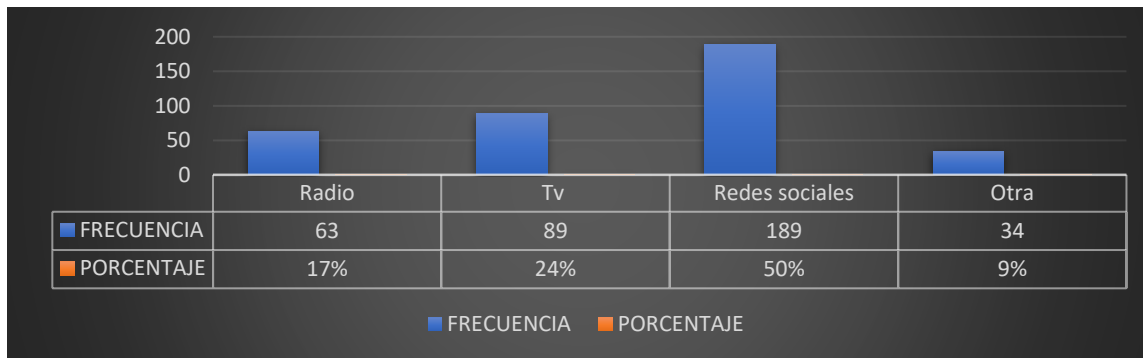
- Página web: El proyecto tendrá su propia página web para la realización de reservas directas y donde el consumidor pueda conocer a la empresa y lo que ella les ofrecerá. Además, se podrá tener control total sobre la forma en que los consumidores interactúan con tu marca.

- Redes sociales: Se manejarán los más utilizados en la actualidad que estarán mostrando constantemente información actualizada sobre el proyecto, plataformas como: Facebook e Instagram, que permitan calificar la experiencia recibida con el servicio en Finca Experince.

La forma de cómo la empresa llegará a los consumidores potenciales será mediante las redes sociales, pues, es el medio que más utilizan los habitantes de Pasto para buscar información con un 50% dato obtenido mediante la encuesta aplicada a los hogares pastusos, siendo la forma donde los clientes buscan los destinos a los cuales quieren ir y por donde cierran los tratos de adquisición de los servicios y que consideran de fácil acceso y rapidez en lo que buscan, datos que se muestran en la siguiente figura:

Figura 25

Medios de difusión



4.8 Determinación del mercado insatisfecho

Para calcular la demanda insatisfecha, se toman los resultados obtenidos de la proyección de la demanda y de la oferta para conocer la diferencia entre ellas, de esta forma determinar los valores correspondientes para la demanda insatisfecha para cada periodo.

Tabla 10*Demanda Insatisfecha servicio de recreación*

AÑO	DEMANDA ANUAL	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
1	1.021.023	49.920	971.103
2	1.032.050	51.567	980.483
3	1.043.197	53.166	990.031
4	1.054.463	54.814	999.649
5	1.065.851	56.623	1.009.228

Se debe tener en cuenta que existen otras empresas que ofrecen este tipo de servicios por lo tanto se tomaron las empresas con mayor experiencia en el mercado las cuales están constituidas y tienen la mayor participación en el mercado, en base a esto se observa que existe una demanda insatisfecha ya que la demanda supera la oferta en una gran cantidad, por eso se puede decir que se justifica una inversión en este proyecto.

Con el anterior dato obtenido, Finca Experience podrá atender hasta el 3% del total de la demanda insatisfecha del año 2022 porcentaje que irá disminuyendo con los años posteriores, ya que se tiene en cuenta que la capacidad instalada es 30.000, manifestando que el proyecto no crecerá en los 5 años de evaluación del proyecto, situación que se tendrá en cuenta el estudio técnico y financiero del este proyecto.

5. Estudio Técnico

5.1 Tamaño del Proyecto

Capacidad Instalada: teniendo en cuenta el tamaño de la finca el cual es de 4 hectáreas, las cuales estarán distribuidas por zonas en donde: 4 hectárea será de cultivos, pastos para animales y zonas de árboles y las otras 4 estarán disponibles para las diferentes actividades que se ofrecerán, aclarando que se la finca prestara los servicios recreativos los días viernes, sábado y domingo teniendo en cuenta que estos son los días en donde las personas salen de paseo, las 4 semanas del mes y los 12 meses del año.

Tabla 11

Capacidad Instalada del proyecto

AREAS	PERSONAS POR ZONA	DÍA /4	SEMANA	MES	AÑO
Zona recreativa	18	18	71	283	3400
Zona agrícola	18	18	71	283	3400
Zona de deportes	17	17	70	279	3350
Zona infantil	17	17	70	279	3350
Zona de ocio	17	17	69	275	3300
Zona paisajismo	17	17	69	275	3300
Zona hídrica	17	17	69	275	3300
Zona veleoarena	17	17	69	275	3300
Zona de senderos	17	17	69	275	3300
TOTAL	156	156	625	2.500	30.000

El cuadro anterior muestra la capacidad instalada con la que contara el proyecto Finca Experience, teniendo en cuenta la cantidad de personas que podrán estar en la finca al día, en el mes y al año, para un total anual de 30.000. Con la capacidad instalada se podrá valorar el posible rendimiento económico que la empresa obtendrá operando en el mercado turístico, conociendo las

posibilidades de abastecimiento del mismo, además de determinar el máximo total de personas que podrán disfrutar de los servicios ofrecidos.

5.2 Localización del Proyecto

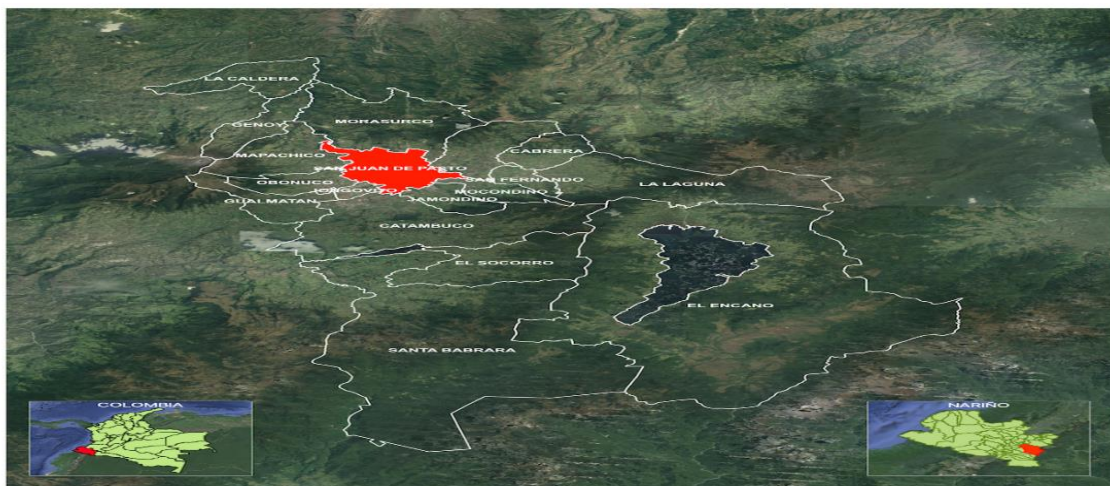
5.2.1 Macro Localización

- Región: Nariño- Colombia
- Municipio: San Juan de Pasto

La macro localización del proyecto Finca Experince quedara ubicado en el municipio de Pasto es la capital administrativa del departamento de Nariño, ubicado en el centro oriente del departamento, al sur occidente de Colombia, político-administrativamente se divide en 12 comunas y 17 corregimientos, como se muestra a continuación:

Figura 26

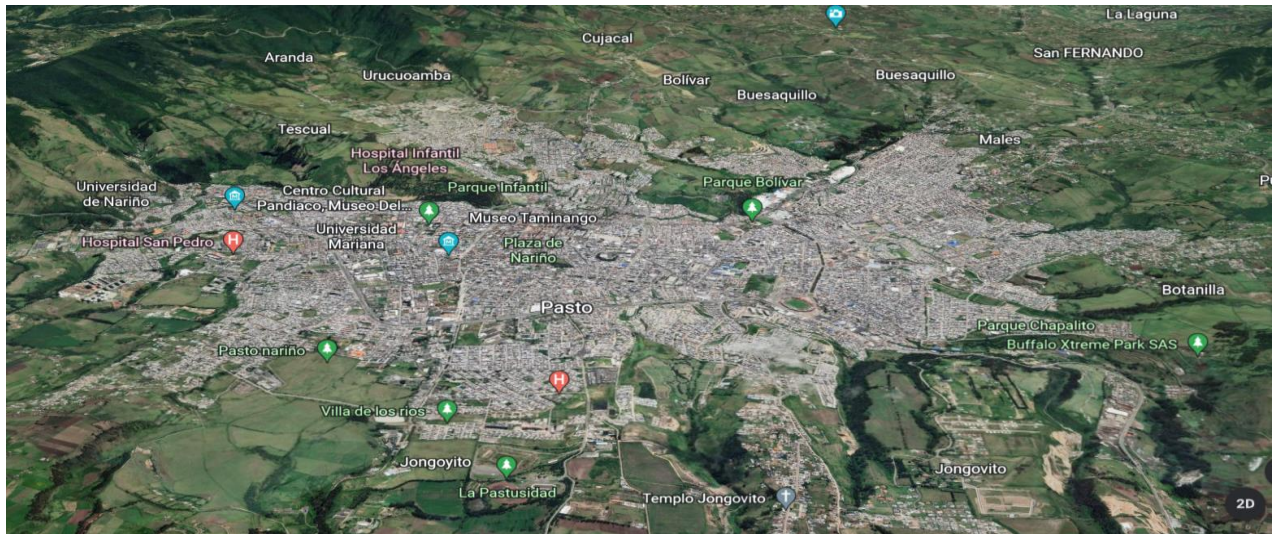
Ubicación geográfica del Municipio de Pasto en el Departamento de Nariño



Fuente: Dirección para la gestión del riesgo de desastres-Pasto. Aspectos generales del Municipio de Pasto. Disponible en: <http://www.gestiondelriesgopasto.gov.co/new/index.php/component/content/article/20-home/183-aspectos-generales-municipio-de-pasto>

Figura 27

Municipio de San Juan de Pasto



Fuente: Google Earth. Disponible en: https://earth.google.com/web/search/Pasto,+Nari%C3%B1o/@1.20644722,-77.28210548,2556.00979712a,6676.61047316d,35y,51.20360617h,59.93829126t,360r/data=CigIjgokCego9itwO-4_EVb1gdPsvOk_GfkLdxhMYFPAIRYDoFZOcVPA

Tabla 12

Matriz de Macro localización

MATRIZ DE MACRO LOCALIZACIÓN							
Proyecto Finca Experience							
FACTOR	PASTO			NARIÑO		IPIALES	
	PUNTOS	calificación	sub total	calificación	sub total	calificación	sub total
Seguridad	20	3	60	7	140	7	140
Mano de obra indirecta	20	6	120	3	60	5	100
Empleo	15	8	120	4	60	7	105
Mercado - Consumidores	30	8	240	4	120	6	180
Vías de acceso	15	5	75	6	90	3	45
TOTAL	100		615		470		570

Los resultados de la macro localización apoyan la ubicación idónea del proyecto Finca Experience siendo la ciudad de San Juan de Pasto quien tiene las mayores ventajas con una ponderación de 615 por encima de los otros lugares, donde los siguientes factores marcaron la diferencia:

- Mercado de consumidores: Es el factor principal de cualquier idea de negocio y por lo tanto la calificación dada, puesto que, la ciudad de Pasto concentra gran flujo de personas, es donde más se mueve la economía del departamento y donde se realizó el estudio de mercado.
- Empleo: Para cualquier proyecto es importante que los consumidores cuenten con los recursos financieros necesarios para adquirir cualquier servicio, por lo que, Pasto al ser la ciudad con mayor movimiento comercial es donde hay más empleo para los habitantes.
- Mano de obra indirecta: La contratación del personal que haga el mantenimiento a las instalaciones está disponible solo en la ciudad de San Juan de Pasto, además, los profesionales que requerirá el proyecto se alojan en la misma ciudad.
- Vías de acceso: La ciudad de San Juan de Pasto al ser una capital se han construido carreteras hacia todos los destinos del departamento de Nariño, por lo tanto, desde la capital se puede acceder a cualquier destino.
- Seguridad: Una de las cosas más preocupantes para los habitantes de la ciudad es la seguridad de los mismos y es donde más falla la capital, pues al concentrar el movimiento económico también atraerá delincuencia.

5.2.2 Micro Localización

- Ciudad: San Juan de Pasto
- Corregimiento: Santa Bárbara

La micro localización del proyecto Finca Experince se determinó en el corregimiento de Santa Bárbara ubicada a 1 hora de la ciudad de San Juan de Pasto en el kilómetro 10 vía a Catambuco, a 20 kilómetros de la ciudad de San Juan de Pasto, donde se ubican 8 veredas: Jurado, Santa Bárbara, Concepción, Los Ángeles, La Esperanza, Las Encinas, Cerotal y Los Alisales, y limita al Norte: Con los corregimientos de Catambuco, línea divisoria: la Cuenca del río Bobo al medio al Sur: Con el Municipio de Funes. Oriente: con los corregimientos de El Encano y El Socorro, y al Occidente: Con el municipio de Tanguacon.

Figura 28

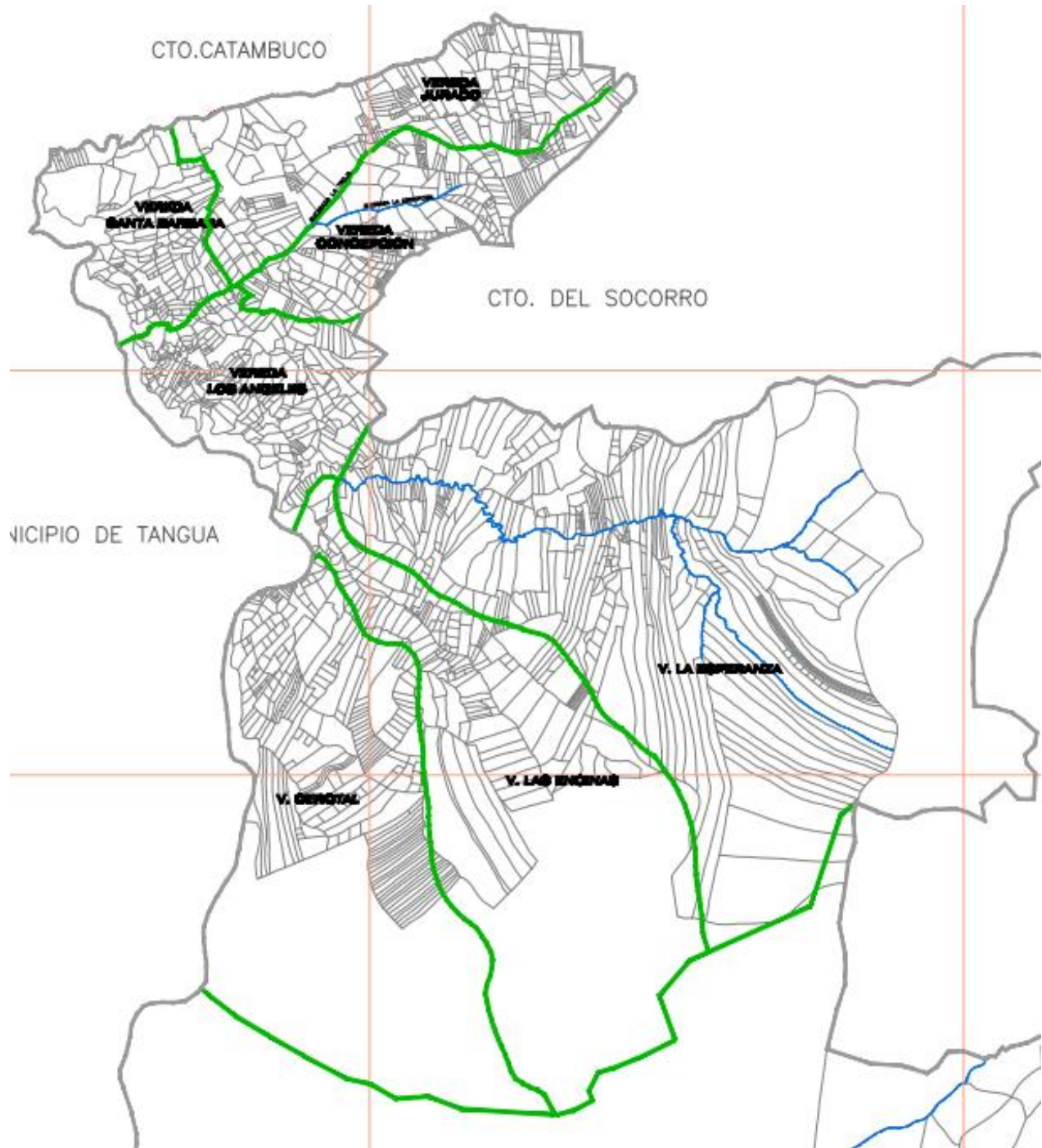
Ubicación geográfica corregimiento de Santa Bárbara/ Limites



Fuente: Pasto tierra y cultura. Disponible en: <https://pastotierracultural.jimdofree.com/el-municipio/organizaci%C3%B3n-pol%C3%ADtica-administrativa/corregimientos/>

Figura 29

Corregimiento de Sata Bárbara



Fuente: Alcaldía de Pasto. Corregimientos de la ciudad de Pasto. Disponible en: <file:///C:/Users/Acer/Downloads/SANTA%20BARBARA.pdf>

Tabla 13*Matriz de Micro localización*

MATRIZ DE MICRO LOCALIZACIÓN							
Proyecto Finca Experience							
FACTOR	PUNTOS	V. CEROTAL		V. JURADO		V. LAS ENCINAS	
		calificacion	sub total	calificacion	sub total	calificacion	sub total
Vias de acceso	15	4	60	9	135	9	135
Disponibilidad de recursos turísticos	15	8	120	5	75	5	75
Clima	5	5	25	4	20	5	25
Cercania a mercados	10	4	40	5	50	7	70
Costo de servicios publicos	20	10	200	2	40	4	80
Acceso a servicios publicos	20	6	120	6	120	6	120
Seguridad	15	5	75	5	75	8	120
TOTAL	100		640		515		625

Los resultados de la micro localización demuestran que el corregimiento el Cerotal es el lugar correcto para la instalación del proyecto con un ponderado de 640, con factores diferenciales como:

- Costos de servicios públicos: Al ser una vereda ubicada en un entorno campesino la alcaldía dispone que los servicios o su costo deben ser mínimos para contribuir al desarrollo de la vereda.
- Disponibilidad de recursos turísticos: Es una vereda rodeada de chorreras, senderos naturales, miradores, ríos y la cercanía al embalse rio bobo.

- Acceso a servicios públicos: La vereda el Cerotal se encuentra en constante crecimiento poblacional y donde se mueven económicamente fincas que necesitan de los servicios básicos, por lo que disponen de todos.
- Seguridad: La vereda el Cerotal cuenta con su propia estación de policías, además se le han instalado alumbrado público para permitirle a los habitantes transitar con mayor seguridad.
- Clima: La vereda Cerotal se encuentra entre los 7 y 14 grados, convirtiéndose en un clima frío donde se pueden desarrollar atractivos para este tipo de climas, aunque se mire como una debilidad el clima frío es el tiempo preferido por los habitantes Pastusos.

5.3 Ingeniería del Proyecto

5.3.1 infraestructura

Figura 30

Plano Físico área administrativa

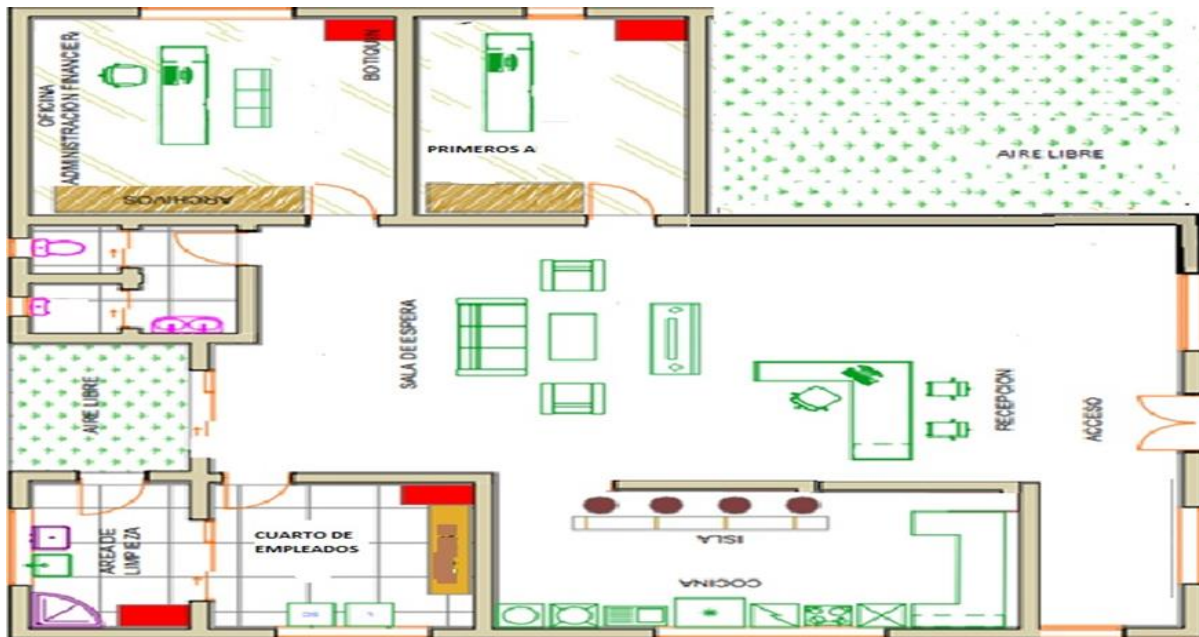


Figura 31

Plano Físico del Proyecto Finca Experince

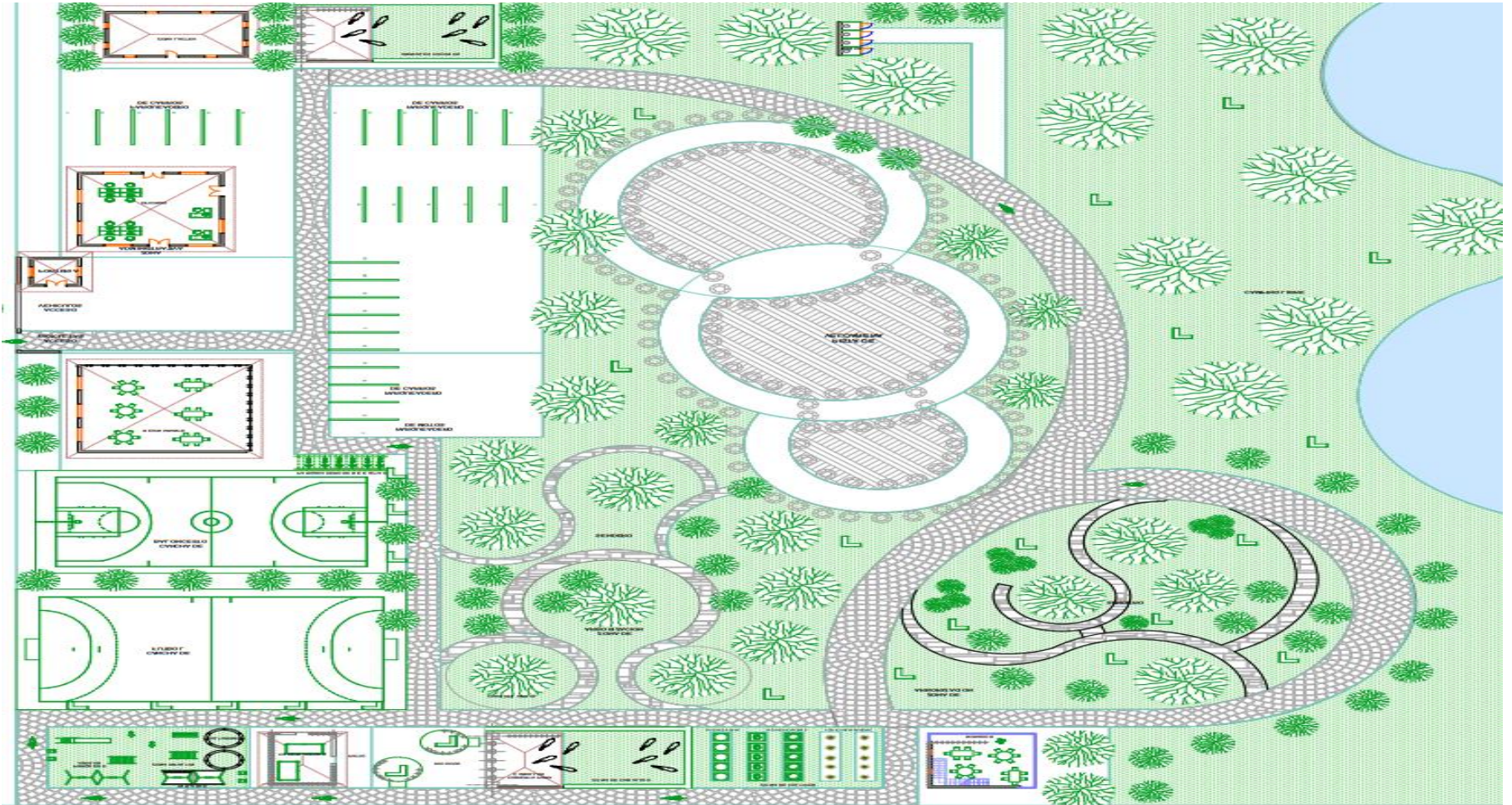


Figura 32

Terreno de ubicación de pista de veleoarena



Figura 33

Ubicación administrativa y restaurante Finca Experience



Figura 34

Instalación de zonas infantil y deportiva proyecto Finca Experience



5.3.2 Ficha técnica del servicio

Las fichas técnicas permiten documentar las características que contendrán los servicios ofrecidos en el actual proyecto, que incluyen factores como; los datos de la empresa, la denominación de los servicios, las técnicas del servicio, el tipo de servicio, las unidades de medida, la descripción general, las condiciones especiales y requerimientos técnicos. Ficha que servirá de herramienta para las posteriores instrucciones del personal que labore en la empresa, orientándolos con información importante sobre los servicios brindamos en la empresa.

FICHA TÉCNICA

Tabla 14

Ficha técnica del servicio recreativo en Finca Experience

FICHA TECNICA DEL SERVICIO DE TURISMO
--



FICHA TECNICA DE SERVICIOS DE RECREATIVOS

DATOS DE LA EMPRESA:

Nombre comercial: Finca Experience

Denominación del negocio: Prestador de servicios de turismo recreativo

Contacto Comercial: Idalmin Sánchez Solarte

Cargos responsables: Administrador, Jefe Operativo. Auxiliares de servicios, Mayordomos

DENOMINACIÓN DEL SERVICIO

Prestación del servicio de turismo rural, recreativo y ecológico

TECNICA DEL SERVICIO

Servicio de turismo rural recreativo con actividades como:

Senderismo (Caminatas ecológicas alrededor de la finca)

Agro-cultural (Aprender a alimentar animales de granja, observar o cultivar productos agrícolas)

Ciclismo (Préstamo según disponibilidad de bicicletas para uso dentro o fuera de la finca-Ruta ciclística interna)

Producción de queso y derivados (Observar la elaboración de quesos de la región)

Mirador (Observar la finca por un lado y el horizonte verde por el otro)

Deportivos (Uso de instalaciones como cancha de futbol y baloncesto, uso de pista de veleoarena, actividades en pelotas inflables gigantes)

Infantiles (Uso de juegos con el fin de entretener y educar)


Ocio: (Uso de mesa de billar, sapo)

CARACTERISTICAS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO RECREATIVO Y LAS ACTIVIDADES

SERVICIO	DESCRIPCIÓN	DURACIÓN
		N

<p>Zona de Senderismo:</p>  <p>Fuente: Viajes agroturísticos. Disponible en: https://www.viajesboletin.com/categorias/principales/panama/23925-fincas-agroturisticas-nueva-atraccion-para-los-turistas/</p>	<p>La finca esta acondicionada para que el visitante pueda hacerlo sin acompañamiento para que disponga de su propio tiempo para hacerlo, durante el recorrido tendrá casetas ubicadas para realizar recesos. También podrán hacerlo en compañía de un auxiliar si en el grupo hay personas menores de edad o con dificultades motrices.</p> <p>Podrá ver la flora y fauna de la región, como árboles de clima frio y animales como serpientes no peligrosas y aves.</p> <p>Capacidad: 17 personas</p>	<p>20 min aproximadamente</p>
<p>Zona deportiva y veleoarena:</p>  <p>Fuente: Facebook. Disponible en: https://m.facebook.com/1787218528172048/posts/2903604279866795/?locale=es_LA&refsrc=deprecated&_rdr</p>	<p>Los visitantes, tendrán derecho al uso de esta área que se compone de una cancha de futbol, cancha pequeña de baloncesto, pista de veleoarena, una ruta para el ciclismo.</p> <p>En la cancha se conservará el césped natural, contará con 2 arcos de aluminio y estará delimitada de forma rectangular, con un largo de 90 metros y ancho de 45 metros.</p> <p>La ruta de ciclismo se adaptará cerca de la cancha en las zonas montañosas de la finca, donde la finca aportará 10 bicicletas todo terreno, los usuarios que deseen traerán sus propias bicicletas si así lo prefieren.</p> <p>La cancha pequeña de baloncesto tendrá una dimensión de 9 m de largo y 15 m de ancho</p> <p>La pista de veleoarena, estará adecuada en 1000 metros cuadrados.</p> <p>Capacidad: 34 personas</p>	<p>Sujeto a restricciones</p>
<p>Zona Infantil:</p>	<p>La finca tendrá zona de juegos infantiles serán construidos con la finalidad de que algunos tengan formas afines al campo, además algunos serán construidos con materiales que salen de las zonas rurales, tendrán una combinación de juegos del campo y la ciudad. Se debe tener</p>	<p>Libre</p>

	<p>en cuenta el las condiciones climatológicas para su uso</p>	
<p>Fuente: Facebook. Finca hotel Palmichal. Disponible en: https://www.booking.com/hotel/co/finca-palmichal-la-pintada1.es-mx.html</p>	<p>Capacidad: 17 personas</p>	
<p>Zona de Ocio:</p>	<p>La zona de descanso estará ubicada en una construcción de madera donde se encontrarán los juegos más representativos de la región, como la chaza, el sapo y una mesa de billar, además estar una carpa para proyectar películas que se puedan disfrutar al aire libre.</p>	<p>Libre</p>
	<p>Capacidad: Max 17 personas</p>	
<p>Fuente: https://ne-np.facebook.com/hotelcampestemontecarlo/photos/pcb.3860612197381256/3860611924047950/?type=3&theater</p>	<p>La finca tendrá zonas diferenciadas, la de animales de granja para la interacción con ellos y la de cultivos para aprender los procesos que se desarrollan para el mismo.</p>	<p>Libre Sujeto a restricciones</p>
<p>Zona Agrícola:</p>	<p>Quien desee vivir la experiencia de cultivar por su propia cuenta se le darán herramientas como; una pala, una cesta o barreño. Tendrá</p>	
	<p>También se ofrecerá servicio de paseo a caballos.</p>	
<p>Fuente: Contexto ganadero. Disponible en: https://www.contextoganadero.com/economia/agroturismo-ganadero-una-alternativa-para-semana-santa</p>	<p>Capacidad Max: 18 personas.</p>	
<p>Zona Hídrica:</p>	<p>Horarios de cultivos y alimentación de animales: 6am a 8am-3pm a 5 pm</p>	<p>Libre Sujeto a restricciones</p>
<p>A la finca la atraviesa un rio donde la gente podrá hacer uso de él, pero lo más recomendable es no meterse por las bajas temperaturas por lo que quien</p>		

	<p>quiera pasar un rato de descanso podrá hacerlo cerca al río. Capacidad: N/A</p> <p>Horarios: De 6am a 4pm (Sujeto a cambios de clima)</p> <p>Capacidad: Max 17 personas</p>	
<p>Fuente: Casa Nica. Disponible en: https://www.casanica.com/venta-ni00004000-15/vendo-finca-de-370-mz-con-rio-en-el-crucero.html</p>	<p>La finca tendrá este espacio para que los visitantes puedan acampar, brindándoles una carpa de camping por cada 4 integrantes, con la opción de ser armada por los auxiliares de servicios o por los mismos turistas.</p> <p>Además, abran 2 pequeñas casitas construidas en madera sobre unos de los árboles donde por seguridad solo podrán estar un máximo de 5 personas con un peso entre los 50 a 70 kilogramos, por términos de seguridad y para que los niños y adultos puedan recordad la niñez del nariñense.</p> <p>Capacidad: Max 18 personas</p>	<p>Sujeto a restricciones</p>
<p>Zona Recreativa:</p>  <p>Fuente: https://www.booking.com/hotel/co/casa-en-el-arbol-cerca-a-bogota-unica-en-su-estilo.es.html</p>	<p>Zona de paisajismo:</p>  <p>Fuente: WikiLeaks. Disponible en: https://es.wikiloc.com/rutas-senderismo/circuito-mix-de-veredas-chipinque-10353557</p> <p>La finca tendrá un mirador desde donde se podrá observar el entorno rodeado de flora del corregimiento y su iluminación, el horizonte, el río y la extensa vegetación que brinda la vereda el Cerotal. El mirador será natural al aire libre</p> <p>Capacidad: Max 17 personas</p>	<p>Libre Sujeto a restricciones</p>

UNIDADES DE MEDIDA

Por persona

DESCRPCIÓN GENERAL

El servicio de turismo rural recreativo consiste en varias actividades donde las personas podrán interactuar con el campo y animales en un entorno natural, como también disfrutar de las diversas actividades que se ofertan, estas están destinadas para los visitantes que tomen los planes o de forma individual en la modalidad de pasadía, cada servicio cuenta con su servidor brindado por la finca, algunos necesitaran de orientación y otros de forma libre.

CONDICIONES ESPECIALES

Las advertencias especiales de la prestación del servicio de turismo rural recreativo se realizarán de acuerdo a las condiciones climáticas, de acceso y horarios, debido a que cada actividad podría o no verse afectada por las lluvias o neblina dado que hay zonas que no se podrán usar si hay tempestad o demasiada nubosidad, y por los horarios donde obligatoriamente deben hacerse (alimentar animales, ordeño y labrar la tierra), todo esto con el fin de salvaguardar la seguridad del visitante, empleados, animales e instalaciones de la empresa.

En caso de presentarse una eventualidad la empresa con servicios se realizarán reembolsos sujetos a las condiciones de las tarifas o servicios adquiridos, informadas durante el momento de la compra, así que se especifica que Finca Experience no hará reembolso parciales ni totales por no poder completar todos los servicios si se presenta algún contratiempo que no se pueda controlar humanamente.

REQUERIMIENTOS

ESPACIO	Los servicios rurales recreativos se realizarán mediante una serie de actividades descritas en la ficha técnica, cada actividad tendrá una zona específica para su ejecución esto con el fin que cuente con suficiente espacio para que al visitante se le pueda cumplir con lo ofertado en la finca.
SOPORTE TÉCNICO, MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	El Servicio rural recreativo cuenta con las diferentes actividades detalladas en la ficha técnica, cada una tiene equipos, maquinarias y herramientas que deberán ser revisadas antes de prestar el servicio para que este sea brindado en las mejores condiciones para su uso. La limpieza las diferentes zonas se realizará conforme lo requieran.
CAPACITACIÓN	El servicio rural recreativo maneja diferentes actividades y la ejecución de las mismas deberá ser conocidas por todos los miembros de la empresa Finca Experience, esto mediante las capacitaciones realizadas a todos los miembros. Se debe realizar capacitación de primeros auxilios dado los riesgos de algunas actividades, este debe ser tomado por todos los miembros de la empresa.

Firma de responsable de permitir el servicio:

Nota. La tabla muestra la ficha técnica de los servicios recreativos que ofrecerá el proyecto Finca Experience

5.3.3 Flujogramas de procesos productivos

Los procesos son el conjunto de actividades que interactuaran entre si previamente planifiacdos en el proyecto Finca Experience, que implicaran personas, recursos materiales y economicos coordinados entre si para conseguir los objetivos determinados.

Figura 35

Flujograma del proceso de venta entradas en aplicación

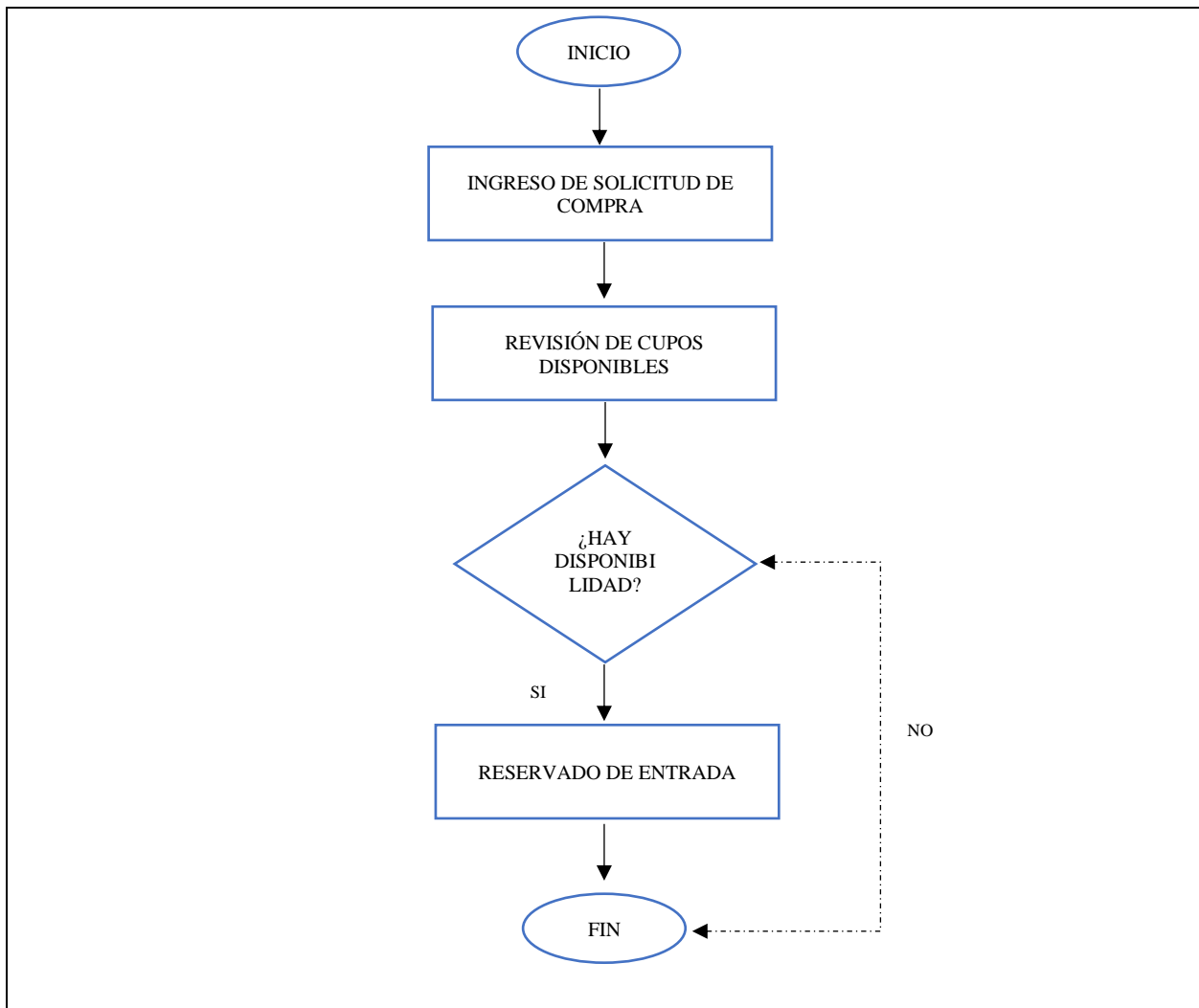
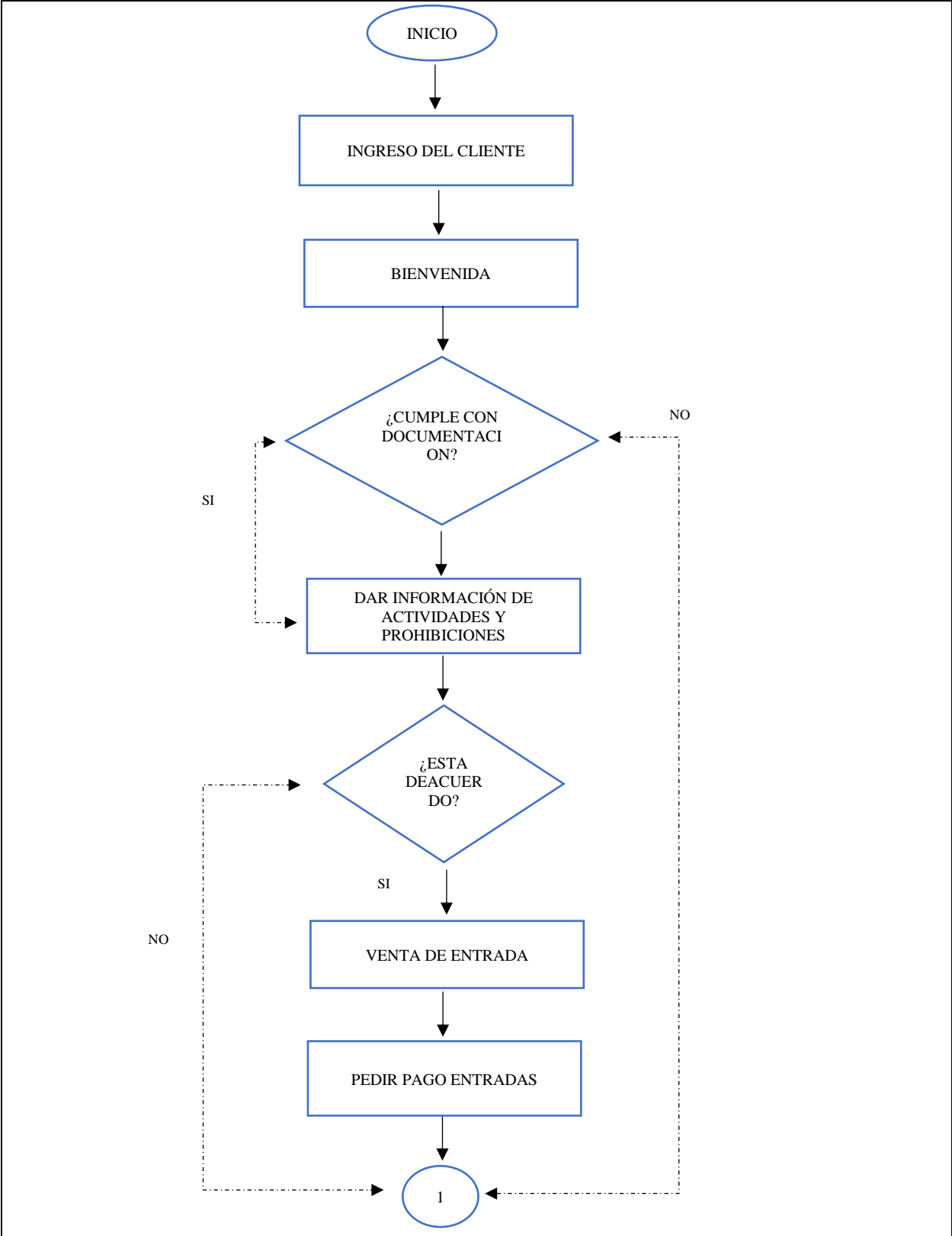


Figura 36

Flujograma del proceso de entradas en Finca Experience



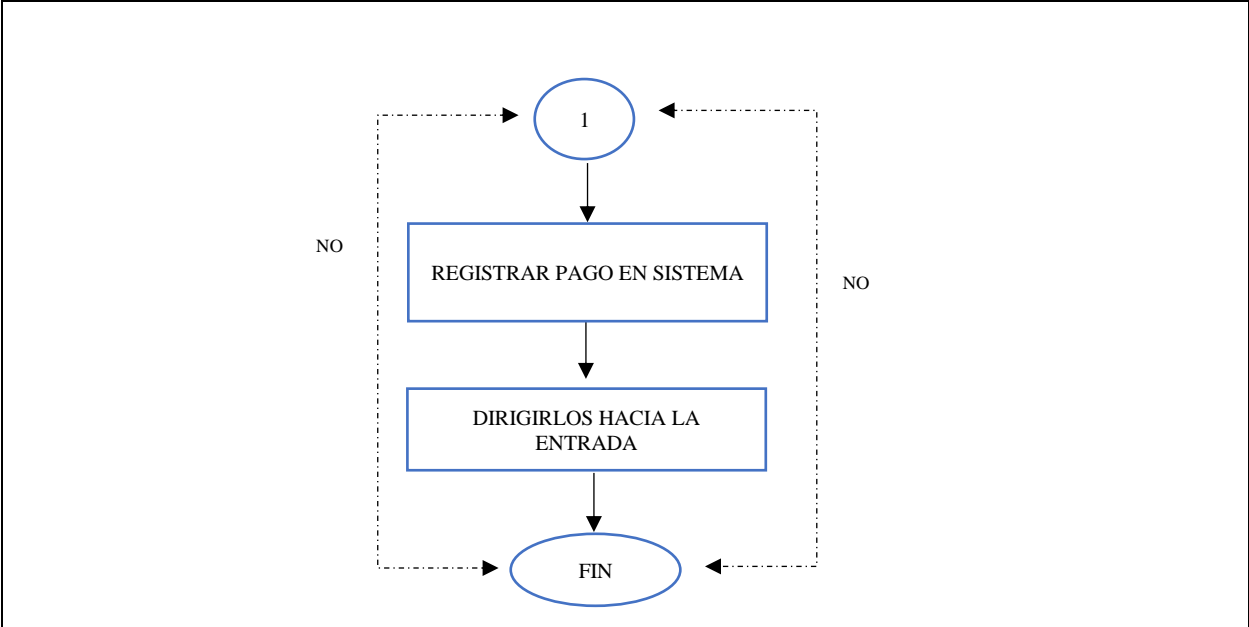
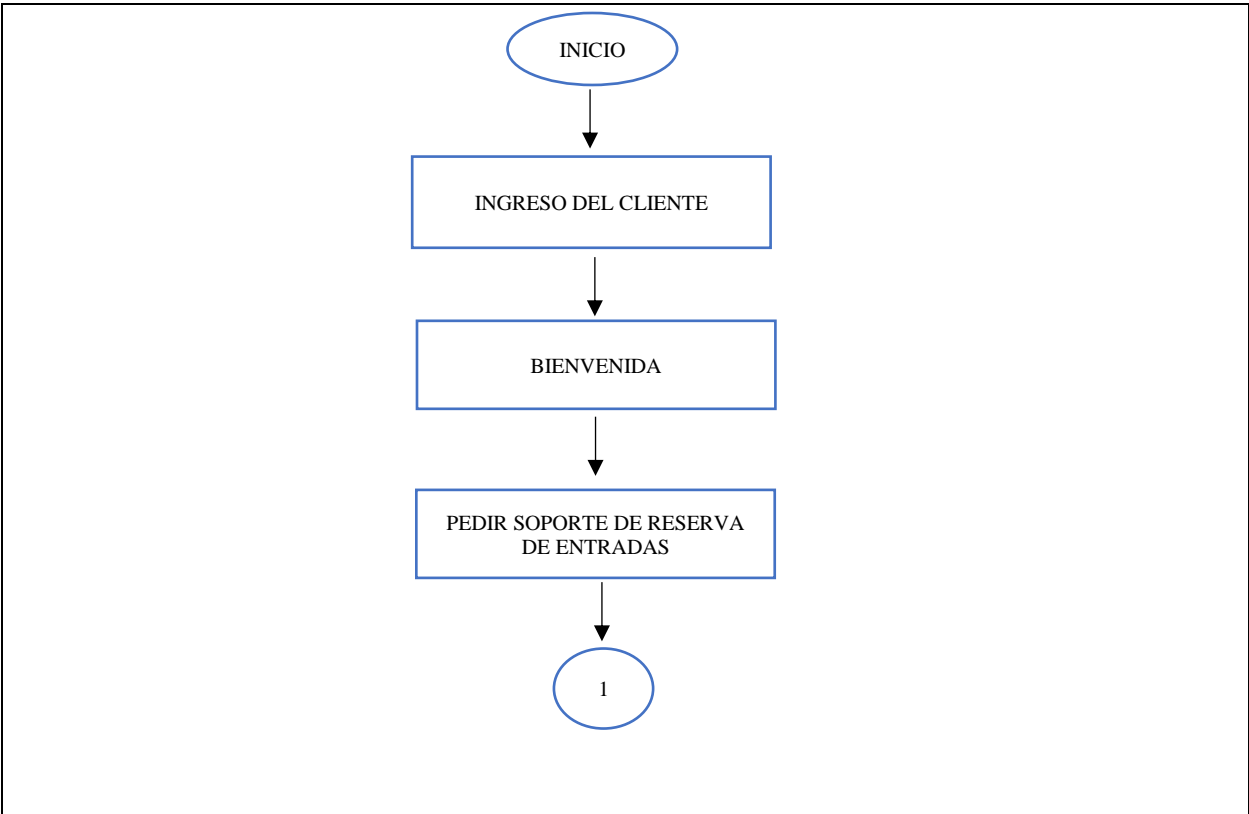


Figura 37

Flujograma del proceso de entradas vendidas online por página web



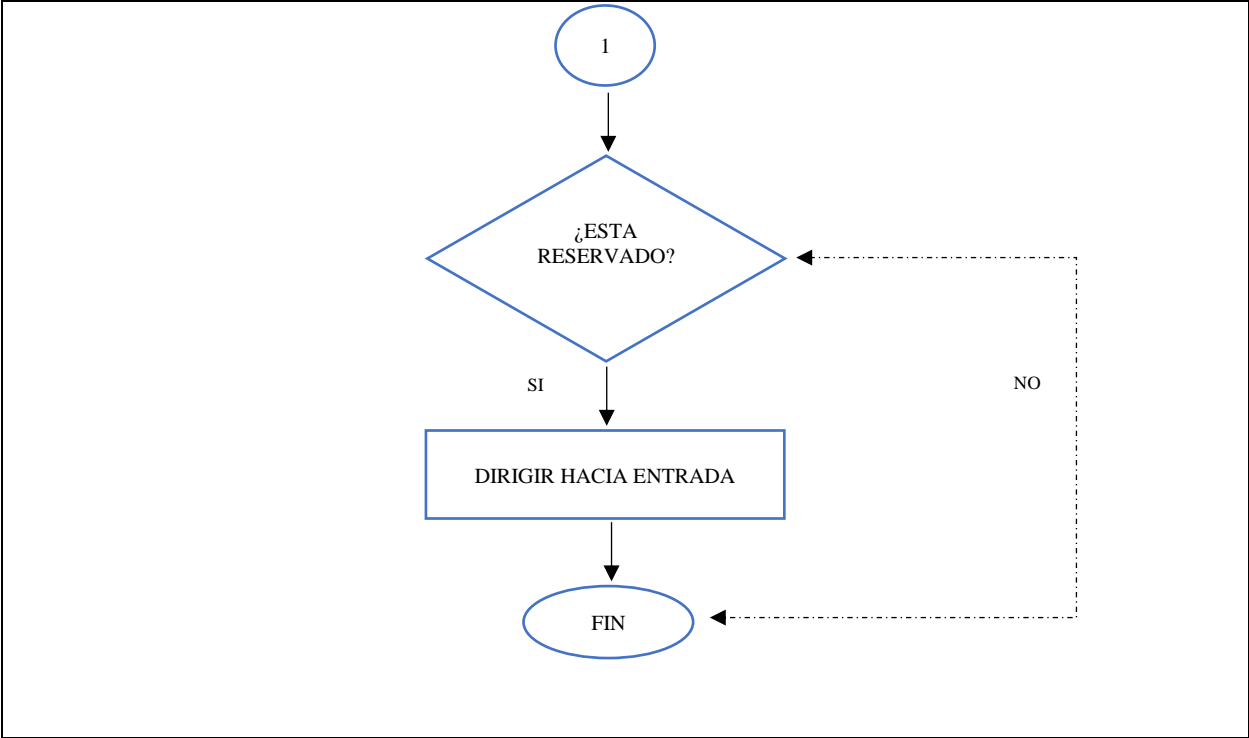
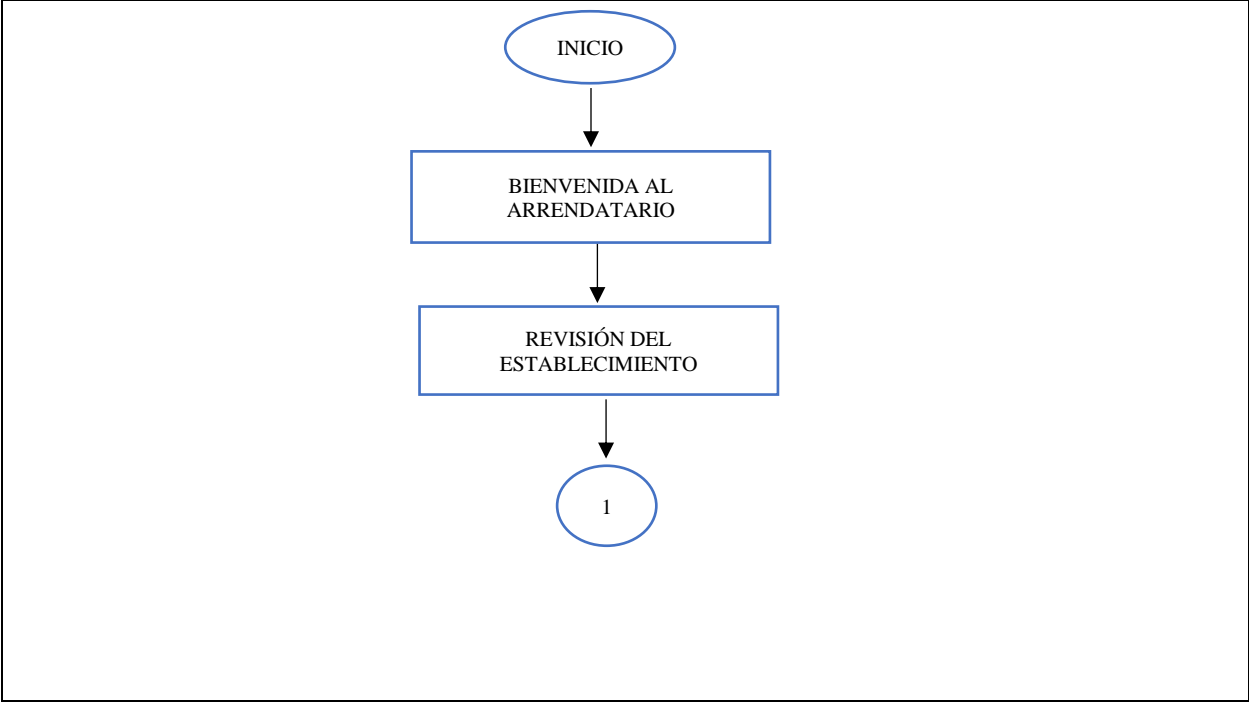
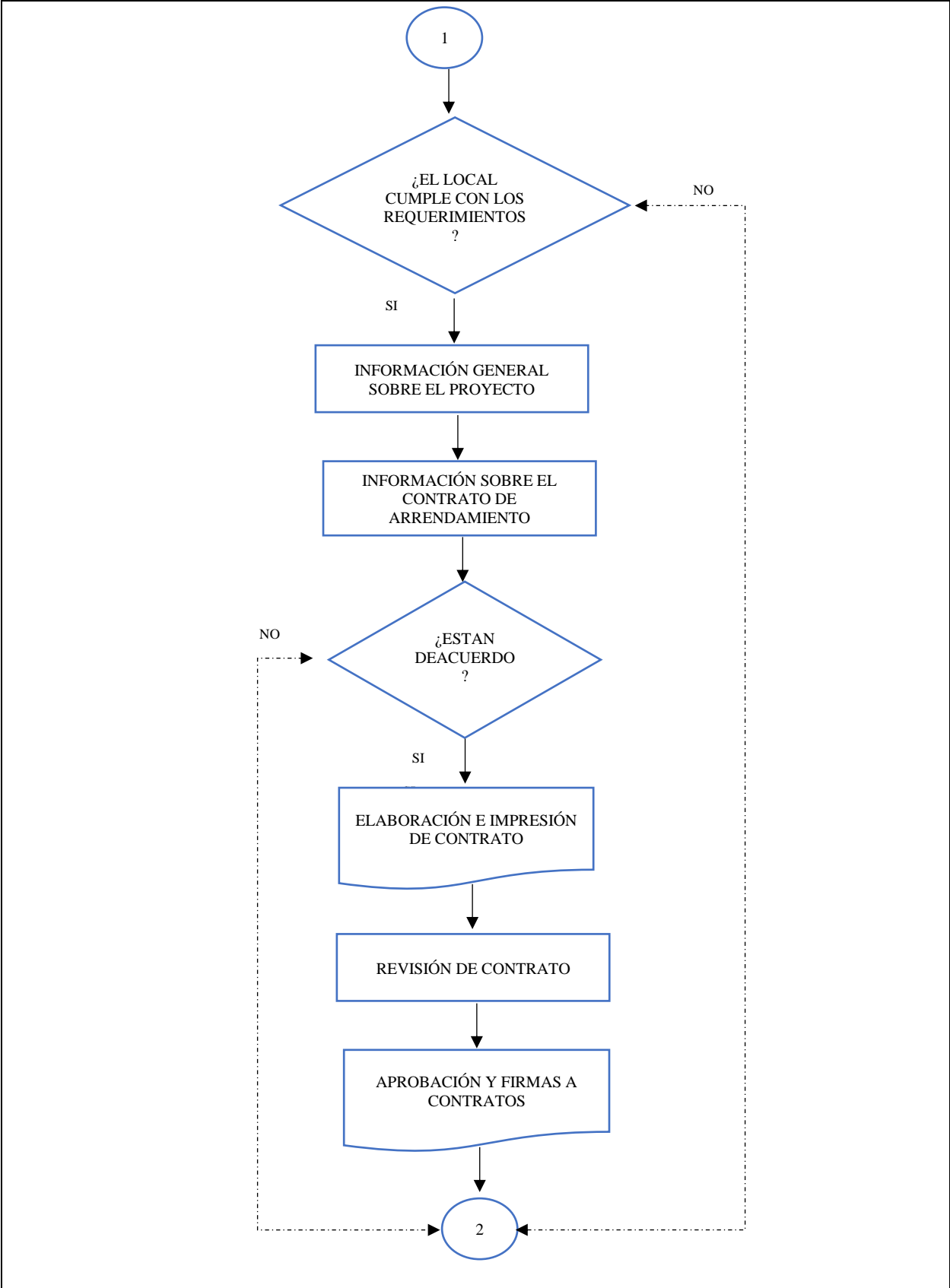


Figura 38

Flujograma del proceso alquiler de restaurante





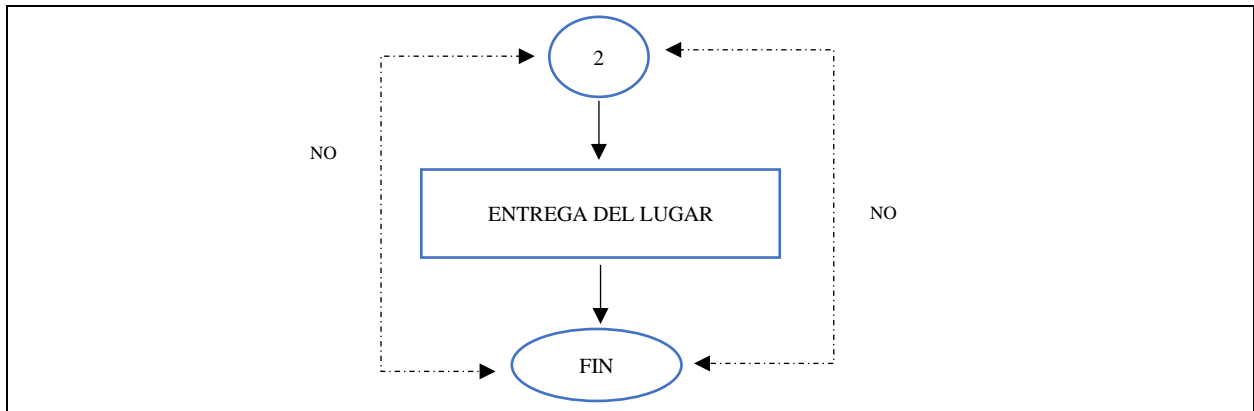
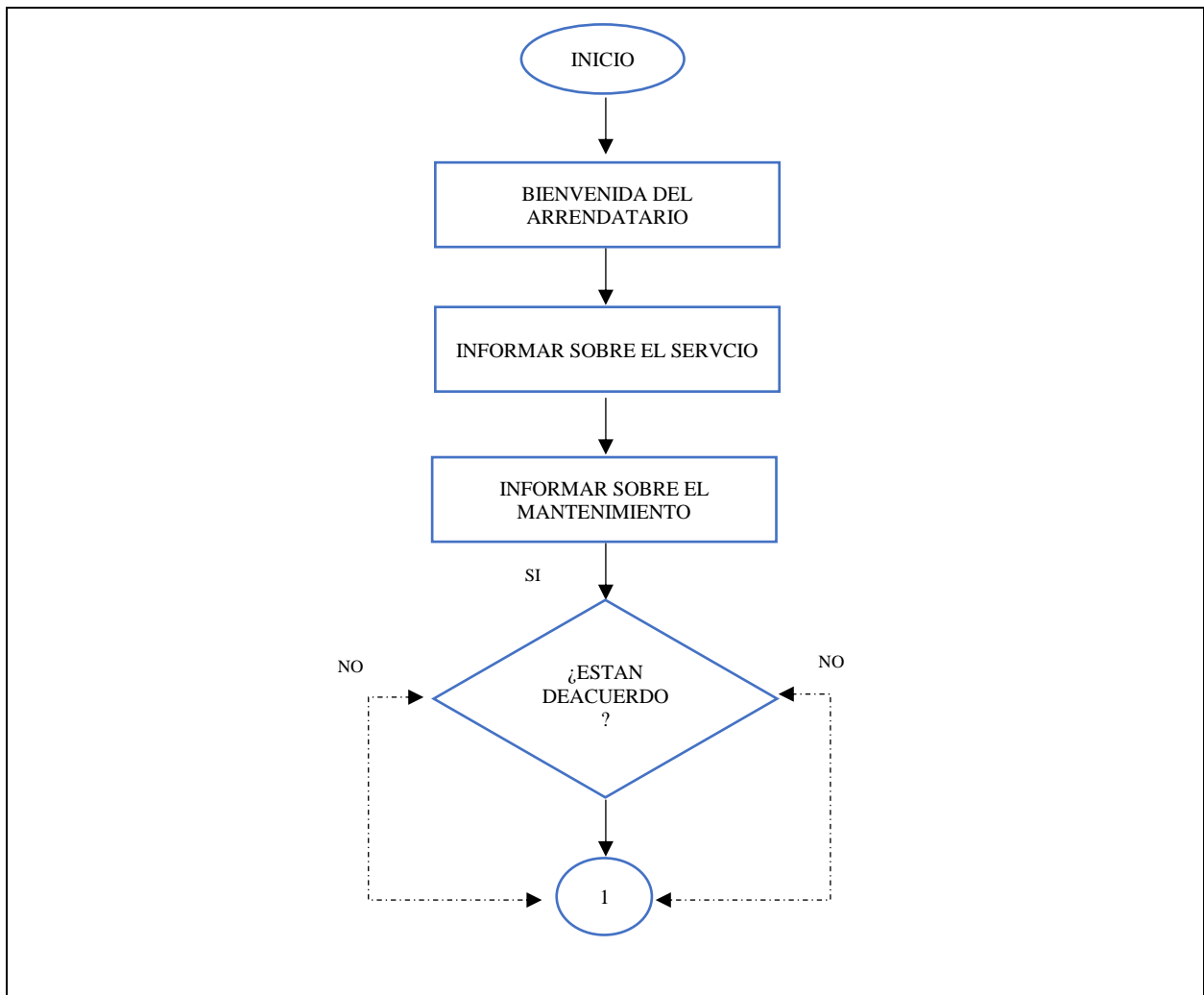
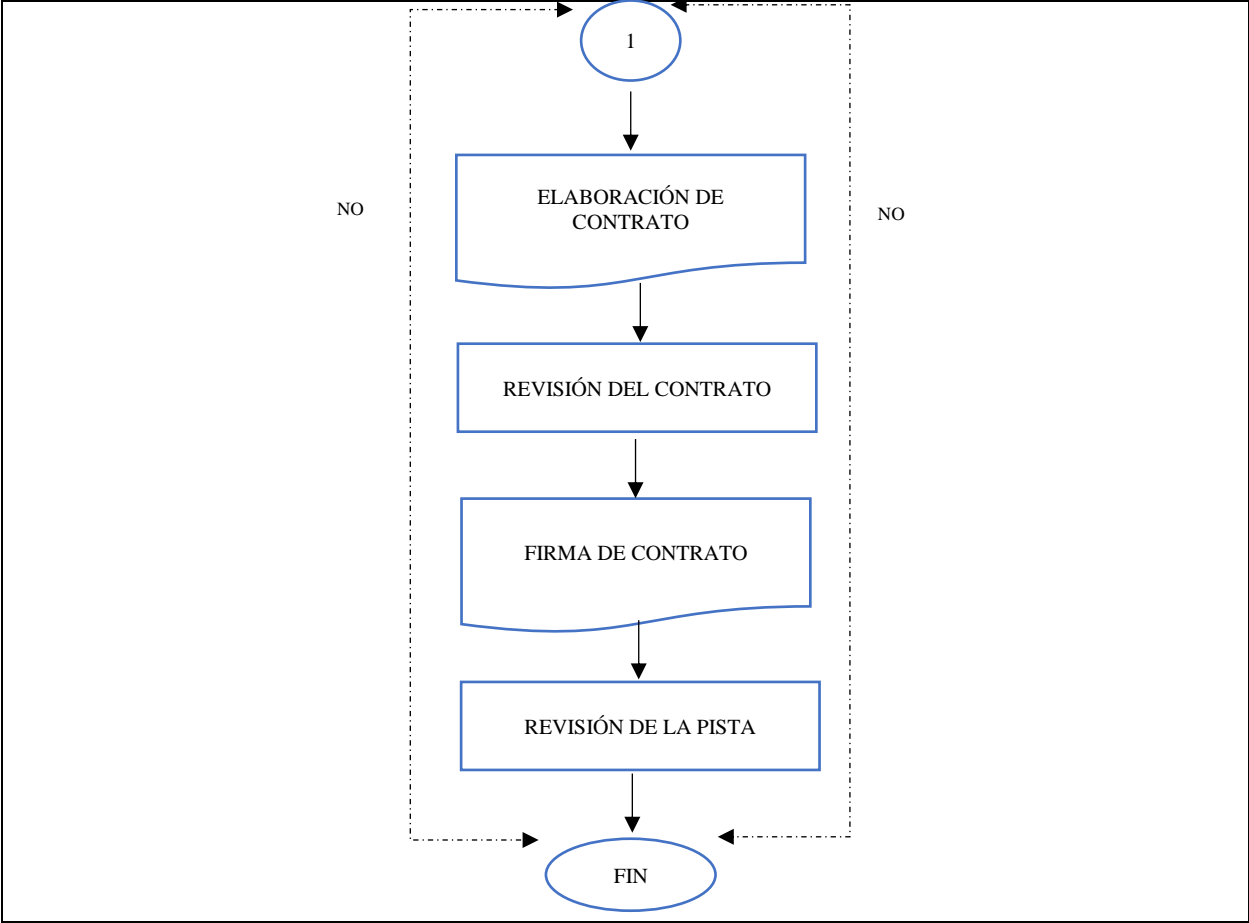


Figura 39

Flujograma del proceso alquiler de pista de veleoarena





5.3.4 Necesidades y requerimientos para la prestación del servicio

Las necesidades y requerimientos de la finca Experience deben ser bien definidos, es por eso que se detalla cada uno de ellos los cuales servirán para la prestación final del servicio y que este sea de calidad tanto para los usuarios como para el personal que labora en este y los diferentes animales que hacen parte de la finca.

Tabla 15

Necesidades de personal directo

PERSONAL OPERATIVO

CONCEPTO	CANT	VALOR UNI	VALOR TOTAL
Mayordomo	1	\$1.160.000	1.160.000
Auxiliar de mayordomo	1	\$1.160.000	1.160.000
Personal de aseo	1	\$1.160.000	1.160.000
Auxiliar de aseo	1	\$1.160.000	1.160.000
Operador de servicios recreativos	1	\$1.300.000	1.300.000
Auxiliar de servicios recreativos	3	\$1.300.000	3.900.000
Jefe de Operaciones	1	\$2.500.000	2.500.000
TOTAL			12.340.000

Tabla 16

Necesidades de personal indirecto

PERSONAL OPERATIVO			
CONCEPTO	CANT	VALOR UNI	VALOR TOTAL
Administrador	1	2.250.000	2.250.000
Contador OPS	1	2.000.000	2.000.000
TOTAL			4.250.000

Tabla 17

Requerimientos de maquinaria y equipos, muebles y enceres, equipos de oficina

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
DESCRIPCIÓN	CANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Televisor 42 pulgadas	2	\$2.100.000	4.200.000
Barra de sonido	12	\$165.000	1.980.000
Radio walkie talkie	5	\$60.000	300.000
Mesa de billar	1	\$1.600.000	1.600.000
Mueble de almacenamiento para limpieza	1	\$650.000	650.000
Estufa	1	\$900.000	900.000
Utensilios de cocina	6	\$388.333	2.330.000
Pipa de gas	2	\$100.000	200.000
Fumigadora aspersor	4	\$220.000	880.000

Machetes	2	\$25.000	50.000
Palas	10	\$50.000	500.000
Palendras	10	\$50.000	500.000
Juego de sape	2	\$125.000	250.000
Canchas de aluminio (futbol y baloncesto)	4	\$180.000	720.000
Balones	4	\$50.000	200.000
Bicicletas de montaña	6	\$800.000	4.800.000
Carpas de acampar	20	\$37.500	750.000
Balones gigantes	6	\$400.000	2.400.000
Puentes colgantes	6	\$400.000	2.400.000
Columpios	6	\$150.000	900.000
Inflable infantil	1	2.000.000	2.000.000
TOTAL			28.510.000

Tabla 18

Requerimientos de muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCION	CANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Escritorio	2	350.000	700.000
Silla Ejecutiva Ergonómica	2	200.000	400.000
Mueble de recepción	1	200.000	200.000
Sala de espera	1	1.000.000	1.000.000
Archivador	1	200.000	200.000
TOTAL			2.500.000

Tabla 19

Requerimientos de equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Computador de Escritorio	2	1.500.000	3.000.000
Teléfono de Oficina	1	20.000	20.000
Impresora Multifuncional	1	600.000	600.000
TOTAL			3.620.000

Tabla 20*Requerimientos de otros equipamientos*

IMPLEMENTOS DE OFICINA Y PAPELERÍA			
DESCRIPCION	CANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Lapiceros	20	\$500	\$10.000
Resma hoja carta	4	\$6.500	\$26.000
Regla	2	\$800	\$1.600
Sobre de manila oficio	100	\$55	\$5.500
Resaltadores	20	\$800	\$16.000
Tablero acrílico	1	\$40.000	\$40.000
Marcador borrable	4	\$3.000	\$12.000
Tinta para marcador	4	\$3.500	\$14.000
Borrador tablero acrílico	2	\$2.000	\$4.000
Caja de grapas	10	\$2.000	\$20.000
Cosedora para escritorio	4	\$15.000	\$60.000
Az	20	\$5.000	\$100.000
Bisturí	2	\$1.100	\$2.200
Perforadora	2	\$15.500	\$31.000
Tijeras	2	\$800	\$1.600
Folder oficio	100	\$120	\$12.000
Pegante	2	\$1.500	\$3.000
Cinta adhesiva	2	\$2.700	\$5.400
Corrector	2	\$2.500	\$5.000
Recarga cartucho impresora	10	\$50.000	\$500.000
Caja de clips	2	\$700	\$1.400
Borrador	2	\$500	\$1.000
Carnet de la empresa	20	\$5.000	\$100.000
Tarjetas de presentación	1000	\$50	\$50.000
TOTAL			\$1.021.700

Tabla 21*Requerimientos de terrenos*

REQUERIMIENTO DE TERRENOS

CONCEPTO	CANT	VALOR UNI	VALOR TOTAL
Terrenos (Hectáreas)	4	\$35.000.000	\$140.000.000
TOTAL			\$140.000.000

Tabla 22

Adecuaciones

ADECUACIONES			
RUBRO	CANT	VALOR UNI	VALOR TOTAL
Diseño de senderos	1	\$800.000	\$800.000
Cancha de futbol	1	\$400.000	\$400.000
Espacios (divisiones para área administrativa)	1	\$1.500.000	\$1.500.000
Ruta de ciclismo	1	\$550.000	\$550.000
Remodelación de casa	1	\$5.000.000	\$5.000.000
Espacio de restaurante	1	\$5.000.000	\$5.000.000
Mirador natural	1	\$1.000.000	\$1.000.000
Pista de velleoarena	1	\$12.000.000	\$12.000.000
Pista para balones gigantes	1	\$1.000.000	\$1.000.000
Parqueadero	1	\$4.000.000	\$4.000.000
Montaje de cocina	1	\$2.500.000	\$2.500.000
Juegos infantiles	1	\$3.000.000	\$3.000.000
Resbaladores de montaña	2	\$1.000.000	\$2.000.000
TOTAL			\$38.750.000

Tabla 23

Construcciones

CONSTRUCCIONES			
RUBRO	CANT	VALOR UNI	VALOR TOTAL
Corrales (caballos y animales de granja)	2	\$1.000.000	\$2.000.000
Kioscos	2	\$1.500.000	\$3.000.000
Cancha de baloncesto	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Baños ecológicos	6	\$1.000.000	\$6.000.000
TOTAL			13.000.000

Tabla 24

Requerimientos de semovientes

SEMOVIENTES			
RUBRO	CANT	VALOR UNI	VALOR TOTAL
Vacas	4	\$800.000	\$3.200.000
Cerdos	6	\$400.000	\$2.400.000
Caballos	6	\$1.000.000	\$6.000.000
Ovejas	4	\$550.000	\$2.200.000
Gallinas	20	\$10.000	\$200.000
Avestruz	2	\$350.000	\$700.000
Alpaca	2	\$1.500.000	\$3.000.000
TOTAL			17.700.000

5.4 Descripción del mercado de Proveedores

El Mercado Proveedor es el conjunto de empresas que en el futuro proporcionarán insumos a la empresa que se crearía con el proyecto, generalmente el mercado de proveedor es compartido con la competencia. En el caso de finca Experience el mercado de proveedores es amplio y se encuentra una gran variedad de empresas prestadoras de este servicio.

Finca Experience necesitará una gran variedad de proveedores por lo cual se deberá realizar diferentes cotizaciones para todos los insumos que se necesitan y poder definir el precio adecuado, para esto se definen diferentes insumos que necesitara la empresa y en base a estos buscar los diferentes proveedores, así se encuentran los siguientes:

Tabla 25

Mercado de proveedores

DESCRIPCIÓN DE PROVEEDORES FINCA EXPERIENCE		
EQUIPOS DE OFICINA		
PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	CIUDAD

Home Center	Cadena de comercios de la construcción, ferretería y mejoramiento del hogar de origen chileno, perteneciente al holding S.A.C.I. Falabella.	Cali Cra. 100 # 16 - 251
Industrias Praga	Comercializadora de divisiones para Oficinas, Muebles de Madera, Muebles para Oficina	Pasto Cl 22bis # 24-334
TMS SOLUTIONS	Comercio al por mayor y menor de equipos tecnológicos. Equipos como HP, Epson, Dell	Pasto Calle 18 No. 28-28 Centro
PRODUCTOS Y HERRAMIENTAS AGRARIAS		
Distribuidora Agrico Soluciones Agrícolas	Producción y comercialización de fertilizantes	Pasto Cl. 17 #20 – 15
Tecniagro	Comercialización de maquinaria agroindustrial	Pasto Calle 17 #20
EQUIPOS Y HERRAMIENTAS DE OCIO Y RECREACIÓN		
Billares Special	Fabricantes de mesas de billar pool y carambola, canchas de sapo, tenis de mesa y todo lo relacionado.	Pasto Cl. 21f
Makiro	Construcción, diseño o renovación de campos deportivos en grama natura	Pasto Online
Deportes al día Pasto	Comercialización de artículos para Deportes	Pasto Cl 18 # 28-37

6. Estudio Organizacional

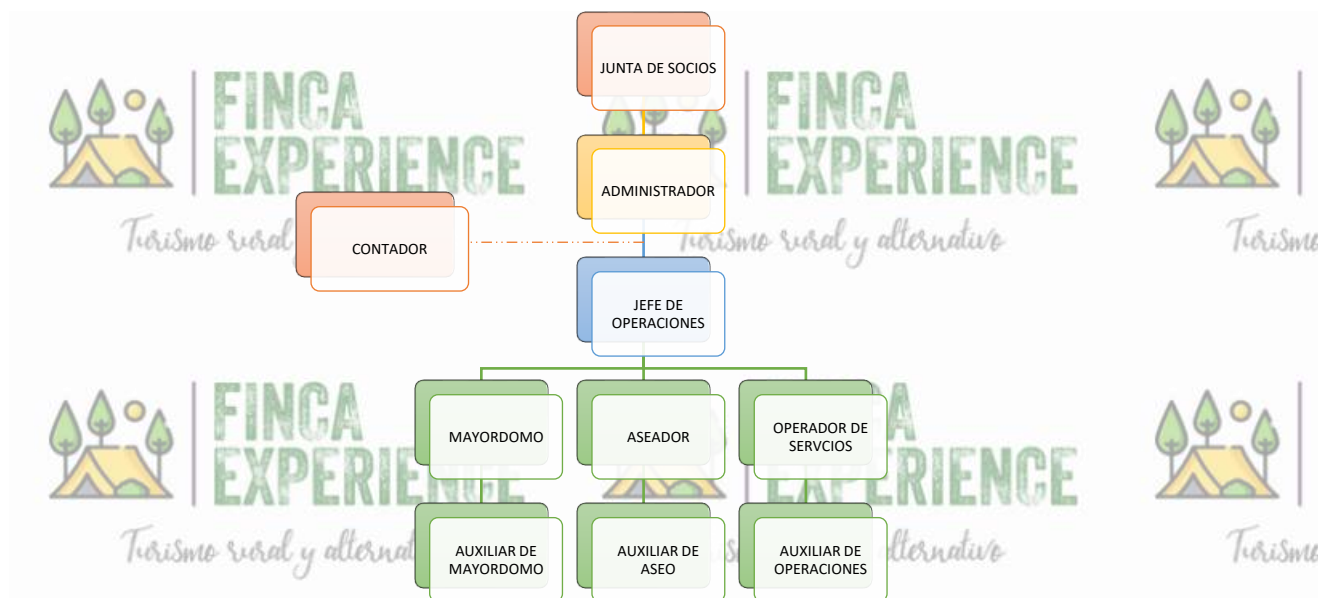
6.1 Organigrama

Áreas Funcionales: La empresa Finca Experience, contara con un recurso humano de 8 colaboradores de nomina y 1 como staff, al ser una empresa nueva en el mercado empezara solo con área administrativa, que manejara todas las operaciones de la empresa, desde donde partirá la creación de la estructura organizacional de tipo vertical que facilite la coordinación de las actividades y control de las acciones de los demás miembros de la empresa.

Organigrama: Para el proyecto, se ha propuesto una estructura organizacional de tipo vertical que permita identificar la autoridad y determinar las funciones, control y coordinacion de tareas en la organizacion que permitan alcanzar el logro de objetivos. A continuación, se presenta el organigrama:

Figura 40

Organigrama Finca Experience



6.1.1 Plataforma estratégica

Misión

Crear nuevas experiencias en ambientes naturales, ofreciendo alternativas recreativas, deportivas, culturales, de relajación y esparcimiento, mediante el diseño de atractivos instaurados para que cada miembro que conforma una familia puedan pasar tiempo libre de calidad, además, influir en el desarrollo de la zona y sus habitantes dándolos a conocer en la región.

Visión

En cinco años ser el sitio preferido por los Nariñenses en la prestación de servicios turísticos rurales y alternativos orientados a la recreación y el descanso, que contribuya con el desarrollo y crecimiento del sector y los habitantes que hacen parte del entorno de la empresa.

Valores Corporativos

Los valores corporativos de Finca Experience son su tarjeta de presentación, pues ayudaran al logro de los objetivos para brindar el mejor servicio turístico para los clientes. Estos son:

- **Transparencia:** Ser claros en la descripción de los servicios y no esconder información que puede ser relevante para el cliente, dejando claro lo que se oferta
- **Compromiso:** Dándole al cliente cumplimiento en todo lo adquirido según términos y condiciones del mismo
- **Responsabilidad:** En las operaciones brindar calidad en los servicios, siendo eficientes y ágiles para satisfacer al cliente, además, conservando el entorno natural en condiciones óptimas para su continuidad
- **Profesionalismo:** El trabajo significa poder brindar un servicio por un personal capaz y competente
- **Trabajo en Equipo:** La empresa se preocupa por ambiente de trabajo propiciando siempre un buen trato al cliente, ayudándose unos a otros.

6.2 Perfil de cargos y funciones

Manuales de funciones

Las funciones se determinarán según el cargo del empleado, esto con el fin de elaborar los Manuales de funciones que servirán de herramienta administrativa para los miembros de la empresa permitiendo establecer las responsabilidades y labores a cumplir de cada uno, ayudando a cada colaborador a conocer la correcta ejecución de las tareas determinadas del cargo. Los manuales, ayudaran a la empresa a mantener un control de los recursos de la empresa y las actividades del personal, que son importantes para alcanzar los objetivos de la organización.

Contador

Tabla 26

Manual de Funciones y Competencias del Contador

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
	
FINCA EXPERIENCE	
NIT: 805003626	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DEL CARGO	CONTADOR
CÓDIGO	A-01
NORMATIVIDAD	El Decreto 1083 de 2015
NIVEL JERÁRQUICO	Administrativo (A) X
	Técnico (T)
	Operativo (O)
DEPENDENCIA	Área administrativa
JEFE INMEDIATO	Administrador

NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
TIPO DE CONTRATO	Contrato por prestación de servicios
RESPONSABILIDAD	Encargado de la medición, análisis e interpretación de la información en la elaboración de estados financieros, en los cuales se exprese de manera clara, confiable, oportuna y útil la información de la Asociación. Así mismo servir de órgano sucesor y de apoyo en la toma de decisiones de la administración cumpliendo la normatividad vigente.
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar, proporcionar y organizar los recursos necesarios para alcanzar los objetivos organizacionales. • Suministrar de manera clara la información de relevancia para la administración. • Responder por la información suministrada en cuanto a aspectos contables tributarios y financieros. • Verificar y asegurar que los datos contables relacionados con la cartera se estén controlando de acuerdo con lo establecido por la asamblea general, la junta directiva y el director ejecutivo. • Verificar y supervisar el pago de los diferentes tributos de los cuales es responsable la asociación de acuerdo a la normatividad vigente. • Verificar y controlar que los cheques sean debidamente soportados y contabilizados. • Asegurarse que tanto los gastos como los ingresos sean registrados en la contabilidad. • Verificar el pago a los proveedores y los clientes que sean aplicados correctamente. • Verificar el cumplimiento de todas las obligaciones adquiridas por la asociación. • Realizar las sugerencias pertinentes a la administración para velar por los cumplimientos de los objetivos. • Desempeñar las demás funciones propia del cargo, las señaladas por los socios, con base en el estatuto tributario y demás acuerdos. • Elaborar documentos con fin de préstamos bancarios si los hubiese. • Elaborar y presentar las declaraciones de renta, IVA y demás que estipule la ley. • Contestar a los requerimientos que emanen de la DIAN. • Las demás que le sean asignadas según la naturaleza de su cargo, por su jefe inmediato 	
PERFIL INDIVIDUAL	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Título en contaduría, contaduría pública. • Diplomado en gestiones contables
REQUISITO DE EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 1 año en cargos contables • Manejo de Tics • Manejo de herramientas contables
OTROS REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Planeación estratégica • Toma de decisiones • Habilidad de negociación • Visión global empresarial

Administrador

Tabla 27

Manual de Funciones y Competencias del Administrador



MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES

FINCA EXPERIENCE

NIT: 805003626

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN DEL CARGO	ADMINISTRADOR	
CÓDIGO	A-02	
NORMATIVIDAD	El Decreto 1083 de 2015	
NIVEL JERÁRQUICO	Administrativo (A)	X
	Técnico (T)	
	Operativo (O)	
DEPENDENCIA	Área administrativa	
JEFE INMEDIATO	Junta de socios	
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1	
TIPO DE CONTRATO	Termino fijo	
RESPONSABILIDAD	Administrar los recursos financieros, contables y de mercadeo, usándolos adecuadamente incluyendo materiales físicos y tecnológicos relacionados con los procesos para la prestación de los servicios ofrecidos en la empresa, además, trazara las estrategias que lleven al cumplimiento de los objetivos planteados.	

FUNCIONES ESENCIALES

- Identificar, proporcionar y organizar los recursos necesarios para alcanzar los objetivos organizacionales.
- Supervisar al personal cuando el encargado de los mismo este ausente.
- Gestionar de manera correcta los recursos financieros, materiales y tecnológicos con los que cuenta la empresa.
- Revisar y autorizar los gastos relacionados a los procesos ejecutados para la prestación del servicio en la finca.
- Establecer las metas organizacionales por periodos.
- Generar estrategias de crecimiento en ventas y clientes.
- Distribuir los recursos apropiadamente para el pago de los diferentes insumos de la empresa para garantizar el mantenimiento de la misma.
- Pagar la nómina de los empleados conforme a los lineamientos establecidos por la ley colombiana.
- Realizar estrategias de publicidad y promoción de la empresa.
- Manejar redes sociales implementadas en la empresa.
- Llevar la contabilidad de la empresa.
- Elaborar los estados financieros de la empresa.
- Tramitar permisos y licencias para el funcionamiento de la empresa.
- Realizar los pagos tributarios casados por la actividad económica de la empresa.
- Organizar reuniones periódicas para evaluar rendimiento de la empresa.
- Velar por el crecimiento de la empresa, tanto en clientes.
- Toma de decisiones financieras de inversión siempre proyectadas al mejoramiento de la empresa.
- Cumplir de manera efectiva la misión, visión, política y objetivos de calidad, y la ejecución de los procesos en que interviene en razón del cargo.
- Tomar el control de la recepción de clientes en los días laborales cuando el jefe de operaciones no se encuentre disponible.

- Recibir y verificar el pago por las entradas de los clientes.

PERFIL INDIVIDUAL


REQUISITOS DE EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Título en administración de empresas, contaduría pública o afines. • Diplomado en servicios turísticos. • Diplomado en crecimiento empresarial.
REQUISITO DE EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 1 año en cargos administrativos o gerenciales. • 1 año en cargos en el sector turístico. • Manejo de Tics. • Manejo del idioma inglés.
OTROS REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo. • Planeación estratégica. • Toma de decisiones. • Habilidad de negociación. • Visión global empresarial.

Fuente: Elaboración Propia

Jefe de Operaciones

Tabla 28

Manual de Funciones y Competencias del Jefe de Operaciones

	MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES FINCA EXPERIENCE NIT: 805003626
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DEL CARGO	JEFE DE OPERACIONES
CÓDIGO	O-01
NORMATIVIDAD	El Decreto 1083 de 2015
NIVEL JERÁRQUICO	Administrativo (A)
	Técnico (T) X
	Operativo (O) X
DEPENDENCIA	N/A
JEFE INMEDIATO	Administrador
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
TIPO DE CONTRATO	Termino fijo
RESPONSABILIDAD	Manejar los recursos físicos y humanos de la finca prestadora del servicio, recepción y servicio del cliente con calidad, planificar las actividades diarias del personal y controlar cada actividad turística con el fin de su correcta ejecución.
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Reclutar el personal cada que la empresa lo requiera y el administrador lo indique. • Gestionar todo lo relacionado con las reservas, recepción, estadía y salida de clientes. • Supervisar las actividades diarias del personal a su cargo. • Gestionar la llegada de clientes a la empresa • Crear estrategias donde se busque ofrecer servicios nuevos que sean atractivos a los clientes. 	

- Controlar horarios, permisos e incapacidades del personal a cargo.
- Manejar problemas en cuanto a quejas de clientes en el servicio o accidentes.
- Controlar la operación diaria de la finca prestadora del servicio y todos sus servicios.
- Evaluar periódicamente las actividades del personal y llevar control de las mismas, con el fin de conocer las debilidades a mejorar.
- Conservar el buen ambiente de trabajo siendo el intermediario en caso de problemas entre empleados.
- Realizar estrategias para aumentar la productividad de los empleados.
- Facilitar la comunicación entre empleados y clientes.
- Cumplir de manera efectiva la misión, visión, política y objetivos de calidad, y la ejecución de los procesos en que interviene en razón del cargo.

PERFIL INDIVIDUAL	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Técnico en servicio al cliente. • Técnico de servicios turísticos.
REQUISITO DE EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • 1 año mínimo en cargos turísticos, atención al cliente y manejo de personal. • Manejo de Tics.
OTROS REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de personal. • Liderazgo. • Planeación estratégica. • Neutralidad. • Autoridad. • Toma de decisiones.

Mayordomo

Tabla 29

Manual de Funciones y Competencias del Mayordomo

 MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES FINCA EXPERIENCE NIT: 805003626	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DEL CARGO	MAYORDOMO
CÓDIGO	O-02
NORMATIVIDAD	El Decreto 1083 de 2015
NIVEL JERÁRQUICO	Directivo (D)
	Técnico (T)
	Operativo (O)
DEPENDENCIA	Operaciones del servicio
JEFE INMEDIATO	Jefe de Operaciones
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
TIPO DE CONTRATO	Termino fijo
RESPONSABILIDAD	Encargado de cuidar la finca, brindar seguridad en todas las zonas, mantenimiento en la planta y zonas recreativas, Realizar labores agrarias a

	sembradíos y suministrar medicamentos a animales bajo la asesoría de un técnico, capacidad de enseñar sobre cultivos agrarios.
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el mantenimiento de todas las áreas de la empresa. • Velar por la seguridad de todas las cosas que pertenecen a la finca, a las personas, zonas recreativas y de hospedaje. • Realizar mantenimiento periódico de jardines, senderos y zonas de descanso. • Mantener el cuidado de los diferentes cultivos y animales con los que cuenta la finca y están prestos al servicio. • Mostrar a los visitantes en los horarios establecidos sobre el proceso de cultivo y alimentación de animales. • Enseñar a los visitantes los procesos de cultivo y manejo de animales de granja dentro de los horarios establecidos. • Vigilar el buen uso y trato de la infraestructura de la finca por parte de los visitantes. • Cumplir de manera efectiva la misión, visión, política y objetivos de calidad, y la ejecución de los procesos en que interviene en razón del cargo. • Cumplir con las normas y reglamentación implementadas por la empresa. • Responder por el inventario de insumos utilizados en su cargo. 	
PERFIL INDIVIDUAL	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller, técnico en agroindustria. • Curso básico en suministro de medicamentos. • Curso de vigilancia
REQUISITO DE EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • 1 año en cargos similares.
OTROS REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de aprender y enseñar • Acatar órdenes. • Responsabilidad. • Orden • Cumplimiento

Tabla 30

Manual de Funciones y Competencias del Auxiliar del Mayordomo

	MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES FINCA EXPERIENCE NIT: 805003626	
	IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DEL CARGO	AUXILIAR DE MAYORDOMO	
CÓDIGO	O-03	
NORMATIVIDAD	El Decreto 1083 de 2015	
NIVEL JERÁRQUICO	Administrativo (A)	
	Técnico (T)	
	Operativo (O)	X
DEPENDENCIA	N/A	
JEFE INMEDIATO	Mayordomo	
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1	
TIPO DE CONTRATO	Termino fijo	

RESPONSABILIDAD	Encargado de cuidar la finca, brindar seguridad en todas las zonas, mantenimiento en la planta y zonas recreativas, Realizar labores agrarias a sembradíos y suministrar medicamentos a animales bajo la asesoría de un técnico, capacidad de enseñar sobre cultivos agrarios.
FUNCIONES ESENCIALES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Auxiliar en labores de mantenimiento de todas las áreas de la empresa. • Auxiliar en la vigilancia de la seguridad de todas las cosas que pertenecen a la finca, a las personas, zonas recreativas y de hospedaje. • Auxiliar en las labores de mantenimiento periódico de jardines, senderos y zonas de descanso. • Auxiliar en las labores del cuidado de los diferentes cultivos y animales con los que cuenta la finca y están prestos al servicio. • Auxiliar las labores de proceso de cultivo y alimentación de animales. • Auxiliar en la enseñanza sobre procesos de cultivos y animales de granja. • Vigilar el buen uso y trato de la infraestructura de la finca por parte de los visitantes. • Cumplir de manera efectiva la misión, visión, política y objetivos de calidad, y la ejecución de los procesos en que interviene en razón del cargo. • Cumplir con las normas y reglamentación implementadas por la empresa. • Responder por el inventario de insumos utilizados en su cargo.
PERFIL INDIVIDUAL	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller, técnico en agroindustria. • Curso básico en suministro de medicamentos. • Curso de vigilancia.
REQUISITO DE EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • 1 año en cargos similares.
OTROS REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de aprender y enseñar. • Acatar órdenes. • Responsabilidad. • Orden. • Cumplimiento.

Tabla 31


Manual de Funciones y Competencias del Aseador (a)

	MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES FINCA EXPERIENCE NIT: 805003626
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DEL CARGO	ASEADOR (A)
CÓDIGO	0-04
NORMATIVIDAD	El Decreto 1083 de 2015
NIVEL JERÁRQUICO	Administrativo (A)
	Técnico (T)
	Operativo (O) X
DEPENDENCIA	Área operativa
JEFE INMEDIATO	Jefe de Operaciones
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
TIPO DE CONTRATO	Termino fijo

RESPONSABILIDAD	Velar por el aseo en general de la finca prestadora del servicio, cuidar las zonas comunes como administración, recepción y zona de hospedaje, aseo de camping de lujo y básico.
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la limpieza de las oficinas, baños, campings y zonas recreativas. • Brindar las bebidas y alimentos de los funcionarios de la empresa. • Hacer y servir bebidas y comidas a empleados de la empresa. • Atender los llamados de limpieza de los funcionarios y clientes. • Mantener el suministro de insumo de baños. • Recolectar los residuos sólidos ordinarios, biológicos y químicos que se generan en el área. • Desocupar las canecas de basura cada hora divididas por residuos para ayudar al reciclaje. • Mantener las herramientas y lugares de trabajo en orden y condiciones limpias. • Hacer buen uso de los insumos de aseo sin desperdicios ni pérdidas. • Cumplir de manera efectiva la misión, visión, política y objetivos de calidad, y la ejecución de los procesos en que interviene en razón del cargo. • Cumplir con las normas y reglamentación implementadas por la empresa. • Responder por el inventario de insumos utilizados en su cargo. 	
PERFIL INDIVIDUAL	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller académico (no es requisito esencial). • Curso de servicio al cliente.
REQUISITO DE EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • 1 año en cargos similares.
OTROS REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad. • Acato de órdenes. • Trabajo en equipo.

Tabla 32


Manual de Funciones y Competencias del Auxiliar de Aseo

	MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES FINCA EXPERIENCE NIT: 805003626	
	IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DEL CARGO	AUXILIAR DE ASEO	
CÓDIGO	0-05	
NORMATIVIDAD	El Decreto 1083 de 2015	
NIVEL JERÁRQUICO	Administrativo (A)	
	Técnico (T)	
	Operativo (O)	X
DEPENDENCIA	Área operativa	
JEFE INMEDIATO	Aseador	
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1	
TIPO DE CONTRATO	Termino fijo	
RESPONSABILIDAD	Velar por el aseo en general de la finca prestadora del servicio, cuidar las zonas comunes como administración, recepción y zona de hospedaje, aseo de camping de lujo y básico.	

FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Auxiliar en la limpieza de las oficinas, baños, campings y zonas recreativas. • Brindar las bebidas y alimentos de los funcionarios de la empresa. • Auxiliar en la elaboración bebidas y comidas de colaboradores. • Atender los llamados de limpieza de los funcionarios y clientes. • Mantener el suministro de insumo de baños y camping, como los implementos de aseo. • Recolectar los residuos sólidos ordinarios, biológicos y químicos que se generan en el área. • Desocupar las canecas de basura cada hora divididas por residuos para ayudar al reciclaje. • Mantener las herramientas y lugares de trabajo en orden y condiciones limpias. • Hacer buen uso de los insumos de aseo sin desperdicios ni pérdidas. • Cumplir de manera efectiva la misión, visión, política y objetivos de calidad, y la ejecución de los procesos en que interviene en razón del cargo. • Cumplir con las normas y reglamentación implementadas por la empresa. • Responder por el inventario de insumos utilizados en su cargo. 	
PERFIL INDIVIDUAL	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller académico (no es requisito esencial) • Curso de servicio al cliente
REQUISITO DE EXPERIENCIA	N/A
OTROS REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Acato de ordenes • Trabajo en equipo

Tabla 33

Manual de Funciones y Competencias del Operador de Servicios

 MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES FINCA EXPERIENCE NIT: 805003626	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DEL CARGO	OPERADOR DE SERVICIOS
CÓDIGO	O-06
NORMATIVIDAD	El Decreto 1083 de 2015
NIVEL JERÁRQUICO	Administrativo (A)
	Técnico (T)
	Operativo (O) X
DEPENDENCIA	Operativa
JEFE INMEDIATO	Jefe de Operaciones
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1
TIPO DE CONTRATO	Termino fijo
RESPONSABILIDAD	Encargado del manejo de todos los servicios que ofrece la finca, conocimiento técnico en pesca, ganadería y cultivos agropecuarios, ejecuta los atractivos que ofrece la finca y brinda seguridad y protección a los usuarios.
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer cada zona de la finca en general y sus atractivos. • Brindar atención a los usuarios de la finca en temas puntuales. • Ayudar en la recepción de cada usuario con sus elementos como maletas o bolsas. • Guiar en temas turísticos a los usuarios ofreciendo siempre el mejor servicio. 	

- Asistir a los usuarios en temas flora de la región.
- Asistir a los usuarios en la zona agropecuaria.
- Asistir a los usuarios en la zona de animales.
- Transportar elementos de trabajo en zonas agropecuarias que se usen para la prestación del servicio.
- Brindar seguridad a los usuarios en las zonas de hospedaje.
- Estar pendiente de las solicitudes de cada usuario.
- Velar por la seguridad y protección de la finca.
- Brindar el mejor servicio a los usuarios.
- Brindar ayuda al personal de aseo al momento de cargar y llevar elementos de mucho peso.
- Ayudar en las zonas comunes si es necesario.
- Cumplir de manera efectiva la misión, visión, política y objetivos de calidad, y la ejecución de los procesos en que interviene en razón del cargo.
- Cumplir con las normas y reglamentación implementadas por la empresa.

PERFIL INDIVIDUAL	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller académico. • Técnico en servicio al cliente. • Manejo de 80% idioma inglés.
REQUISITO DE EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • 1 año en cargos en servicios turísticos. • Experiencia en servicio al cliente.
OTROS REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad. • Buen trato. • Tolerancia. • Trabajo bajo presión. • Acato de órdenes. • Trabajo en equipo.

Tabla 34

Manual de Funciones y Competencias del Auxiliar de Operaciones.

 MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES FINCA EXPERIENCE NIT: 805003626		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
DENOMINACIÓN DEL CARGO	AUXILIAR DE OPERACIONES	
CÓDIGO	O-06	
NORMATIVIDAD	El Decreto 1083 de 2015	
NIVEL JERÁRQUICO	Directivo (D)	
	Técnico (T)	
	Operativo (O)	X
DEPENDENCIA	Operativa	
JEFE INMEDIATO	Operador de Servicios	
NÚMERO DE PERSONAS A CARGO	3	
TIPO DE CONTRATO	Termino fijo	
RESPONSABILIDAD	Encargado del manejo de todos los servicios que ofrece la finca, conocimiento técnico en pesca, ganadería y cultivos agropecuarios, ejecuta los atractivos que ofrece la finca y brinda seguridad y protección a los usuarios.	
FUNCIONES ESENCIALES		

- Conocer cada zona de la finca en general y sus atractivos.
- Auxiliar en la atención a los usuarios de la finca en temas puntuales.
- Auxiliar en la recepción de cada usuario con sus elementos como maletas o bolsas.
- Guiar en temas turísticos a los usuarios ofreciendo siempre el mejor servicio.
- Asistir a los usuarios en temas flora de la región.
- Asistir a los usuarios en la zona agropecuaria.
- Asistir a los usuarios en la zona de animales.
- Transportar elementos de trabajo en zonas agropecuarias que se usen para la prestación del servicio.
- Brindar seguridad a los usuarios en las zonas de hospedaje.
- Estar pendiente de las solicitudes de cada usuario.
- Velar por la seguridad y protección de la finca.
- Brindar el mejor servicio a los usuarios.
- Brindar ayuda al personal de aseo al momento de cargar y llevar elementos de mucho peso.
- Ayudar en las zonas comunes si es necesario.
- Cumplir de manera efectiva la misión, visión, política y objetivos de calidad, y la ejecución de los procesos en que interviene en razón del cargo.
- Cumplir con las normas y reglamentación implementadas por la empresa.

PERFIL INDIVIDUAL	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller académico. • Técnico en servicio al cliente. • Manejo de 80% idioma inglés.
REQUISITO DE EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • 1 año en cargos en servicios turísticos. • Experiencia en servicio al cliente.
OTROS REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad. • Buen trato. • Tolerancia. • Trabajo bajo presión. • Acato de órdenes. • Trabajo en equipo.

6.3 Reglamentos

6.3.1 Reglamento Interno del Trabajo

El presente reglamento contiene las disposiciones internas de la organización que regularan las relaciones laborales entre la empresa Finca Experience y los colaboradores, estableciendo deberes, derechos y obligaciones. El presente reglamento de trabajo debe ser de obligatorio cumplimiento por parte de directivos, técnicos operativos que deberán conocer y acatar cada norma plasmada en el manual, mencionando que, el mismo podrá ser modificado cuando las necesidades de la empresa los exijan para el desarrollo organizacional.

De acuerdo a las normas colombianas, las empresas estan obligadas a tener y adoprta el reglamento interno de trabajo cuando hay 5 o mas empleados, esto según el codigo sustantivo de trabajo en los articulos 104 y 105, que define lo define como “ el conjunto de normas que determinan las condiciones a que deben sujetarse el empleador y sus trabajadores en la prestación del servicio”(DECRETOS 2663 Y 3743 DE 1961,Codigo Sustantivo del trabajo). Por lo anterior, Finca Experince ha establecido las siguientes clausulas que permitan cumplir con la norma del CST y oriententen al personal en las acciones adecuadas al ejecutar las tareas de la empresa.

Tabla 35

Reglamento Interno de Trabajo



REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

OBJETIVO DEL REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

El presente reglamento interno de trabajo contiene las disposiciones internas que regulan las relaciones laborales entre Finca Experience y los colaboradores, instaurando deberes, derechos y obligaciones, así mismo sanciones por el incumplimiento o faltas que vayan en contra de las reglas de la empresa.

FINALIDAD DEL REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

Establecer las normas de comportamiento laboral que deben conocer los empleados sobre derechos, deberes, incentivos, sanciones, permanencia, puntualidad, con la finalidad de mantener y fomentar un buen ambiente laboral entre Finca Experience y los colaboradores.

CAPÍTULO I

Artículo 1.- El presente reglamento interno de trabajo es establecido por la organización FINCA EXPERIENCE, domiciliada en el municipio de Santa Barbara, Vereda el Cerotal, y sus disposiciones se aplican tanto a la organización propiamente, como a todos sus trabajadores. Este reglamento se integra al régimen jurídico de los contratos individuales de trabajo celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, independiente del término de vigencia, salvo estipulaciones en contrario

CAPÍTULO II

CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Artículo 2.- La selección del personal trabajador se realizará por cuenta del Administrador de la organización designado en el periodo de contratación, que deberá investigar a fondo la veracidad de cada aspirante a los puestos creados en la empresa. La contratación de personal es facultad exclusiva del administrador.

Artículo 3º-La empresa una vez admitido el aspirante podrá estipular con él un período inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de la empresa, las aptitudes del trabajador y por parte de este,

las conveniencias de las condiciones de trabajo (CST, art. 76). El periodo de prueba debe ser estipulado por escrito, en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo.

Artículo 4.- La selección de personal se realizará de acuerdo a las especificaciones técnicas de los puestos y demás requisitos establecidos por Finca Experince.

Artículo 5.- La Dependencia de Administración podrá exigir al aspirante a laborar en un cargo en FINCA EXPERIENCE, diligenciar la solicitud por escrito anexando los siguientes documentos:

- Hoja de vida
- Cedula y copia de la misma
- Certificados de estudio y de experiencia laboral
- Referencias reales laborales, familiares y de relaciones que sirvan para el puesto
- Certificados de Afiliación a Eps y Pensión
- Certificación bancaria
- Documentación o información que se considere necesaria para acreditar la idoneidad y aptitud del aspirante a desempeñar un cargo en FINCA EXPERIENCE

Artículo 6.- FINCA EXPERIENCE podrá suscribir contratos de trabajo, con las personas que ingresen a su servicio, pudiendo ser a tiempo indefinido, fijo, o de prestación de servicio según las necesidades de la organización.

PARÁGRAFO PRIMERO, Además, el aspirante deberá cumplir con las fases de; entrevistas, exámenes de aptitud y de conocimientos, exámenes médicos, laborales y paraclínicos (perfil lipídico) establecidos en el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SGSST, de acuerdo con el cargo y riesgo al que va a estar expuesto el trabajador.

CAPÍTULO III

TRABAJADORES ACCIDENTALES O TRANSITORIOS

Artículo 7.-Son trabajadores accidentales o transitorios, los que se ocupen en labores de corta duración no mayor de un mes y de índole distinta a las actividades normales de la Corporación. Estos trabajadores tienen derecho, además del salario, al descanso remunerado en dominicales y festivos (CST, arts. 6° y 45).

CAPÍTULO IV

HORARIO DE TRABAJO

Artículo 8.-La jornada de trabajo es de ocho (8) horas y se cumplen en el horario establecido por FINCA EXPERIENCE, teniendo en cuenta la regla general vigente prevista en el art. 161 del CST.

PARÁGRAFO PRIMERO: De acuerdo a la naturaleza y características de la actividad laboral, el empleador podrá en cualquier momento disminuir o ampliar la jornada laboral conforme las excepciones consagradas en los arts. 162 y siguientes del CST. En cualquiera de los dos casos, esto es, bien de disminución de jornada de trabajo o de ampliación, se ajustará la retribución salarial.

De acuerdo a los cargos, funciones y responsabilidades el horario quedara d la siguiente forma tanto para administrativos, como para tecnicos y operarios:

De miercoles a Domingo:

7:00am a 12: 00pm y de 2:00pm a 6:00pm

CAPÍTULO V

HORARIO EXTRAS

Artículo 9.- El trabajo suplementario o de horas extras es el que excede de la jornada ordinaria y el que excede la máxima legal (CST, Art, 159).

Artículo 10.- El trabajo extra diurno se remunera con un cargo del 25% sobre el valor del trabajo diurno ordinario.

Artículo 11.- El trabajo extra nocturno se remunera con un cargo del 75% sobre el valor del trabajo nocturno ordinario.

CAPÍTULO VI

DÍAS DE DESCANSO OBLIGATORIO

Artículo 12.- Serán de descanso obligatorio los días establecidos los lunes, así como los días feriados que deba trabajar el colaborador serán remunerados según lo estipulado en el CST.

PARÁGRAFO PRIMERO: Todo trabajador, tiene derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso: 1º de enero, 6 de enero, 19 de marzo, 1º de mayo, 29 de junio, 20 de julio, 7 de agosto, 15 de agosto, 12 de octubre, 1º de noviembre, 11 de noviembre, 8 y 25 de diciembre, además de los días jueves y viernes santos, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús

CAPÍTULO VII

ASISTENCIA, PUNTUALIDAD Y PERMANENCIA

Artículo 13.- Los trabajadores en su totalidad tienen la obligación de iniciar puntualmente sus labores, de acuerdo al horario establecido y de registrar su asistencia al ingreso y salida en los sistemas de control.

Artículo 14.- Los trabajadores que inicien labores fuera del horario establecido después de tres faltas tendrán un memorando, mencionando que, la acumulación de estos puede ser causal de despido.

CAPÍTULO VIII

VACACIONES

Artículo 15.- Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas (CST, art. 186, núm. 1º).

Artículo 16.- La época de vacaciones debe ser señalada por la organización a más tardar dentro del año subsiguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso. El empleador tiene que dar a conocer al trabajador con 15 días de anticipación la fecha en que le concederán las vacaciones (CST, art. 187).

Artículo 17.- Si se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas (CST, art. 188).

Artículo 18.- Durante el período de vacaciones el trabajador recibirá el salario ordinario que esté devengando el día que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia, sólo se excluirán para la liquidación de las vacaciones el valor del trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras.

PARÁGRAFO PRIMERO: En los contratos a término fijo inferior a un (1) año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones en proporción al tiempo laborado cualquiera que este sea (L. 50/90, art. 3º, par.)

CAPÍTULO IX

PERMISOS Y LICENCIAS

Artículo 19.- La organización FINCA EXPERIENCE concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la organización FINCA EXPERIENCE y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento.

CAPÍTULO X

SALARIO MÍNIMO, CONVENCIONAL, LUGAR, DÍAS, HORAS DE PAGOS Y PERÍODOS QUE LO REGULAN

Artículo 20.- Formas y libertad de estipulación:

-
- a) La empresa y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra o a destajo y por tarea, etc., pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales.
 - b) No obstante lo dispuesto en los artículos 13,14, 16,21, y 340 del Código Sustantivo del Trabajo y las normas concordantes con estas, cuando el trabajador devengue un salario ordinario superior a diez (10) salarios mínimos legales mensuales, valdrá la estipulación escrita de un salario que además de retribuir el trabajo ordinario, compense de antemano el valor de prestaciones sociales, recargos y beneficios tales como el correspondiente al trabajo nocturno, extraordinario o al dominical y festivo, el de primas legales, extra legales, las cesantías y sus intereses, subsidios y suministros en especie; y en general, las que se incluyan en dicha estipulación, excepto las vacaciones.
 - c) Este salario no estará exento de las cotizaciones a la seguridad social, ni de los aportes al SENA, ICBF y Cajas de Compensación Familiar, pero la base para efectuar los aportes parafiscales es el setenta por ciento (70%).
 - d) El trabajador que desee acogerse a esta estipulación, recibirá la liquidación definitiva de su auxilio de cesantía y demás prestaciones sociales causadas hasta esa fecha, sin que por ello se entienda terminado su contrato de trabajo (artículo 18, Ley 50 de 1.990).

Artículo 21.- Se denomina jornal el salario estipulado por días y sueldo, el estipulado por períodos mayores a un día (artículo 133, C.S.T.).

Artículo 22.- De común acuerdo la compañía y todos sus trabajadores han convenido el pago del salario mediante transferencia electrónica a una cuenta abierta en el sistema financiero colombiano a nombre del trabajador o a quien este designe.

Artículo 23.- El salario para los trabajadores de planta se pagará en forma quincenal. En todo caso, la Empresa de acuerdo con sus políticas internas podrá definir una frecuencia y periodo de pago diferente.

CAPÍTULO XI SERVICIO MÉDICO, MEDIDAS DE SEGURIDAD, RIESGOS LABORALES, PRIMEROS AUXILIOS EN CASO DE ACCIDENTES DE TRABAJO, NORMAS SOBRE LABORES EN ORDEN A LA MAYOR HIGIENE, REGULARIDAD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Artículo 24.- Es obligación del empleador velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. Igualmente, es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo, y en higiene y seguridad industrial, de conformidad al programa de salud ocupacional, y con el objeto de velar por la protección integral del trabajador

Artículo 25.- Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por las EPS y ARL a través de la IPS a las cuales se encuentren asignados. En caso de no afiliación estará a cargo del empleador sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.

Artículo 26.- Todo trabajador dentro del mismo día en que se sienta enfermo deberá comunicarlo al empleador, su representante o a quien haga sus veces el cual hará lo conducente para que sea examinado por el médico correspondiente a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse.

Artículo 27.- Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad que prescriban las autoridades del ramo en general, y en particular a las que ordene la organización FINCA EXPERIENCE para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo.

PARÁGRAFO PRIMERO: El grave incumplimiento por parte del trabajador de las instrucciones, reglamentos y determinaciones de prevención de riesgos, adoptados en forma general o específica, y que se encuentren dentro del programa de salud ocupacional de la respectiva organización, que la hayan comunicado por escrito, facultan al

empleador para la terminación del vínculo o relación laboral por justa causa, tanto para los trabajadores privados como los servidores públicos, previa autorización del Ministerio del Trabajo, respetando el derecho de defensa (D. 1295/94, art. 91)

Artículo 28.- En caso de accidente de trabajo, el jefe de la respectiva dependencia, o su representante, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la remisión al médico y tomará todas las medidas que se consideren necesarias y suficientes para reducir al mínimo, las consecuencias del accidente, denunciando el mismo en los términos establecidos en el Decreto 1295 de 1994 ante la EPS y la ARL.

Artículo 29.- Los empleados están obligados a cumplir las siguientes normas de higiene y seguridad:

- a) Cuidar y dar uso apropiado, a los equipos que la institución le hubiera proporcionado para su protección, así como los bienes que estuviesen bajo su responsabilidad.
- b) Conservar su lugar de trabajo ordenado y limpio.
- c) Usar correctamente los servicios higiénicos, en resguardo de la salud e higiene de los trabajadores.
- d) Desconectar y/o apagar las máquinas, equipos y fluido eléctrico al término de su labor diaria; así como mantener cerradas las conexiones de agua de la institución

Artículo 30.- Está terminantemente prohibido personal no autorizado, así como portar armas de cualquier tipo dentro de la institución.

CAPÍTULO XII

DEBERES Y OBLIGACIONES ESPECIALES PARA LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES

Artículo 30.- Son obligaciones especiales del empleador:

- a) Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulación en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
- b) Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garantice razonablemente la seguridad y la salud.
- c) Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
- d) Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos. 5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador, a sus creencias y sentimientos.
- e) Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el artículo 26 de este Reglamento
- f) Dar al trabajador que lo solicite a la expiración del contrato una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado, e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen médico de egreso y darle certificación sobre el particular
- g) Abrir y llevar al día los registros de horas extras.
- h) Conceder a las trabajadoras que estén en período de lactancia los descansos ordenados por el artículo 238 del Código Sustantivo del Trabajo.
- i) Conservar el puesto a los trabajadores que estén disfrutando de los descansos remunerados, a que se refiere el numeral anterior, o de licencia de enfermedad motivada por el embarazo o parto. No producirá efecto alguno el despido que el empleador comunique a la trabajadora en tales períodos o que, si acude a un preaviso, éste expire durante los descansos o licencias mencionadas.
- j) Llevar un registro de inscripción de todas las personas menores de edad que emplee, con indicación de la fecha de nacimiento de las mismas.
- k) Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.
- l) Conceder al trabajador en caso de fallecimiento de su cónyuge, compañero o Compañera permanente o de un familiar hasta el grado segundo de consanguinidad, primero de afinidad y primero civil, una licencia remunerada por luto de cinco (05) días hábiles, cualquiera sea su modalidad de contratación o de vinculación laboral, siempre y cuando demuestre, mediante documento expedido por la autoridad competente,

Artículo 31.- Son deberes y obligaciones especiales del trabajador en misión como de los trabajadores de planta:

-
- a) Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento, acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.
 - b) No comunicar a terceros, salvo autorización expresa, las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.

Artículo 32.- Los trabajadores de conformidad con la normatividad vigente tendrán entre otras, las siguientes responsabilidades (Artículo 2.2.4.6.10 del Decreto 1072 de 2015):

- a) Procurar el cuidado integral de su salud dentro y fuera de la empresa.
- b) Suministrar información clara, veraz y completa sobre su estado de salud.
- c) Cumplir las normas, reglamentos, políticas e instrucciones del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo de la empresa. d. Informar oportunamente al empleador o jefe inmediato acerca de los peligros y riesgos latentes en su sitio de trabajo.
- d) Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el plan de capacitación del SG-SST. f. Participar y contribuir al cumplimiento de los objetivos del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo SG-SST.
- e) Asistir a los programas de prevención, promoción y rehabilitación adelantados por la empresa y entidades de seguridad social
- f) Cumplir con los programas y actividades de reincorporación y rehabilitación física, profesional o de trabajo, cuando sea necesario;
- g) Hacer uso adecuado de las incapacidades temporales, procurando su recuperación en las actividades que realice durante la vigencia de la incapacidad.
- h) Cumplir con las recomendaciones, restricciones y prescripciones médicas en su entorno intralaboral y extralaboral, necesarios para el cumplimiento de su rehabilitación física, profesional o de trabajo.
- i) Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado para la realización de las Actividades.
- j) Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.
- k) Comunicar oportunamente a la empresa las observaciones que estime conducentes a evitarle daños y perjuicios.
- l) Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminente que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa.

CAPÍTULO XIII PROHIBICIONES A LOS TRABAJADORES

Artículo 33.- Los trabajadores tendrán prohibido los siguiente:

- a) Sustraer del Establecimiento de trabajo, los útiles de trabajo o elementos sin permiso de la Empresa.
 - b) Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcóticos o sustancias psicoactivas
 - c) Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo, a excepción de las que con autorización legal pueden llevar el personal de vigilancia.
 - d) Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la Empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.
 - e) Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, suspensiones intempestivas del trabajo o incitar a su declaración o mantenimiento, sea que se participe o no en ellas.
 - f) Hacer colectas, rifas o suscripciones o cualquier otra clase de propaganda en los lugares de trabajo, así como hacer préstamos en dinero entre los compañeros de trabajo, con fines lucrativos para quien presta.
 - g) Coartar la libertad para trabajar o no trabajar, o para afiliarse o no a un Sindicato, o permanecer en él o retirarse.
 - h) Usar los útiles o herramientas suministradas por la empresa en objetivos distintos del trabajo contratado.
 - i) Disponer de dineros de la empresa sin autorización expresa por parte de sus Superiores.
 - j) Demorar la presentación de las cuentas y los respectivos reembolsos de las sumas que hayan recibido para gastos o por concepto de ingresos de la empresa.
-

- k) Fumar, excepto en las áreas específicamente designadas para ello, así como preparar alimentos y consumir bebidas alcohólicas en horas de trabajo o en el sitio de trabajo.
- l) Pararse del puesto de trabajo para pasar a otro a distraer al compañero.
- m) Entablar conversaciones entre compañeros de trabajo que no tengan relación directa con la labor desempeñada y ocasione distracción y/o suspensión de la misma.
- n) Mantener encendidos en el puesto de trabajo: radios, grabadoras y/o audífonos.
- o) Laborar sin los implementos de seguridad industrial, suministrados por la empresa, contemplados en el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- p) Ausentarse y/o Abandonar el trabajo asignado sin previo

Elaborado el 2 de octubre de 2022, debrá darse cumplimiento y aprobación para la posterior repartición entee colaboradores

NOTIFIQUESE Y CÚMPLASE

X

IDALMIN YUNALIN SANCHEZ SOLARTE
Representante Legal

6.3.2 Reglamento de higiene y seguridad industrial

Tabla 36

Reglamento de higiene y seguridad industrial

REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL FINCA EXPERIENCE S.A.S	
EMPRESA	FINCA EXPERIENCE S.A.S
IDENTIFICACIÓN	1.069.724.082
DEPARTAMENTO	NARIÑO
CIUDAD	PASTO
DIRECCIÓN	Corregimiento de Santa Barbara, Vereda el Cerotal Predio 7 casa 29
TELEFONO	3233899822
ACTIVIDAD ECONÓMICA	9329 “Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.”
REGLAMENTO	
Expide el presente reglamento, contenido en los siguientes términos:	

Art. 1o.- La empresa se compromete a dar Cumplimiento a las disposiciones legales vigentes, tendientes a garantizar los mecanismos que aseguren una adecuada y oportuna prevención de los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, de conformidad con los artículos 34, 57, 58, 108, 205, 206, 217, 220, 221, 282, 283, 348, 349, 350 y 351 del Código Sustantivo del Trabajo, la Ley 9a. de 1979. Resolución 2400 de 1979, Decreto 614 de 1984, Resolución 2013 de 1986, Resolución 1016 de 1989, Resolución 6398 de 1991 y demás normas que con tal fin se establezcan.

Art. 2o.- La empresa se obliga a promover y garantizar la constitución y funcionamiento del Comité de Medicina, Higiene y Seguridad Industrial, de conformidad con lo establecido por el Decreto 614 de 1984, Resolución 2013 de 1986 y Resolución 1016 de 1989.

Art. 3o.- La empresa se compromete a destinar los recursos necesarios para desarrollar actividades permanentes, de conformidad con el programa de salud ocupacional, elaborado de acuerdo con el Decreto 614 de 1984 y la Resolución 1016 de 1989, el cual contempla, como mínimo, los siguientes aspectos:

a) Subprograma de medicina preventiva y del trabajo, orientado a promover y mantener el más alto grado de bienestar físico, mental y social de los trabajadores, en todos los oficios, prevenir cualquier daño a su salud, ocasionado por las condiciones de trabajo, protegerlos en su empleo de los riesgos generados por la presencia de agentes y procedimientos nocivos: colocar y mantener al trabajador en una actividad acorde con sus aptitudes fisiológicas y psicosociales.

b) Subprograma de higiene y seguridad industrial, dirigido a establecer las mejores condiciones de saneamiento básico industrial y a crear los procedimientos que conlleven a eliminar o controlar los factores de riesgo que se originen en los lugares de trabajo y que puedan ser causa de enfermedad, o accidente.

Art. 4o.- Los riesgos existentes en la empresa, están constituidos, principalmente por: accidentes, como mal uso de maquinarias, posibles cortes en la extracción del fique, fracturas el desplazamiento de la materia prima, mutilación por maquinaria extractora.

Parágrafo.- A efecto de que los riesgos contemplados en el presente artículo, no se traduzcan en accidente de trabajo o enfermedad profesional, la empresa ejerce su control en la fuente, en el medio transmisor o en el trabajador de conformidad con lo estipulado en el programa de salud ocupacional de la empresa, el cual se da a conocer a todos los trabajadores al servicio de ella

Art. 5o.- La empresa y sus trabajadores darán estricto cumplimiento a las disposiciones legales, así como a las normas técnicas e internas que se adopten para lograr la implantación de las actividades de medicina preventiva y del trabajo, higiene y seguridad industrial, que sean concordantes con el presente reglamento y con el programa de salud ocupacional de la empresa.

Art. 6o.- La empresa ha implantado un proceso de inducción del trabajador a las actividades que deba desempeñar, capacitándolo respecto a las medidas de prevención y seguridad que exija el medio ambiente laboral y el trabajo específico que vaya a realizar.

Art. 7o.- Este reglamento permanecerá exhibido en por lo menos dos lugares visibles de los locales de trabajo, junto con la Resolución aprobatoria, cuyos contenidos se dan a conocer a todos los trabajadores en el momento de su ingreso

Art. 8o.- El presente reglamento entra en vigencia partir de la aprobación impartida por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y durante el tiempo que la empresa conserve, sin cambios sustanciales, las condiciones existentes en el momento de su aprobación, tales como actividad económica, métodos de producción, instalaciones locativas o cuando se dicten disposiciones gubernamentales que modifiquen las normas del reglamento o que limiten su vigencia . (UAO. Reglamento de higiene y seguridad industrial. 2012)

Representante legal, IDALMIN YUNALIN SANCHEZ SOLARTE

6.4 Aspectos legales y de constitución de la empresa

6.4.1 Aspectos Legales

Las actividades recreativas mediante el deporte y el turismo promueven la creación de hábitos saludables, previene las enfermedades, y además permite el aprovechamiento del tiempo libre de las personas de forma dinámica con la interacción en muchas ocasiones del mismo núcleo familiar de forma sana. Por lo anterior, el aspecto legal del proyecto está fundamentado en las siguientes leyes:

Tabla 37

Aspectos legales

NORMATIVIDAD	NORMA	¿QUÉ REGULA?
LABORAL	Decreto 2663 de 1950	Regula las relaciones entre el empleador y el empleado
	Ley 1562 de 2012	Regula todo lo vinculado con los riesgos laborales
	Ley 100 de 1993	Regula los derechos a seguridad social de cada trabajador
	Ley 222 de 1995	Permite la constitución de sociedades
AMBIENTAL	Ley 26 de 2007, de 23 de octubre	Las empresas deben tener responsabilidad ambiental
	Ley 22 de 2011	Regular la gestión de los residuos impulsando medidas que prevengan su generación y mitiguen los impactos adversos sobre la salud humana y el medio ambiente
	Ley 21/2013	Su objetivo es prevenir, mitigar y restaurar los daños al ambiente, así como la regulación de obras o actividades para evitar o reducir sus efectos negativos en el ambiente.
	Ley 84 de 1989	Protege el respeto y la vida de los animales que están siendo usados para fines comerciales, evitando actos de crueldad, daños o lesiones que se les pueda causar.
OTRAS	Ley 181 de 1995	Se fomenta el deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre.
	Ley 1225 de 2008	Se regula el funcionamiento y operación de los parques de diversiones, atracciones o dispositivos de entretenimiento, atracciones mecánicas y ciudades de hierro, parques acuáticos, temáticos, ecológicos, centros interactivos, zoológicos y acuarios en todo el territorio nacional y se dictan otras disposiciones.
	Ley 1558 de 2012	Fomentar el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales.

	Ley 300 de 1996	Regula las actividades de los prestadores de servicios turísticos.
	Ley 1101 de 2006	Asuntos Fiscales aplicables a los prestadores de servicios turístico
	Resolución 0119 de febrero 12 de 2002.	Se fijan unas reglas para el cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001
	Decreto 1075 De 1997	Sanciones a prestadores de servicios turísticos

6.4.2 Constitución de la empresa

Tipo de Empresa:

El proyecto Finca Experience es de clase privada pues el capital pertenece en la totalidad a particulares o los propietarios de la empresa o sea los socios. Para la constitución legal de la empresa Finca Experience, la opción es más adecuada para la prestación del Servicio es una sociedad por acciones simplificadas (SAS), dado se ajusta al tipo de negocio que propone en el actual estudio de factibilidad.

Proceso de formalización de la empresa:

Requisitos para constituir una S.A.S

“Contenido del documento de constitución. - La sociedad ~ por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

1. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas

2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada/; o de las letras S.A.S.
3. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución
4. El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita
6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.”

(CONGRESO DE COLOMBIA. 2008.Ley 1258 de 2008)

Requisitos para constitución de la empresa “Finca Experince”:

Primer Accionista:

Nombre (s): Irene Van Lingen

Documento de Identidad: PP.125G2598

Domicilio Accionista: Aruba

Segundo Accionista:

Nombre (s): Idalmin Yunalin Sánchez Solarte

Documento de Identidad: C.C. 1.069.724.708

Domicilio Accionista: Pasto- Carrera 28ª 9ª19

- **Razón Social:** Unión Turística de Santa Barbara S.A.S
- **Domicilio de la sociedad:** Predio 7 casa 29 Santa Barbara

Departamento: Nariño

Ciudad: Pasto

Corregimiento: Santa Barbara

Dirección:

- **Termino de Duración:** (Definido en acta de constitución)
- **Actividad Principal:** Prestadora de servicios turísticos

La finca turística rural “Finca Experince”, tendrá como actividad principal la prestación de servicios de turísticos, adicionalmente se realizarán actividades recreativas, deportivas y culturales, para familias, que promueva el sector turístico en el departamento de Nariño.

- **Capital Autorizado:** (Definido en acta de constitución) ver anexo 3
- **Representante Legal:**

Nombre (s): Idalmin Yunalin Sánchez Solarte

Documento de Identidad: 1.025.678.908

Domicilio Accionista: Pasto- Carrera 28ª 9ª19

Facultades: Administrador General

Tabla 38

Constitución de la empresa por acciones simplificadas

CONCEPTO	DEFINICIÓN
Socios	Podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas.
Razón Social	Cualquier expresión seguida de “sociedad por acciones simplificada” o la abreviatura “S.A.S.”

Responsabilidad Social	La responsabilidad se limita al monto de los respectivos aportes. Los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad, siempre y cuando no se utilice a la sociedad para incurrir en fraude a la ley o perjuicios a terceros, pues ante esta eventualidad la responsabilidad será solidaria e ilimitada.
Capital	Se divide en acciones de igual valor nominal.
Derecho a voto	Se requiere pluralidad de socios para adoptar las decisiones.
Objeto Social	Cualquier actividad lícita de comercio.
Negociación de Acciones	El retiro e ingreso de accionistas a la sociedad por motivo de la negociación de acciones debe registrarse en el libro de acciones.
Administración y Representación legal	Asamblea General de Accionistas y el representante legal. No es obligatorio crear una Junta Directiva; la revisoría fiscal solo se exige si así lo determina la ley.
Duración	Puede tener término de duración indefinido.

Fuente: Cámara de Comercio de Pasto

Normatividad tributaria - impuestos nacionales y locales a pagar:

Las normas tributarias en Colombia, son las que regulan los vínculos a través del estado y las personas con actividades económicas que deben tributar, esto pagando los respectivos impuestos a los que están obligados a pagar los contribuyentes.

- **Impuestos Nacionales**

Impuesto de renta y complementarios 35%.

7. Estudio Financiero

En esta parte del proyecto se pretende convertir los elementos cualitativos en valores monetarios con el fin de establecer el monto de los recursos financieros que serán necesarios para la implementación y montaje del proyecto, esto teniendo en cuenta los ingresos proyectados, los egresos, costos y gastos en su operación, así se busca pronosticar los resultados futuros en cuanto a rentabilidad y se buscara encontrar lo siguiente:

- Valor de inversión fija, diferida y capital de trabajo.
- Encontrar el monto de los ingresos teniendo en cuenta la capacidad del proyecto.
- Calcular el costo y gasto de la operación.

7.1 Presupuesto de inversión inicial inversión fija, diferida y capital de trabajo

7.1.1 Inversión Fija

La inversión fija se refiere a la compra de activos fijos que necesitara realizar la empresa para el correcto funcionamiento de la misma, como se muestra en las siguientes tablas:

Tabla 39

Activos fijos

DESCRIPCIÓN	CANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
OBRAS FISICAS			
Terrenos	4	35.000.000	140.000.000
Adecuaciones	1	38.750.000	38.750.000
Construcciones	1	13.000.000	13.000.000
TOTAL			191.750.000
MAQUINARIA Y EQUIPOS			

DESCRIPCION	CAN	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Televisor 42 pulgadas	2	\$2.100.000	4.200.000
Barra de sonido	12	\$165.000	1.980.000
Radio walkie talkie	5	\$60.000	300.000
Mesa de billar	1	\$1.600.000	1.600.000
Mueble de almacenamiento para limpieza	1	\$650.000	650.000
Estufa	1	\$900.000	900.000
Utensilios de cocina	6	\$388.333	2.330.000
Pipa de gas	2	\$100.000	200.000
Fumigadora aspersor	4	\$220.000	880.000
Machetes	2	\$25.000	50.000
Palas	10	\$50.000	500.000
Palendras	10	\$50.000	500.000
Juego de sapo	2	\$125.000	250.000
Canchas de aluminio (futbol y baloncesto)	4	\$180.000	720.000
Balones	4	\$50.000	200.000
Bicicletas de montaña	6	\$800.000	4.800.000
Carpas de acampar	20	\$37.500	750.000
Balones gigantes	6	\$400.000	2.400.000
Puentes colgantes	6	\$400.000	2.400.000
Columpios	6	\$150.000	900.000
Inflable infantil	1	2.000.000	2.000.000
TOTAL			28.510.000

MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Escritorio	2	350.000	700.000
Silla Ejecutiva Ergonómica	2	200.000	400.000
Mueble de recepción	1	200.000	200.000
Sala de espera	1	1.000.000	1.000.000
Archivador	1	200.000	200.000
TOTAL			2.500.000

EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Computador de escritorio	2	1.500.000	3.000.000
Teléfono de oficina	1	20.000	20.000
Impresora multifuncional	1	600.000	600.000
TOTAL			3.620.000

Tabla 40*Semovientes*

SEMOVIENTES Y CULTIVOS			
DESCRIPCION	CANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Vacas	4	800.000	3.200.000
Cerdos	6	400.000	2.400.000
Caballos	6	1.000.000	6.000.000
Ovejas	4	550.000	2.200.000
Gallinas	20	10.000	200.000
Avestruz	2	350.000	700.000
Alpaca	2	1.500.000	3.000.000
TOTAL			17.700.000

7.1.2 Inversión Diferida

Las inversiones diferidas, son aquellos gastos que debe pagar la empresa anticipadamente para la misma pueda iniciar labores de forma correcta y dentro de los lineamientos legales colombianos, como se muestra a continuación en las siguientes tablas:

Tabla 41*Inversiones diferidas*

ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Permisos y Licencias de construcción	\$18.000.000
Estudio de suelo	\$1.200.000
Registro mercantil	\$900.000
Pagina Web	\$1.000.000
Gastos Legales	\$1.000.000
Gastos Organizacionales	\$700.000
Estudio de prefactibilidad	\$900.000
Estudio de factibilidad	\$1.000.000
TOTAL DE INVERSIONES DIFERIDAD	\$24.700.000

7.1.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo corresponde a aquellos valores justos y necesarios para arrancar el proyecto, hasta obtener los primeros ingresos a razón de la venta del servicio en oferta y afrontar compromisos de pago a corto plazo relacionados con la actividad económica de la misma. A continuación, se muestra la fórmula que se debe aplicar para conocer el capital de trabajo de la empresa:

$$KTO = \text{Costos y gastos de operacion (Primer año de operación)} - \text{Depresicion y Amortizacion}$$

Los activos corrientes, corresponden a la liquidez destinada para cubrir los egresos

Tabla 42

Capital de trabajo

CALCULO CAPITAL DE TRABAJO	
TOTAL COSTOS GASTOS DEL PRIMER AÑO	\$ 349.449.366
(-) Depreciación	\$17.202.500
(-) Amortización	\$ 4.950.000
Sub Total	\$327.306.866
(/) días	360
Sub Total	\$896.731
(x) días	90
Kto Año 1	\$80.705.803

Tabla 43

Total de inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
Activos fijos	\$ 244.080.000

Inversión Diferida	\$24.700.000
Capital de Trabajo	\$ 80.705.803
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 349.485.803

7.2 Estructura de costos y gastos de operación

7.2.1 Costos de operación para la prestación del servicio

Según Polimeni (2005, p.11), el costo del servicio es el valor sacrificado para adquirir bienes o actividades que se ejecutan para atender a un cliente, o una actividad desempeñada por un cliente usando los productos, servicios o instalaciones de una organización, los servicios también se otorgan empleando materiales, mano de obra e insumos de capital.

MANO DE OBRA

La mano de obra directa hace referencia a los trabajadores, sin embargo, este es esfuerzo físico y mental necesario para la producción y comercialización de los productos de la empresa, existe una división en mano de obra directa, que son todos los pagos que se hacen a los trabajadores que laboran directamente sobre el producto o servicio o sobre una parte del mismo. (Mendoza, R. 2004).

Tabla 44

Mano de obra directa

NOMINA MANO DE OBRA DIRECTA								
MANO DE OBRA DIRECTA	SALARIO MENSUAL	AUXILIO DE TRANSPORTE	RECARGOS DOMINICAL	TOTAL DEVENGADO	SALUD 4%	PENSIÓN 4%	TOTAL DEDUCIDO	TOTAL NETO PAGADO
Mayordomo	\$ 1.160.000		\$ 270.000	\$ 1.430.000	\$46.400	\$46.400	\$92.800	\$ 1.337.200
Auxiliar de mayordomo	\$ 1.160.000	140.000	\$ 270.000	\$ 1.570.000	\$46.400	\$46.400	\$92.800	\$ 1.477.200
Personal de aseo	\$ 1.160.000		\$ 270.000	\$ 1.430.000	\$46.400	\$46.400	\$92.800	\$ 1.337.200
Auxiliar de aseo	\$ 1.160.000	140.000	\$ 270.000	\$ 1.570.000	\$46.400	\$46.400	\$92.800	\$ 1.477.200

Operador de servicios recreativos	\$ 1.160.000	140.000	\$ 270.000	\$ 1.570.000	\$46.400	\$46.400	\$92.800	\$ 1.477.200
Auxiliar de servicios recreativos	\$ 1.160.000	140.000	\$ 270.000	\$ 1.570.000	\$46.400	\$46.400	\$92.800	\$ 1.477.200
Auxiliar de servicios recreativos	\$ 1.160.000	140.000	\$ 270.000	\$ 1.570.000	\$46.400	\$46.400	\$92.800	\$ 1.477.200
Auxiliar de servicios recreativos	\$ 1.160.000	140.000	\$ 270.000	\$ 1.570.000	\$46.400	\$46.400	\$92.800	\$ 1.477.200
Jefe de Operaciones	\$ 2.500.000	0	\$ 270.000	\$ 2.770.000	\$100.000	\$100.000	\$200.000	\$ 2.570.000
TOTAL MOD	\$ 11.780.000	\$ 840.000	\$ 2.430.000	\$ 15.050.000	\$ 471.200	\$ 471.200	\$ 942.400	\$ 14.107.600
TOTAL ANUAL	\$180.600.000							

SEGURIDAD SOCIAL	PORCENTAJE	TRABAJADORES EN TOTAL
Ccf	4%	\$ 471.200
pensión	12%	\$ 1.413.600
Arl	2.436%	\$ 286.961
TOTAL		\$ 2.171.761

PRESTACIONES SOCIALES	PORCENTAJE	TRABAJADORES EN TOTAL
Prima	8.33%	\$ 981.274
Vacaciones	4.17%	\$ 491.226
Cesantías	8.33%	\$ 981.274
Intereses sobre Cesantías	1%	\$ 9.813
TOTAL		\$ 2.463.587

La tabla anterior, indica el valor de nómina, el cual le cuesta al empleador que es igual a \$ 15.050.000 dando para el primer año 180.600.000, también se calcula las apropiaciones y la seguridad social establecida por ley. Finalmente, con los datos obtenidos anteriormente se proyecta el total de los costos de la mano de obra directa a 5 años utilizando la inflación del 5,00%.

Tabla 45

Proyección de mano de obra directa

COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA			
AÑO	COSTO MOD	PRESTACIONES+APROPIACIONES +SEGURIDAD SOCIAL	TOTAL
AÑO 1	\$180.600.000	\$ 55.624.176	\$ 236.224.176
AÑO 2	\$189.630.000	\$ 57.459.774	\$ 247.089.774
AÑO 3	\$199.111.500	\$ 59.241.027	\$ 258.352.527
AÑO 4	\$209.067.075	\$ 61.077.499	\$ 270.144.574
AÑO 5	\$219.520.429	\$ 63.093.056	\$ 282.613.485

COSTOS INDIRECTOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Los costos indirectos son todos aquellos costos causados durante el proceso de elaboración del producto o servicio en la organización, que no pueden ser asociados al producto o servicio, que no son identificables fácilmente y por tanto no pueden ser asignados a un área de costos y hacerles seguimiento resulta costoso o poco factible. Los costos indirectos de fabricación (CIF), son conocidos también como carga fabril. Estos costos, hacen parte de los costos inventariables y se convierten en gastos cuando forman parte de los productos o servicios comercializados. (Universidad Militar Nueva Granada. (2004). FAEDIS. Recuperado de: http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/administracion_empresas/contabilidad_de_costos/unidad_4/DM.pdf)

Tabla 46*Costos indirectos de la prestación del servicio*

COSTOS INDIRECTOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO	COSTO ANUAL
Mantenimiento de atractivos	12	\$1.000.000	\$12.000.000
Otros	12	\$300.000	\$3.600.000
Servicios Públicos	12	\$550.000	\$ 6.600.000
TOTAL CIF			\$ 22.200.000

Los costos expresados en esta tabla expresan todas las erogaciones que por concepto del proyecto son requeridos para su puesta en marcha, en el primer año de operaciones y los años subsiguientes.

Tabla 47*Proyección de costos indirectos para la prestación del servicio*

PROYECCIÓN DE COSTOS INDIRECTOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO		
AÑO	CIF	TOTAL
AÑO 1	\$22.200.000	\$22.200.000
AÑO 2	\$22.932.600	\$22.932.600
AÑO 3	\$23.643.511	\$23.643.511
AÑO 4	\$24.376.459	\$24.376.459
AÑO 5	\$25.327.141	\$25.327.141

7.2.1 Gastos de operación para la prestación del servicio

Los gastos operativos se definen como aquellos que se requieren hacer para mantener en funcionamiento el negocio. Se pueden distinguir fácilmente de los gastos en inversiones porque su destino no es esperar una rentabilidad futura, sino ayudar al proceso de producir. Hay varios tipos de gastos operacionales, y para las empresas es positivo mantener un registro detallado de cada uno de ellos a fin de ir encontrando oportunidades de bajar costos y aumentar por consecuencia, la rentabilidad. (General, C. (2007). p,11).

Para el proyecto se contará con un administrador al cual se le pagara un salario según lo estipulado en la ley y un contador al que se le pagaran honorarios de acuerdo a lo establecido en las responsabilidades al cargo.

Tabla 48

Nomina Administrativa

NOMINA ADMINISTRATIVA							
MANO DE INDIR	SALARIO MENSUAL	RECARGO DOMINGO	TOTAL DEVENGADO	SALUD 4%	PENSIÓN 4%	TOTAL DEDUCIDO	TOTAL NETO PAGADO
Administrador	\$ 2.500.000	\$ 270.000	\$ 2.770.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 200.000	\$ 2.570.000
Contador OPS	\$ 2.000.000		\$ 2.000.000	0	0	0	\$ 2.000.000
TOTAL MOI	\$ 4.500.000	270.000	\$ 4.770.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 200.000	\$ 4.570.000
TOTAL ANUAL NOMINA ADMINISTRATIVA			\$57.240.000				

SEGURIDAD SOCIAL	PORCENTAJE	TRABAJADORES EN TOTAL
CCF	4%	\$ 100.000
SALUD	8.50	\$ 212.500

PENSIÓN	12%	\$ 300.000
ARL	2.436 %	\$ 60.900
TOTAL		\$ 673.400

PRESTACIONES SOCIALES	PORCENTAJE	TRABAJADORES EN TOTAL
PRIMA	8.33%	\$ 208.250
VACACIONES	4.17%	\$ 104.250
CESANTÍAS	8.33%	\$208.250
INTERESES SOBRE CESANTÍAS	1%	\$ 2.083
TOTAL		\$ 522.833

Tabla 49*Proyección nomina administrativa*

PROYECCIÓN NOMINA ADMINISTRATIVA			
AÑO	COSTO MOD	PRESTACIONES+APROPIACIONES +SEGURIDAD SOCIAL	TOTAL
AÑO 1	\$57.240.000	\$ 14.354.790	\$ 71.594.790
AÑO 2	\$60.102.000	\$ 15.072.530	\$ 75.174.530
AÑO 3	\$63.107.100	\$ 15.826.156	\$ 78.933.256
AÑO 4	\$66.262.455	\$ 16.617.464	\$ 82.879.919
AÑO 5	\$69.575.578	\$ 17.448.337	\$ 87.023.915

IMPLEMENTOS PARA OFICINA

Cuando se habla de compras de material de oficina, se refiere a todos aquellos suministros que la empresa necesitara con la finalidad de utilizarlos a lo largo del proceso de la prestación del servicio, Pero siempre en el ejercicio económico de la empresa.

Tabla 50*Gastos implementos de oficina*

GASTOS IMPLEMENTOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Lapiceros	20	\$500	\$10.000
Resma hoja carta	4	\$6.500	\$26.000
Regla	2	\$800	\$1.600
Sobre de manila oficio	100	\$55	\$5.500
Resaltadores	20	\$800	\$16.000
Tablero acrílico	1	\$40.000	\$40.000
Marcador borrable	4	\$3.000	\$12.000
Tinta para marcador	4	\$3.500	\$14.000
Borrador tablero acrílico	2	\$2.000	\$4.000
Caja de grapas	10	\$2.000	\$20.000
Cosedora para escritorio	4	\$15.000	\$60.000
Az	20	\$5.000	\$100.000
Bisturí	2	\$1.100	\$2.200
Perforadora	2	\$15.500	\$31.000
Tijeras	2	\$800	\$1.600
Folder oficio	100	\$120	\$12.000
Pegante	2	\$1.500	\$3.000
Cinta adhesiva	2	\$2.700	\$5.400
Corrector	2	\$2.500	\$5.000
Recarga cartucho impresora	10	\$50.000	\$500.000

Caja de clips	2	\$700	\$1.400
Borrador	2	\$500	\$1.000
Carnet de la empresa	20	\$5.000	\$100.000
Tarjetas de presentación	1000	\$50	\$50.000
VALOR MENSUAL			\$1.021.700
VALOR ANUAL			\$12.260.400

Tabla 51*Proyección implementos de oficina*

PROYECCIÓN IMPLEMENTOS DE OFICINA	
AÑO	TOTAL
AÑO 1	\$12.260.400
AÑO 2	\$12.664.993
AÑO 3	\$13.057.608
AÑO 4	\$13.462.394
AÑO 5	\$13.987.427
TOTAL PROYECCIÓN IMPLEMENTOS DE OFICINA	\$ 65.432.822

Tabla 52*Otros gastos*

OTROS GASTOS

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Dotaciones (2 veces al año)	2	\$300.000	\$600.000
Alimento animales de granja(mensual)	12	\$500.000	\$6.000.000
Camilla	1	\$90.000	\$90.000
Botiquín primeros auxilios	12	\$40.000	\$480.000
TOTAL OTROS GASTOS			\$ 7.170.000

Tabla 53

Proyección de otros gastos

PROYECCIÓN IMPLEMENTOS DE OFICINA	
AÑO	TOTAL
AÑO 1	\$7.170.000
AÑO 2	\$7.406.610
AÑO 3	\$7.636.215
AÑO 4	\$7.872.938
AÑO 5	\$8.179.982
TOTAL PROYECCIÓN IMPLEMENTOS DE OFICINA	\$38.265.745

DEPRECIACIÓN

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce contable y financieramente el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se haga de él con el paso del tiempo. Un activo, al ser utilizado en las operaciones de la empresa

para generar ingresos sufre un desgaste natural, desgaste que va disminuyendo la vida operativa del activo, hasta que finalmente queda obsoleto o inservible, y la depreciación busca reconocer ese desgaste del activo. (Gerencie. (2022). ¿Qué es depreciación? <https://www.gerencie.com/depreciacion.html>).

Tabla 54

Depreciación

ACTIVO	VIDA ÚTIL ESTIMADA	COSTO DEL ACTIVO	VALOR DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIONES					VALOR RESIDUAL
			1	2	3	4	5	
MAQUINARIA Y EQUIPO								
Televisor 42 pulgadas	10	4.200.000	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000	2.100.000
Barra de sonido	10	1.980.000	198.000	198.000	198.000	198.000	198.000	990.000
Radio walkie talkie	10	300.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	150.000
Mesa de billar	10	1.600.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	800.000
Mueble de almacenamiento para limpieza	10	650.000	65.000	65.000	65.000	65.000	65.000	325.000
Estufa	10	900.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	450.000
Utensilios de cocina	10	2.330.000	233000	233000	233000	233000	233000	1165000
Pipa de gas	10	200.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	100.000
Fumigadora aspersor	10	880.000	88.000	88.000	88.000	88.000	88.000	440.000
Machetes	10	50.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	25.000
Palas	10	500.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	250.000
Palandras	10	500.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	250.000

Juego de sapo	10	250.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	125.000
Canchas de aluminio (fútbol y baloncesto)	10	720.000	72.000	72.000	72.000	72.000	72.000	360.000
Balones	10	200.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	100.000
Bicicletas de montaña	10	4.800.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	2.400.000
Carpas de acampar	10	750.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	375.000
Balones gigantes	10	2.400.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	1.200.000
Puentes colgantes	10	2.400.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	1.200.000
Columpios	10	900.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	450.000
Inflable infantil	10	2.000.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	1.000.000
subtotal		28.510.000	2.851.000	2.851.000	2.851.000	2.851.000	2.851.000	14.255.000
MUEBLES Y ENCERES								
Escritorio	5	700.000	140.000	140.000	140.000	140.000	140.000	700.000
Silla Ejecutiva Ergonómica	5	400.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	400.000
Mueble de recepción	5	200.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	200.000
Sala de espera	5	1.000.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	1.000.000
Archivador	5	200.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	200.000
subtotal		2.500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	2.500.000
EQUIPOS DE OFICINA								
Computador de Escritorio	5	3.000.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	3.000.000
Teléfono de Oficina	5	20.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	20.000
Impresora Multifuncional	5	600.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	600.000
subtotal		3.620.000	1.206.667	1.206.667	1.206.667	1.206.667	1.206.667	6.033.333
SEMOVIENTES								
Semovientes	5	17.700.000	3.540.000	3.540.000	3.540.000	3.540.000	3.540.000	17.700.000
Subtotal		17.700.000	3.540.000	3.540.000	3.540.000	3.540.000	3.540.000	17.700.000
Terrenos	20	140.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	35.000.000

Adecuaciones	20	38.350.000	1.917.500	1.917.500	1.917.500	1.917.500	1.917.500	9.587.500
Construcciones	20	13.000.000	650.000	650.000	650.000	650.000	650.000	3.250.000
subtotal		191.750.000	9.587.500	9.587.500	9.587.500	9.587.500	9.587.500	47.937.500
TOTAL DEPRECIACIÓN		244.080.000	17.202.500	17.202.500	17.202.500	17.202.500	17.202.500	86.012.500

AMORTIZACIÓN

En términos empresariales, este término puede tener diversas acepciones según a qué objeto se ciña o de qué modalidad. En todos los casos se relaciona el valor de un bien o pasivo con el tiempo o vida útil del mismo, ya que como podemos intuir, todos los bienes van perdiendo valor con el paso del tiempo, por tanto, es una de las formas de cuantificar la pérdida de valor. (Pedroza, (2016). Economipedia: *Amortización*. <https://economipedia.com/definiciones/amortizacion.html>).

Tabla 55

Amortización

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS			
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	AÑOS DE VIDA UTIL	AMORTIZACION ANUAL
Permisos y Licencias de construcción	\$18.000.000	5	\$3.600.000
Estudio de suelo	\$1.200.000	5	\$240.000
Registro mercantil	\$900.000	5	\$180.000
Página Web	\$1.000.000	5	\$200.000
Gastos Legales	\$1.000.000	5	\$200.000

Gastos Organizacionales	\$700.000	5	\$140.000
Estudio de prefactibilidad	\$900.000	5	\$180.000
Estudio de factibilidad	\$1.000.000	5	\$200.000
TOTAL AMORTIZACIÓN	\$24.700.000		\$ 4.940.000

7.2.3 Consolidado Costos y Gastos de operación proyectados

Tabla 56

Consolidado Costos y Gastos de Operación proyectados

CONSOLIDADO DE COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 258.424.176	\$ 270.022.374	\$ 281.996.038	\$ 294.521.033	\$ 307.940.626
Mano de Obra Directa	\$236.224.176	\$247.089.774	\$258.352.527	\$270.144.574	\$282.613.485
Costos indirectos	\$22.200.000	\$22.932.600	\$23.643.511	\$24.376.459	\$25.327.141
2. TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 113.167.690	\$ 117.388.633	\$ 121.769.579	\$ 126.357.751	\$ 131.333.824
Nomina Administrativa	\$ 71.594.790	\$ 75.174.530	\$ 78.933.256	\$ 82.879.919	\$ 87.023.915
Implementos de oficina	\$12.260.400	\$12.664.993	\$13.057.608	\$13.462.394	\$13.987.427
Otros Gastos	\$7.170.000	\$7.406.610	\$7.636.215	\$7.872.938	\$8.179.982
Depreciación y Amortización	\$22.142.500	\$22.142.500	\$22.142.500	\$22.142.500	\$22.142.500
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 371.591.866	\$ 387.411.007	\$ 403.765.617	\$ 420.878.784	\$ 439.274.450

7.3 Ingresos proyectados

7.3.1 *Calculo del precio de venta*

Para el cálculo del precio de venta se debe conocer el costo unitario, teniendo en cuenta los costos totales y las unidades a producir por servicios turísticos en el proyecto. El costo unitario por entrada a la finca se obtuvo teniendo en cuenta la siguiente fórmula:

$$CU = \frac{COSTO\ TOTALES}{Unidades\ a\ producir}$$

A continuación, se calculará el precio de venta por entrada al proyecto:

$$CU = \frac{258.424.176}{18.900} = \$13.673$$

Conociendo el costo unitario por entrada al proyecto se continua a calcular el precio de venta con la siguiente formula.

$$PV = \frac{COSTO}{1 - MU}$$

Tabla 57

Precio de venta por entrada

PRECIO DE VENTA POR ENTRADA	
ENTRADA POR PESONA	VALOR
Costo Unitario	\$13.673
Margen de Utilidad	57%
PRECIO DE VENTA	\$24.000

El cálculo del precio de venta por entrada para cada persona al proyecto es de \$24.000 con un margen de utilidad del 57% y costo unitario \$13.673.

INGRESOS PROYECTADOS

Para obtener la proyección de ingresos se procede a multiplicar el precio de venta fijado en el estudio de mercado tomando en cuenta la competencia y lo que los clientes estarían dispuestos a pagar que es de \$24.000 y los costos por la prestación del servicio, valor que irá incrementando de acuerdo a la inflación esperada anual del 5% promedio para los próximos 5 años, considerando que el primer año del proyecto se pretende atender el 63%, información recolectada de las encuestas con un crecimiento del 10% que es el esperado del sector turístico para las empresas del sector en el actual momento de reactivación.

Tabla 58

Ingresos proyectados por la prestación del servicio

INGRESOS PROYECTADOS						
CONCEPTO	CRECIMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio	5%	\$ 24.000	\$ 25.200	\$ 26.460	\$ 27.783	\$ 29.172
Unidades	10%	18.900	21.900	24.900	27.900	30.000
TOTAL DE INGRESOS		\$ 453.600.000	\$ 551.880.000	\$ 658.854.000	\$ 775.145.700	\$ 875.164.500

Las unidades que se espera vender para el primer año de operaciones equivalen a 18.900 equivalentes al 63% de aceptación del proyecto, con un crecimiento esperado del 10% anual para los años subsiguientes. Para el primer año de operaciones se espera alcanzar ventas de cerca de \$ 453.000.000 millones de pesos

Tabla 59

Otros ingresos proyectados

INGRESOS PROYECTADOS						
CONCEPTO	VALOR MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler de restaurante	\$2.500.000	\$30.000.000	\$30.990.000	\$31.950.690	\$ 32.941.161	\$34.225.867
Alquiler pista veleoarena		\$30.000.000	\$30.990.000	\$31.950.690	\$32.941.161	\$34.225.867
TOTAL DE OTROS INGRESOS		\$60.000.000	\$61.980.000	\$63.901.380	\$65.882.323	\$68.451.733

7.4 Balance general inicial del proyecto

El balance general, es el estado financiero que presenta la situación financiera de una entidad. Entendiendo ésta como la relación existente entre el activo, el pasivo y el patrimonio de la entidad a una fecha determinada. Los criterios para el reconocimiento de una partida como activo han ido evolucionando a lo largo de la historia: Desde la existencia de un valor asociado a la partida, pasando por aspectos como la tangibilidad, la propiedad legal, el posible aprovechamiento de un servicio en el futuro y las aplicaciones hechas por el capital aportado a las entidades, hasta el control sobre beneficios económicos futuros que necesariamente deben estar asociados al activo. También debe considerarse el hecho de que el reconocimiento de las partidas, en general, dentro de los estados financieros en los distintos países, siempre ha estado sujeto a determinadas condiciones del entorno existentes para ese momento de la historia. (Andrade, L. (2011). Actualidad Contable: *Discusión del concepto de “activo” dentro del Marco Conceptual de las Normas Internacionales de Información Financiera.* (p. 72).

Para la elaboración del balance general del proyecto, tendrán en cuenta los activos y el patrimonio que requiere la empresa para el desarrollo de la prestación del servicio turístico.

Tabla 60

Balance general Inicial

FINCA EXPERIENCE S.A.S	
BALANCE GENERAL INICIAL	
AÑO BASE	
ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	
Disponible	\$ 80.705.803
Total Activo Corriente	\$ 80.705.803
ACTIVO NO CORRIENTE	
Maquinaria y Equipo	\$28.510.000
Muebles y Enseres	\$2.500.000
Equipo de Oficina	\$3.620.000
Semovientes	\$18.750.000
Construcciones	\$13.000.000
Terrenos	\$140.000.000
Adecuaciones	\$38.750.000
Total Activos No Corrientes	\$244.080.000
Diferidos	\$ 24.700.000
TOTAL ACTIVOS	\$349.485.803
PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	
Obligaciones Financieras	0
Total Pasivo Corriente	0
PASIVO NO CORRIENTE	0
TOTAL PASIVO	0
PATRIMONIO	
Aportes sociales	\$349.485.803
TOTAL PATRIMONIO	\$349.485.803

TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$349.485.803
--------------------------------	---------------

En la tabla anterior se puede observar que; el Balance General Inicial, los activos corrientes corresponden a un valor de \$80.705.803; las inversiones en activos no corrientes de \$244.080.000; diferidos por un valor de \$ 24.700.000. La empresa no contara con obligaciones financieras o pasivos porque se cuentan con los recursos economicos necesarios para cubrir la totalida de la inversion, por lo cual el total del patrimonio es igual a \$349.405.803.

7.4 .1 Balance general proyectado

Tabla 61

Balance general proyectado

FINCA EXPERINCE S.A.S					
BALANCE GENERAL PROYECTADO					
A 1 ENERO					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
ACTIVOS CORRIENTES					
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES					
Disponible	\$244.856.437	\$434.514.554	\$681.670.485	\$991.581.472	\$1.343.703.821
TOTAL DEL ACTIVO CORREINTE	\$244.856.437	\$434.514.554	\$681.670.485	\$991.581.472	\$1.343.703.821
ACTIVOS NO CORRIENTES					
Maquinaria y Equipo	\$28.510.000	\$28.510.000	\$28.510.000	\$28.510.000	\$28.510.000
Muebles y Enseres	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000
Equipo de Oficina	\$3.620.000	\$3.620.000	\$3.620.000	\$3.620.000	\$3.620.000

Semovientes	\$17.700.000	\$17.700.000	\$17.700.000	\$17.700.000	\$17.700.000
Construcciones, terrenos y adecuaciones	\$191.750.000	\$191.350.000	\$191.350.000	\$191.350.000	\$191.350.000
Depreciaciones	\$17.202.500	\$17.202.500	\$ 17.202.500	\$ 17.202.500	\$17.202.500
Amortización diferidos de inversiones	\$4.940.000	\$ 4.940.000	\$ 4.940.000	\$4.940.000	\$4.940.000
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 221.937.500	\$ 221.937.500	\$221.937.500	\$221.937.500	\$221.937.500
Otros activos no corrientes	\$ 24.700.000	\$19.760.000	\$14.820.000	\$9.880.000	\$4.940.000
TOTAL DE ACTIVOS	\$491.493.937	\$659.009.554	\$884.022.985	\$1.171.791.472	\$1.501.771.321
PASIVOS					
Obligaciones Financieras CP	-	-	-	-	-
Anticipos y avances recibidos	-	-	-	-	-
Impuestos de renta y otros	\$58.933.376	\$93.976.332	\$132.380.752	\$174.361.934	\$209.301.840
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$58.933.376	\$93.976.332	\$132.380.752	\$174.361.934	\$209.301.840
TOTAL PASIVO	\$58.933.376	\$93.976.332	\$132.380.752	\$174.361.934	\$209.301.840
PATRIMONIO					
Capital social	\$349.485.803	\$349.485.803	\$349.485.803	\$349.485.803	\$349.485.803
Resultado de ejercicios anteriores	0	\$83.074.758	\$215.547.419	\$402.156.431	\$ 647.943.735
Resultado del ejercicio	\$83.074.758	\$132.472.661	\$186.609.011	\$245.787.305	\$295.039.943
PATRIMONIO	\$432.560.561	\$565.033.222	\$751.642.233	\$997.429.538	\$1.292.469.481
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$491.493.937	\$659.009.554	\$884.022.985	\$1.171.791.472	\$1.501.771.321
PRUEBA	0	0	0	0	0

7.5 Punto de equilibrio

En el proceso de planeación operativa o a corto plazo de toda empresa debe estar consciente de que tiene tres elementos para encauzar su futuro: costos, volúmenes y precios. El punto en que los ingresos de la empresa son iguales a sus costos se llama punto de equilibrio; en él no hay utilidad ni pérdida. El punto de equilibrio muestra cómo los cambios operados en los ingresos o costos por diferentes niveles de venta repercuten en la empresa, generando utilidades o pérdidas. (Ramírez, A. (2008). p.89).

Para calcular el punto de equilibrio del proyecto para la prestación del servicio turístico se tomó la siguiente fórmula:

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{COSTOS FIJOS}{(PRECIO DE VENTA UNITARIO - COSTOS VARIABLE UNITARIOS)}$$

Con la fórmula anterior, se determinará el punto de equilibrio para determinar en qué momento la finca ni gana ni pierde dinero (su beneficio es cero). Es decir, conocer el punto de equilibrio ayudará a saber cuántos clientes debe tener para no perder dinero y a partir de qué número de visitas a el proyecto empieza a ganar dinero. La aplicación de la fórmula se muestra a continuación:

Tabla 62

Cálculo de punto de equilibrio año 1

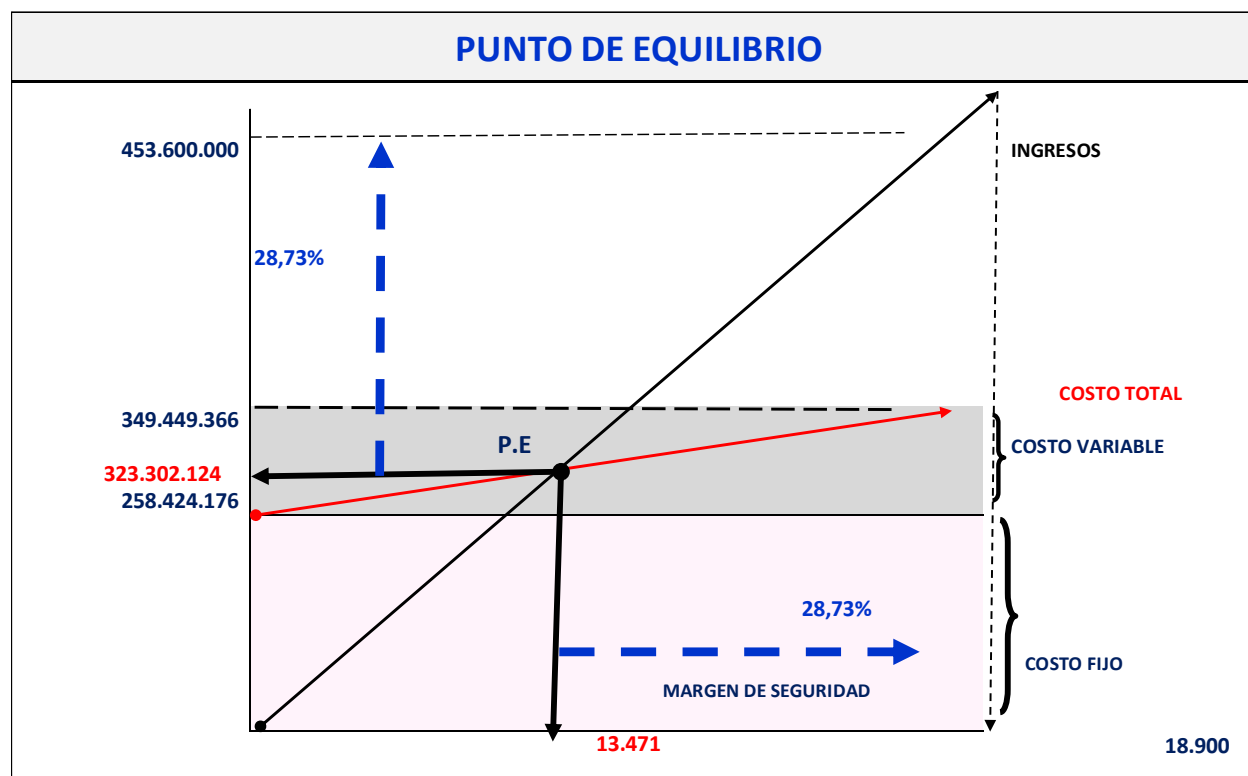
PUNTO DE EQUILIBRIO	
Costos fijos	\$258.424.176
Costos variables	\$91.025.190
Cantidad esperada Q	18.900
Precio de venta	\$24.000
Costo variable * q	4.816

Ingresos	\$453.600.000
1. $q(e) =$	13.471
2. $v(e) =$	\$323.302.124
5. % Margen de seguridad	28.73%
q. De margen de seguridad	5.429
% Margen de seguridad	28.73%
\$. De margen de seguridad	\$ 130.297.876

Con la información obtenida, se determina que el proyecto estará en el punto de equilibrio vendiendo 13.471 unidades del servicio el primer año de prestación del servicio en la finca, equivalentes a \$323.302.124.

Figura 41

Punto de equilibrio proyecto Finca Experience



7.6 Estado de resultados proyectado

El Estado de resultados es un estado financiero básico en el cual se presenta información relativa a los logros alcanzados por la administración de una empresa durante un periodo determinado; asimismo, hace notar los esfuerzos que se realizaron para alcanzar dichos logros. La diferencia entre logros y esfuerzos es un indicador de la eficiencia de la administración y sirve de medida para evaluar su desempeño. Debe mostrar la información relacionada con las operaciones de una entidad lucrativa en un periodo contable mediante un adecuado enfrentamiento de los ingresos con los costos y gastos relativos, para así determinar la utilidad o pérdida neta del periodo, la cual forma parte del capital ganado de esas entidades. (Bustamante, C. (2011). P. 92).

Tabla 63

Estado de resultados proyectado

FINCA EXPERIENCE					
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRADO PROYECTADO A CINCO AÑOS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operacionales	\$ 453.600.000	\$ 551.880.000	\$ 658.854.000	\$ 775.145.700	\$ 875.164.500
Ingresos Netos	\$472.500.000	\$574.875.000	\$ 686.306.250	\$807.443.438	\$911.629.688
-Costo de Ventas	\$ 258.424.176	\$ 270.022.374	\$ 281.996.038	\$ 294.521.033	\$ 307.940.626
Utilidad Bruta	\$ 195.175.824	\$ 281.857.626	\$ 376.857.962	\$ 480.624.667	\$ 567.223.874
-Gastos Administración	\$ 83.855.190	\$ 87.839.523	\$ 91.990.864	\$ 96.342.313	\$ 101.011.342
-Otros gastos	\$ 7.170.000	\$ 7.406.610	\$ 7.636.215	\$ 7.872.938	\$ 8.179.982
-Depreciación	\$ 17.202.500	\$ 17.202.500	\$ 17.202.500	\$ 17.202.500	\$ 17.202.500
-Amortizaciones inversiones diferidas	\$ 4.940.000	\$ 4.940.000	\$ 4.940.000	\$ 4.940.000	\$ 4.940.000
Utilidad Operacional	\$ 82.008.134	\$ 164.468.993	\$ 255.088.383	\$ 354.266.916	\$ 435.890.050
+Ingresos No Operacionales	\$ 60.000.000	\$ 61.980.000	\$ 63.901.380	\$ 65.882.323	\$ 68.451.733
Utilidad antes de impuestos	\$ 142.008.134	\$ 226.448.993	\$ 318.989.763	\$ 420.149.239	\$ 504.341.783
-Impuestos nacionales 35%	\$ 49.702.847	\$ 79.257.148	\$ 111.646.417	\$ 147.052.234	\$ 176.519.624
Utilidad Antes de Reserva	\$ 92.305.287	\$ 147.191.845	\$ 207.343.346	\$ 273.097.005	\$ 327.822.159
Reserva Legal del 10%	\$ 9.230.529	\$ 14.719.185	\$ 20.734.335	\$ 27.309.701	\$ 32.782.216
Utilidad Neta	\$ 83.074.758	\$ 132.472.661	\$ 186.609.011	\$ 245.787.305	\$ 295.039.943

La información anterior demuestra la viabilidad financiera del proyecto, en tanto para el primer año de operaciones se generan una utilidad del ejercicio de \$ 83.074.758 con lo cual se calculará el flujo de inversión.

7.7 Flujo de Inversión

El flujo de inversión se refiere a las variaciones y modificaciones en la cantidad de dinero que tendrá la empresa, las cuales se generan de los ingresos y egresos de capital con base en las inversiones en instrumentos financieros, como son: deudas a corto plazo, gastos de capital asociados a las inversiones, compra de bienes inmuebles y otras adquisiciones.

Teniendo en cuenta lo anterior, la empresa no contara con financiación extra pues el capital de la empresa sale de recursos propios de los socios, por lo que el flujo de inversión queda de la siguiente manera:

Tabla 64

Flujo de inversión

FLUJO DE INVERSIÓN POR ACTIVIDADES OPERATIVAS						
ÍTEMS	AÑOS					
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas de Contado		\$ 453.600.000	\$ 551.880.000	\$ 658.854.000	\$ 775.145.700	\$ 875.164.500
TOTAL INGRESOS		\$ 453.600.000	\$ 551.880.000	\$ 658.854.000	\$ 775.145.700	\$ 875.164.500
INVERSIONES						
Aporte de Socios	\$ 349.485.803					
Inversiones requeridas	\$268.780.000					
TOTAL INGRESOS	\$80.705.803	\$ 453.600.000	\$ 551.880.000	\$ 658.854.000	\$ 775.145.700	\$ 875.164.500
EGRESOS						
Costos de Producción		\$258.424.176	\$270.022.374	\$281.996.038	\$294.521.033	\$307.940.626
Gastos de producción		\$91.025.190	\$95.246.133	\$99.627.079	\$104.215.251	\$109.191.324
Impuestos de renta			\$58.933.376	\$93.976.332	\$132.380.752	\$174.361.934

TOTAL EGRESOS		\$ 349.449.366	\$ 424.201.883	\$ 475.599.449	\$ 531.117.036	\$ 591.493.884
FLUJO DE INVERSIÓN AO	\$80.705.803	\$104.150.634	\$127.678.117	\$183.254.551	\$244.028.664	\$283.670.616

La información obtenida por el flujo de inversión se ven los movimientos entre ingresos y egresos por actividades de operación que tendrá la empresa en los siguientes 5 años. Los ingresos vendrán de las ventas totales por las entradas a la finca, mientras los egresos serán el pago por costos y gastos para la prestación del servicio más los impuestos a pagar.

7.8 Flujo de producción

El flujo de producción también es llamado flujo de caja operativo, es una métrica que le servirá a los propietarios, socios e inversionistas del proyecto para determinar cuán eficientes son las operaciones actuales de la empresa para generar ingresos. Nos permite determinar las entradas y salidas de efectivo que se generan mediante las operaciones normales de la empresa en un determinado periodo.

Tabla 65

Flujo de producción

ÍTEMES	FLUJO DE PRODUCCIÓN ACTIVIDADES OPERATIVAS					
	INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas de Contado		\$ 453.600.000	\$ 551.880.000	\$ 658.854.000	\$ 775.145.700	\$ 875.164.500
TOTAL INGRESOS		\$ 453.600.000	\$ 551.880.000	\$ 658.854.000	\$ 775.145.700	\$ 875.164.500
INVERSIONES						
Aporte de Socios	\$ 349.485.803					
Inversiones requeridas	\$268.780.000					
TOTAL INGRESOS	\$80.705.803	\$ 453.600.000	\$ 551.880.000	\$ 658.854.000	\$ 775.145.700	\$ 875.164.500
EGRESOS						
Costos de Producción		\$258.424.176	\$270.022.374	\$281.996.038	\$294.521.033	\$307.940.626
Gastos de producción		\$91.025.190	\$95.246.133	\$99.627.079	\$104.215.251	\$109.191.324
Impuestos de renta			\$58.933.376	\$93.976.332	\$132.380.752	\$174.361.934

TOTAL EGRESOS		\$ 349.449.366	\$ 424.201.883	\$ 475.599.449	\$ 531.117.036	\$ 591.493.884
FLUJO DE INVERSIÓN AO	\$80.705.803	\$104.150.634	\$127.678.117	\$183.254.551	\$244.028.664	\$283.670.616

La anterior informacion nos muestra el flujo de efectivo de produccion por los servicios de la empresa sin tener variacion entre el de inversion y de produccion, pues no hay financiamiento por lo que quedan igual.

7.9 Flujo neto de caja

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado. Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa. (Kiziryan, M. (28 de abril, 2015). Flujo de caja. Economipedia.com).

Tabla 66

Flujo Neto de Caja

FLUJO NETO DE CAJA POR ACTIVIDADES OPERATIVAS						
ÍTEMS	INVERSIÓN INICIAL	AÑOS				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingresos Netos		\$ 453.600.000	\$ 551.880.000	\$ 658.854.000	\$ 775.145.700	\$ 875.164.500
TOTAL INGRESOS		\$ 453.600.000	\$ 551.880.000	\$ 658.854.000	\$ 775.145.700	\$ 875.164.500
INVERSIONES						
Aporte de Socios	\$ 349.485.803					
Inversiones requeridas	\$268.780.000					
EFFECTIVO RECIBIDO DE CLIENTES	\$80.705.803	\$ 453.600.000	\$ 551.880.000	\$ 658.854.000	\$ 775.145.700	\$ 875.164.500
EGRESOS						
Costos de Producción		\$258.424.176	\$270.022.374	\$281.996.038	\$294.521.033	\$307.940.626
Gastos de producción		\$91.025.190	\$95.246.133	\$99.627.079	\$104.215.251	\$109.191.324

Impuestos de renta			\$58.933.376	\$93.976.332	\$132.380.752	\$174.361.934
EFFECTIVO PAGADO POR EGRESOS		\$ 349.449.366	\$ 424.201.883	\$ 475.599.449	\$ 531.117.036	\$ 591.493.884
FLUJO NETO DE CAJA POR AO	\$80.705.803	\$104.150.634	\$127.678.117	\$183.254.551	\$244.028.664	\$283.670.616

El flujo de caja neto por actividades de operación para el primer año es de \$104.150.634.

8. Evaluación financiera

La evaluación financiera forma parte del proceso de toma de decisiones de una entidad, mediante la cual se realiza un análisis de sensibilidad de un determinado período de tiempo, para estudiar los costos y beneficios de los diversos proyectos y alternativas de inversión a corto plazo y largo plazo. Se analizan los flujos de efectivo, la tasa interna de retorno, las rentabilidades y estimación de los proyectos de inversión, los activos fijos, el capital de trabajo, el costo de oportunidad, los estados financieros, el flujo de fondos, el punto de equilibrio, el costo de capital, el estado de resultados, un estudio de mercado, la mano de obra y distintos factores que son indicadores de rentabilidad. (Oviedo, L. (11 de octubre, 2021). *Proceso de evaluación financiera de un proyecto de inversión*. Vocetys.com).

Por lo anterior, se analizan los estados financieros a través de indicadores de rentabilidad para conocer el costo de capital y la relación beneficio costo.

8.1 Costo de capital

Tabla 67

Costo de Capital

TIO	20,00%
AÑO	FNC
Io	-\$ 349.485.803
1	\$ 104.150.634
2	\$ 127.678.117
3	\$ 183.254.551
4	\$ 244.028.664
5	\$ 283.670.616

VPN	\$ 163.706.274
TIR	36,17%
RBC	\$1,47

Con el VPN de \$ 163.706.274 se puede determinar la Tasa Interna de Retorno TIR, la cual define la rentabilidad de la inversión dentro de la operación propia del negocio, comparando la relación de beneficio-costos.

Determinando el VPN se determina la de TIR= 36,17%, el resultado que arroja la función significa que es mayor a la tasa de oportunidad, por lo tanto, el proyecto es económicamente viable.

Figura 42

Costo de Capital (VPN-TIR%)

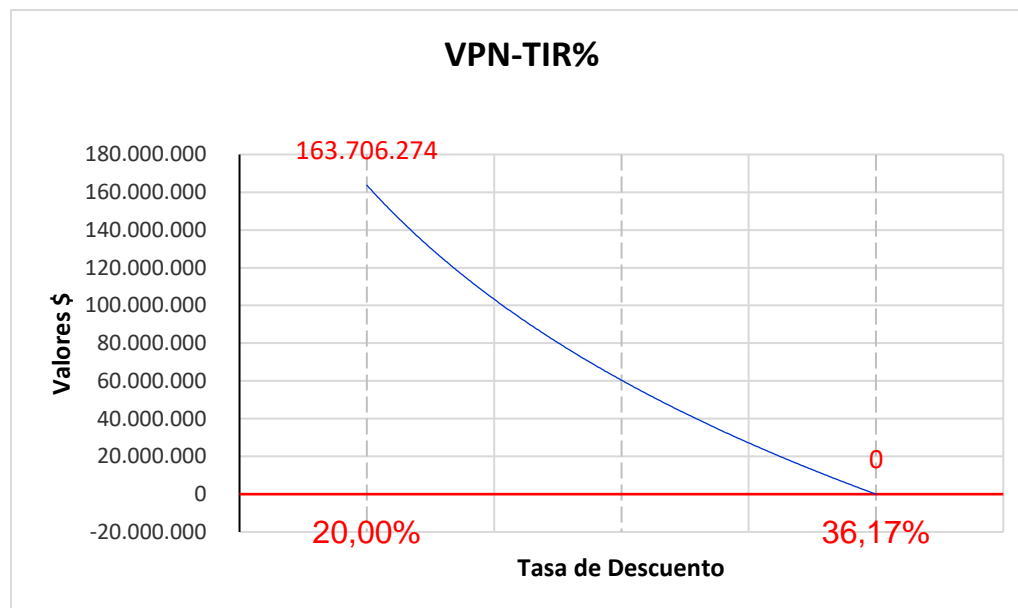
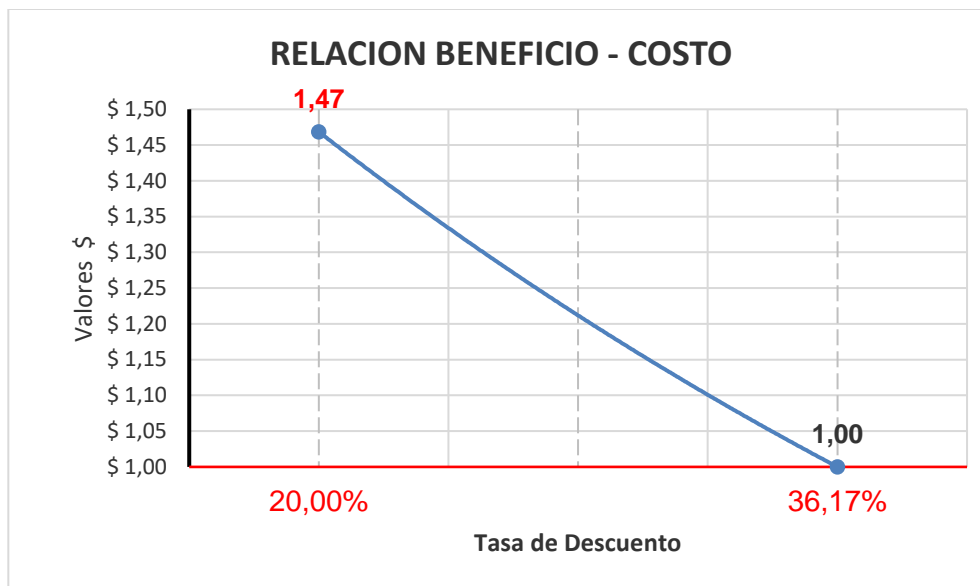


Figura 43

Relacion Costo Beneficio



8.2 Criterios de rentabilidad financiera

Para determinar la factibilidad del proyecto, se relacionará el beneficio económico con los recursos necesarios en este caso los costos, que permitan determinar el beneficio sobre la inversión que tendrá cada socio, accionista o inversor en el proyecto, lo que definirá si se está generando ganancias o pérdidas en la empresa. Al obtener una TIR mayor a la tasa de oportunidad del mercado se continuo con los siguientes índices:

Parámetros de la evaluación Financiera

TIR

- Si la TIR es mayor que la tasa de oportunidad se aprueba el plan de negocios
- Si la TIR es igual a la tasa de oportunidad es indiferente
- Si la TIR es menor a la tasa de oportunidad no se aprueba el plan de negocios

VAN

- Si la VAN es mayor que 1 se aprueba el plan de negocios
- Si la VAN es igual a 1 es indiferente
- Si la VAN es menor que 1 no se aprueba el plan de negocios

R/BC

- Si el RBC es mayor que 1 se aprueba el plan de negocios
- Si el RBC en igual a 1 es indiferente
- Si el RBC es menor que 1 no se aprueba el plan de negocios

PRI

- ✓ Si el PRI está por debajo de 2.5 existe menos riesgo de recuperar la inversión

Tabla 68

Criterios de rentabilidad financiera

COSTO DE CAPITAL	
TIR	36,17%
VAN	\$163.706.274
RB/C	1,47
PRI	1,2

Teniendo en cuenta los parámetros de evaluación, se tiene que; el proyecto es financieramente viable con un Valor Actual Neto positivo de \$163.706.274 beneficio adicional, que indica que el capital invertido renta a una tasa superior a la tasa de oportunidad y el proyecto es aceptable. De igual forma, proyecta una Tasa Interna de Retorno del 36,17%, es mayor a la tasa

de oportunidad del mercado de 20%, mientras que; el retorno beneficio costo arroja que por cada peso invertido se obtendrá una ganancia de \$1,47 pesos, y, la inversión del proyecto se obtendrá en 1 año y 2 meses.

9. Identificación de las posibles incidencias de tipo económico, social y ambiental

9.1 Incidencias Económicas

El impacto económico se define como “el efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo” (Pérez y Gardey, 2019, p,63).

Considerando la definición anterior, en la empresa se han identificado factores de riesgo internos y externos que afectan la parte económica de la misma, por lo que, se han implementado estrategias para mitigar dichos riesgos como se muestra a continuación en la matriz de riesgo:

Tabla 69

Matriz de riesgo económico

IDENTIFICACIÓN		VALORACIÓN			GESTIÓN	
TIPO DE RIESGO	DESCRIPCION DEL RIESGO	PROBABILIDAD OCURRENCIA	IMPACTO	CALIFICACIÓN	MEDIDAS DE MITIGACION	RESPONSABLE
<i>Mercado</i>	<i>Que las ventas en unidades proyectadas no se logren cumplir y el proyecto no genere ganancias.</i>	<i>Media</i>	<i>grave</i>	Riesgo importante	Ofrecer precios especiales para grupos grandes, fidelizar clientes y a estos ofrecerles tarifas especiales, publicidad por medio de Influencers reconocidos.	Administrador General socios
<i>Mercado</i>	<i>Debido a que se encuentra lejos de la ciudad, en zonas rurales y con clima frio las personas decidan</i>	<i>Alta</i>	<i>moderado</i>	Riesgo importante	Mostrar los beneficios de descansar en clima frio, enfatizar sobre las cosas y tareas diarias del campo tal	Administrador General socios

	visitar otros lugares				que sean un atractivo turístico y ofrecer rutas y vehículos de transporte.	
<i>Mercado</i>	<i>En meses establecidos el clima puede ser muy lluvioso y puede afectar las ventas del proyecto ya que se dañan vías de acceso.</i>	<i>Baja</i>	<i>Moderado</i>	Riesgo tolerable	En estas fechas brindar descuentos especiales, mayor publicidad en redes sociales, crear proyectos aparte con alcaldía para mejoramiento de vías y cuidado de las mismas.	Administrador General socios
<i>Operativo</i>	<i>Por ser zona rural y con la creciente inseguridad en el país puede haber robos en el trayecto o incluso en la misma finca.</i>	<i>Alta</i>	<i>Grave</i>	Riesgo intolerable	Lograr poner un puesto de policía en la zona más poblada de las veredas, mayor seguridad con guardas y personal especializado.	Administrador Socios mayordomo
<i>Operativo</i>	<i>Que la finca no pueda prestar los servicios por algún tipo de protesta o paro que obligue al cierre de vías y afecte no solo las ventas sino también ingreso de insumos básicos.</i>	<i>Baja</i>	<i>Moderado</i>	Riesgo tolerable	Tener reserva de insumos para animales y cuidado de la finca, siempre apoyar de buena manera las protestas y tener una base de dinero en ahorros para pagos de servicios públicos, nómina y proveedores durante el tiempo que dure.	Jefe Operativo Auxiliares Operativos
<i>Financiero</i>	<i>Que puedan llegar más impuestos a pequeñas empresas u alguna normatividad en cuanto empresas prestadoras de estos servicios los cuales sean</i>	<i>Baja</i>	<i>Leve</i>	Riesgo trivial	Llevar al día los estados financieros para ver las utilidades de la finca y estar preparados y siempre cumplir la normatividad exigida para el funcionamiento de la finca.	Administrador General

<i>más difíciles de cumplir.</i>					
----------------------------------	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia

9.2 Incidencias Sociales

Los impactos sociales se han definido como “los cambios que experimentan las personas, grupos o comunidades como consecuencia del desarrollo de una actividad, proyecto, programa o política concreta y que afectan a las condiciones humanas en el largo plazo. Estos cambios pueden ser producidos directa o indirectamente por una intervención, intencionalmente o no, positivos o negativos, y sobre aspectos o dimensiones tangibles o intangibles” (Jiménez, 2020, página web).

Teniendo en cuenta lo anterior, en la empresa se han identificado las siguientes incidencias o impactos sociales:

Ampliar la oferta de servicios turísticos: La ciudad de San Juan de Pasto cuenta con muy pocos operadores de servicios turísticos recreativos que tiene pésimos servicios y que a la vez brinden beneficios para la salud y la mente, por lo que, el proyecto mediante sus atractivos dará a la gente opciones deportivas, de bienestar y descanso para todos los miembros de una familia.

Generar empleo: El estudio de factibilidad la empresa pretende generar 8 empleos directos que serán contratados bajo las normas que dicta la ley colombiana en el código sustantivo de trabajo.

Reconocimiento turístico: Se pretende impulsar el corregimiento como zona turística de entornos naturales, aprovechando la reactivación en el departamento de Nariño, pues al crearse un emprendimiento atractivo donde se muestre no solo el entorno del proyecto sino también se les

enseñe a los visitantes la importancia que tiene la zona para el resto de la región llamara la atención de los mismos.

Impulsar la economía: La empresa contara con alquiler de restaurante para que los campesinos de la zona puedan ofrecer los productos gastronómicos que más los representa, además, el proyecto cuenta con atractivos que permiten que los habitantes aledaños puedan crear otros emprendimientos.

Comercio justo: Consiste en ser justos en todos los sentidos, cobrar el precio justo para los clientes, pagar los justo a proveedores y sobre todo pagar los justo a los empleados, sin la necesidad de que nadie salga ganando más o menos, este proyecto buscar siempre los beneficios para todos.

9.3 Incidencias Ambientales

El impacto ambiental se define como “la alteración significativa del ambiente, de los sistemas naturales y transformados y de sus recursos, provocada por acciones humanas y de carácter positiva o negativa. Cuando son directos involucran la pérdida parcial o total de un recurso o deterioro de una variable ambiental (contaminar aguas, talar bosques, etc.). Cuando son indirectos inducen y/o generan otros riesgos sobre el ambiente (erosión antrópica, inundaciones, etc.)” (Espinoza, 2001, p, 186).

Teniendo en cuenta el concepto anterior, la empresa a identificado los siguientes incidentes ambientales:

Tabla 70

Clasificación de incidencias ambientales y su medida de minimización

INCIDENCIA AMBIENTAL DEL PROYECTO	
INCIDENCIAS POTENCIALES	MEDIDAS DE MINIMIZACIÓN
Directos	
<p>Erosión del suelo: Es el resultado de la construcción de infraestructura como la pista de velo arena, las canchas de baloncesto y kyoscos. También se da por los métodos de agricultura y pastoreo de animales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar planes de erosión que contenga; el control del consumo de recursos, la reducción de las emisiones contaminantes, y la minimización y la correcta gestión de los residuos que se generan a lo largo del proceso constructivo. • Usar barreras para prevenir la escorrentía y la erosión del suelo en sitios de construcción. Planta pasto para mantener el suelo en su lugar • No hacer siembras directas (arar primero el suelo), cultivar en fajas y en contornos (las líneas de las plantas cubren el suelo y filtran la lluvia, desacelerando la escorrentía) • Prevenir el pastoreo excesivo,
<p>Contaminación del agua: Causado por la eliminación inapropiada de aguas servidas o desechos sólidos.</p>	Permitir el uso del sistema municipal o regional existente de recolección y eliminación, o construir una planta para el tratamiento local de aguas negras.
<p>Contaminación del aire a pequeña escala y nivel local: Originado por el ruido excesivo de las herramientas y equipos de trabajo como en la construcción del lugar.</p>	Controlar la emisión de contaminantes, utilizando correctamente las herramientas y el equipo de trabajo dentro del centro turístico.
<p>Densidad población al mayor a los servicios disponibles. Se origina por la acumulación de personas en un solo servicio</p>	Identificar las zonas más aptas para la ubicación del espacio a utilizar en la prestación del servicio. Brindar orientación al cliente y organizar los tiempos de las personas en cada atractivo.
<p>Contaminación del ecosistema: Se ocasiona por el uso indebido de residuos</p>	Implementar plan de separación de residuos separándolos en orgánicos y reciclables.
<p>Desperdicio de agua: Ocasionado por el uso de baños</p>	Los baños tendrán recolección de agua mediante canales.

Conclusiones

Una vez concluido el Estudio de Factibilidad para la Creación de la finca prestadora de servicios turísticos rurales y alternativos en el corregimiento de Santa Barbara, se llegaron a definir las siguientes conclusiones que están basadas en los objetivos anteriormente planteados

Con la elaboración del estudio de mercado mediante los instrumentos cuantitativos como las encuestas y entrevistas si permitieron conocer variables importantes para alcanzar los objetivos del proyecto como; el cambio de los consumidores después del covid generando nuevas tendencias, gustos y preferías, lo que determino las características de los mismos, igualmente se logró establecer los precios por entrada, los servicios que se va a ofertar en el proyecto, los canales de distribución más adecuados, la oferta actual con los competidores directos y la cantidad demandada que tendrá el proyecto según la demanda insatisfecha del mercado.

En el estudio técnico, se concluye que; la planta física e instalaciones son fundamentales para la ejecución del proyecto, determinando la capacidad instalada lo que permitirá satisfacer las exigencias del consumidor en cuanto a espacios suficientes para la realización de actividades ofertadas en el proyecto.

El estudio administrativo, concluye que conformar organizacionalmente la empresa acorde a las necesidades de la misma optando por una estructura jerárquica de tipo vertical, estableciendo las funciones y responsabilidades de cada miembro, como también el reglamento y las políticas que los regirán y legalmente permitirá el buen funcionamiento de la empresa y un buen ambiente laboral.

En la construcción del estudio financiero, se concluyó que con el cálculo de las inversiones, costos y gastos que requirió el proyecto con lo que se determinó y cuantifico en términos monetarios los flujos de caja y efectivo que obtendrá la empresa obteniendo como resultado rentabilidad económica en los próximos 5 años.

En la evaluación financiera se utilizaron los índices más comunes de rentabilidad, por lo que se pudo concluir que; la creación del proyecto es factible porque arrojó una VAN positiva mayor a 0 de \$163.706.274, una TIR de 36,17% mayor a la tasa de oportunidad del mercado del 20%, la recuperación de la inversión se hará en un lapso de 1 año y 2 meses y la inversión por cada peso invertido genera beneficios de 1,47 pesos.

Al identificar las incidencias económicas, sociales y ambientales, se concluye que; el proyecto al ser viable generara beneficios económicos para todos los involucrados en el proyecto, de la misma incentivara al desarrollo de los habitantes generando empleos, mientras que los impactos ambientales serán minimizados gracias a las medidas de mitigación planteadas.

Recomendaciones

A largo plazo se recomienda buscar nuevos mercados, que le permitan al proyecto generar mayor productividad y rentabilidad, con ello, crecer a otras partes de la región contribuyendo a la creación de nuevos empleos y el desarrollo de la región.

Se recomienda tener en cuenta los diferentes alivios o ayudas económicas con los que cuenta el sector turístico, pues, ayudaran al futuro de la empresa en cuanto a el crecimiento y posicionamiento.

Se recomienda pedir el acompañamiento policial para salvaguardar la seguridad de los visitantes que visiten el corregimiento y las instalaciones del proyecto.

La zona rural de Santa Barbara se encuentra actualmente en un plan de mejoramiento de vías de acceso, por lo que, se recomienda trabajar en conjunto con la municipalidad y la comunidad para que se ejerza presión para su continuidad, que permita darle cumplimiento al plan con el fin de beneficiar a la comunidad y visitantes.

Las capacitaciones al personal deben hacerse de forma continúa aprovechando entes públicos de educación como en SENA, para que el personal de la empresa pueda brindar un mejor servicio.

Se deben analizar alianzas comerciales con empresas de transporte y turismo que ofrezcan tours a los visitantes que incluyan la visita a el proyecto y también sitios cercanos que contiene recursos naturales como los son las cascadas y los paisajes naturales.

Para la construcción de la planta física y las atracciones, se deben hacer un buen uso de los espacios y establecer la atención de emergencias, además, toda la finca debe tener suficiente señalización que le muestre a los visitantes los peligros y riesgos que se pueden correr en el proyecto.

Todos los empleados deben estar capacitados para responder frente a emergencias y tener conocimiento sobre la ubicación y el contacto de hospitales, policías y bomberos para que la reacción frente a eventos desafortunados sea de forma más rápida y segura.

Es importante fomentar las buenas relaciones entre los empleados, la asertiva comunicación e incentivar en cada uno de ellos la pertenencia hacia la empresa mediante comunicación de la cultura organizacional de la misma.

Referencias

CEDENAR. (2015). Cantidad de familias por estratos socio económicos en la ciudad de san Juan de Pasto. Pasto. *Oficina de atención al ciudadano: Información de estricta privacidad brindada para optar por el título de administrador de empresas.*

CONGRESO DE COLOMBIA. (2008). Ley 1258 de 2008.
file:///C:/Users/MY%20ASPIRE%205/Downloads/Ley%201258%20de%202008.pdf

DANE. (2020). Participación del PIB por departamento: *Departamento de Nariño.*
<https://dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales>

De la Cruz, F, Gabriel, E. (2019). Estudio de factibilidad para la creación de un centro recreacional en zona rural en la ciudad de pasto. Pasto. *Trabajo de grado para la obtención del título de administrador de empresas.* Universidad CESMAG.

Departamentales. *Composición sectorial del PIB 2020*, (pp. 27-28).
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/perfiles-economicos-por-departamentos/perfiles-economicos-por-departamentos/narino/oee-je-perfil-departamental-narino-26jul22.pdf.aspx>

Dirección para la gestión del riesgo de desastres-Pasto. (2022). Aspectos generales del municipio de pasto. Pasto.
<http://www.gestiondelriesgopasto.gov.co/new/index.php/component/content/article/20-home/183-aspectos-generales-municipio-de-pasto>

Espejo, J y Fisher, L. (2016). *Mercadotecnia: la oferta.* (pp.148).

<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbmFpbnxwb3J0YWZvbGlva2V2aW5ta3R8Z3g6NGU4MTE1NzUzYmFmMjc5NA>

Gobernación de Nariño. Plan de Turismo Natural, 2020. *Conservación y Crecimiento Verde: Un crecimiento económico ambientalmente sostenible y socialmente incluyente.* (pp.114).

<https://rap-pacifico.gov.co/wp-content/uploads/2020/07/Plan-de-Desarrollo-Mi-Nari%C3%B1o-en-Defensa-de-lo-Nuestro-2020-2023-2.pdf>

Google Earth, 2022. Ubicación geográfica ciudad de San Juan de Pasto.

https://earth.google.com/web/search/Pasto,+Nari%C3%B1o/@1.21352545,-77.27722255,2528.77243765a,18593.43958426d,35y,0h,0t,0r/data=CnkaTxJJCiUweDhlMmVkNDg3NjFiOTJhNzM6MHg0NGEzNjg1NjZjYzNhNTIyGbt45LRMS_M_Ic6njlVKUIPAKg5QYXN0bywgTmFyacOxbxgCIAEiJgokCTF9hRg1AzVAES59hRg1AzXAGevwkW6t7EhAIWhSxMPdhkrA

Guerrero, O. (2019). Pasto tierra cultural: *Corregimiento de Santa Barbara.* JIMDO, página web.

<https://pastotierracultural.jimdofree.com/el-municipio/organizaci%C3%B3n-pol%C3%ADtica-administrativa/corregimientos/>

MINCIT. (2020). 24 principales ciudades del país: *Visitantes internos con destino a Nariño años 2019-2020,* (pp. 27-28).

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=77fb746e-a686-4ec8-9214-96935b191e8a>

MINCIT. (2021). Información: Perfiles Económicos Departamentales. *Perfil económico: Departamento de Nariño*, (pp. 32-33).

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=77fb746e-a686-4ec8-9214-96935b191e8a>

MINCIT. (2021). Información: Perfiles Económicos Departamentales. *Perfil económico: Departamento de Nariño*. p. 16.

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=77fb746e-a686-4ec8-9214-96935b191e8a>

Mincomercio. (2021). Noticia de Industria: Mincomercio anuncia estrategia conjunta entre el Gobierno nacional y el regional para reactivación de Nariño.

https://www2.javerianacali.edu.co/sites/ujc/files/manual_de_normas_apa_7a_completo.pdf

Mosquera, N, Jennifer, J. (2015). Estudio de factibilidad para la creación de un proyecto de agroturismo en Santa Ana del pedregal, parroquia de Machachi, cantón Mejía. *Tesis previa a la obtención del título de ingeniera en administración de empresas turísticas y conservación ambiental*. <https://library.co/document/yee83g1y-estudio-factibilidad-creacion-proyecto-agroturismo-pedregal-parroquia-machachi.html>

Mauricio, C., Cárdenas, G., Sandoval, C., García, M, A., & Apolinar, R. (2021). Estudio de Viabilidad para la Iniciativa de Negocio de Turismo Rural en la Ciudad de Villavicencio. Universidad EAN gerencia de proyectos seminario de investigación. <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10749/AngelGeraldine2021.pdf?sequence=5&isAllowed=y>


Plan de Desarrollo Departamental. (2020), Nariño. *Mi Nariño: en defensa de lo nuestro, Crecimiento Verde: Un crecimiento económico ambientalmente sostenible y socialmente incluyente.* (p.p 1-2). <https://rap-pacifico.gov.co/wp-content/uploads/2020/07/Plan-de-Desarrollo-Mi-Nari%C3%B1o-en-Defensa-de-lo-Nuestro-2020-2023-2.pdf>

Rubio, R y Escolano, A. (2001). Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. *El comercio electrónico y el futuro del canal de distribución turístico.* Vol. 7, (p.p 13-36). [file:///C:/Users/MY%20ASPIRE%205/Downloads/Dialnet-El Comercio Electrónico Y El FuturoDelCanalDeDistribuci-187785.pdf](file:///C:/Users/MY%20ASPIRE%205/Downloads/Dialnet-El%20Comercio%20Electr%C3%B3nico%20Y%20El%20Futuro%20Del%20Canal%20De%20Distribuci%C3%B3n%20Tur%C3%ADstica-187785.pdf)

Anexos

Anexo A

Formato de Encuesta


 <p>UNIVERSIDAD CESMAG FACULTAD DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</p> <p>Título: Estudio de factibilidad para creación de una finca prestadora de servicios de turismo rural y alternativos en el corregimiento de Santa Bárbara en el año 2022</p> <p>ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS HABITANTES DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO</p> <p>OBJETIVO: Recolectar información pertinente y necesaria que permita determinar el mercado mediante las opiniones, gustos y preferencias de los potenciales clientes de la idea de negocio de una finca prestadora de servicios de turismo rural y alternativos en el corregimiento de Santa Bárbara en la ciudad de San Juan de Pasto</p> <p>INSTRUCCIONES: Marque con "X" la respuesta que crea conveniente y justifique su respuesta en aquellas preguntas donde se solicita</p> <p>1. ¿Cuál es su género? <input type="radio"/> Masculino <input type="radio"/> Femenino</p> <p>2. ¿Su rango de edad esta entre? <input type="radio"/> 15 a 25 años <input type="radio"/> 26 a 35 años <input type="radio"/> 36 a 45 años <input type="radio"/> 46 a 50 años <input type="radio"/> Más de 50 años</p> <p>3. ¿Cuál es su ocupación actual? <hr/></p>

4. ¿Su rango de ingresos esta entre?
 - Menos de 1 SMLV
 - Entre 1 y 2 SMLV
 - Entre 2 y 3 SMLV
 - Entre 3 y 4 SMLV
 - Más de 4 SMLV
5. ¿Su núcleo familiar cuantas personas lo conforman?
 - 1 a 2 personas
 - 3 a 4 personas
 - 5 o más personas
6. ¿Con que frecuencia suele salir de paseo con fines turísticos?
 - 1 vez al mes
 - 2 vez al mes
 - 3 vez al mes
 - Cada fin de semana
7. ¿Cuál es su motivación para salir de paseo con fines turísticos?
 - Salir de la rutina
 - Salud y Descanso
 - Tiempo de Calidad
 - Conocer sitios diferentes
8. ¿Cuál es la mayor dificultad a la hora de salir de paseo?
 - Dinero
 - Transporte
 - Tiempo
 - Inseguridad
9. ¿Acostumbra a viajar a sitios turísticos rurales?
 - SI
 - NO
10. ¿Con que frecuencia visita sitios rurales al año?
 - Cada semana
 - Cada dos semanas
 - Cada mes
 - Cada 3 meses
 - Cada 6 meses
 - Cada año
11. ¿A qué sitios ha viajado últimamente?
 - La florida
 - El encano
 - Chachagüí
 - Santa Bárbara
 - Buesaco

- Otros
12. ¿Qué es lo que más le atrae de estos sitios rurales?
- La naturaleza
 - El aire limpio y fresco
 - Sus paisajes
 - Su historia y costumbres
 - Animales
 - Otra
13. ¿Cuánto suele pagar en promedio por visitar o ingresar a los sitios turísticos rurales?
- Entre \$5.000 y \$10.000
 - Entre \$11.000 y \$20.000
 - Entre \$21.000 y \$30.000
 - Mas de 30.000
14. ¿A través de que medios busca información sobre sitios turísticos rurales?
- Radio
 - Tv
 - Redes sociales
 - Otra
15. ¿Cree que su gustos y preferencias a la hora de elegir donde pasear aumentaron hacia el turismo rural después de pandemia?
- SI
 - NO
16. ¿Le gustaría conocer este proyecto turístico?
- SI
 - NO
17. ¿Cada cuanto iría a pasar el día en el proyecto?
- Cada 15 días
 - Cada mes
 - Cada 2 meses
 - Cada 3 meses
18. Después de conocer los detalles de la finca. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?
- De \$15.000 a \$20.000
 - De \$25.000 a \$30.000
 - De \$30.000 a \$35.000
 - Mas de \$35.000
19. ¿Qué servicios incluiría en el proyecto?
-

Fuente: Elaboración Propia

Anexo B.*Formato de Entrevista*

 <p style="text-align: center;"> UNIVERSIDAD CESMAG FACULTAD DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS INVESTIGACIÓN DE MERCADOS </p> <p>Titulo: Estudio de factibilidad para creación de una finca prestadora de servicios de turismo rural y alternativos en el corregimiento de Santa Bárbara en el año 2022</p> <p style="text-align: center;"> ENCUESTA DIRIGIDA A ENCARGADOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE TURISMO </p>
<p>OBJETIVO: Conocer el mercado abarcado, los atractivos y el modelo de negocio que ofrece actualmente el competidos, con el fin de identificar variables que podrán ser aplicadas en la idea de negocios de la finca prestadora de servicios turísticos.</p>
<p>EMPRESA: CARGO: FECHA: LUGAR:</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué servicios ofrece la empresa? 2. ¿Ingresos promedio mensual? 3. ¿Cuántas personas puede atender a la semana? 4. ¿Qué precios manejan? 5. ¿De dónde provienen la mayoría de visitantes del establecimiento? 6. ¿Cuáles creen que son sus fortalezas y debilidades? 7. ¿Cuáles son sus oportunidades y amenazas? 8. ¿Como se promocionan?

9. ¿Como manejan las situaciones de crisis?

10. ¿Ha recibido algún beneficio del estado?

¡GRACIAS!

Anexo C.

Modelo de documento privado de constitución de la sociedad S.A.S

MODELO DOCUMENTO PRIVADO DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA S.A.S FINCA EXPERIENCE S.A.S ACTO CONSTITUTIVO				
En el municipio de Pasto, siendo las _ am, del día _ de _del año 2023, se reunieron en CL 12 # 13-52 las siguientes personas:				
NOMBRE COMPLETO	IDENTIFICACIÓN			DOMICILIO
	TIPO ID	NÚMERO	LUGAR DE EXPEDICIÓN	
Idalmin Sánchez solarte	c.c	1.069.724.708	Fusagasuga	Pasto (N)
Irene Van Lingen	p.p	Q1258R165	Holanda	Aruba (H)

Quienes para todos los efectos se denominarán los constituyentes y mediante el presente escrito manifestamos nuestra voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

Estatutos

Capítulo I

Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Duración y Objeto Social

ARTÍCULO 1.- Nombre. - La compañía que por este documento se constituye es una Sociedad por Acciones Simplificada, de naturaleza comercial, con nacionalidad colombiana, denominada FINCA EXPERIENCE S.A.S., regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “Sociedad por Acciones Simplificada” o de las iniciales “S.A.S.”.

ARTÍCULO 2.- Domicilio. - El domicilio principal de la sociedad será el municipio de SANTA BARBARA (N), departamento de Nariño y para su recepción de notificaciones, corregimiento EL CEROTAL

La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la junta de socios o accionistas

ARTÍCULO 3.- Término de duración. - El término de duración será de 20 años.

ARTÍCULO 4.- Objeto social. - La sociedad tendrá como objeto principal prestación de servicios turísticos rurales y alternativos. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Capítulo II

Capital, Acciones y Régimen de las Acciones

ARTÍCULO 5.- Capital Autorizado, EL capital autorizado de la sociedad es:

CAPITAL AUTORIZADO		
VALOR TOTAL	Nº ACCIONES	VALOR NOMINAL
\$	-	\$

ARTÍCULO 6.- Capital Suscrito. - El capital suscrito inicial de la sociedad es:

CAPITAL SUSCRITO		
VALOR TOTAL	Nº ACCIONES	VALOR NOMINAL

\$	-	\$	
Los accionistas han suscrito el capital de la siguiente forma:			
CAPITAL			
ACCIONISTA	N° DE ACCIONES	VALOR	%
Idalmin Sanchez Solarte	-	\$	%
Irene Van Der Linde			

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

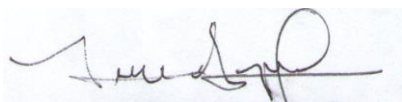
San Juan de Pasto, 2 de marzo de 2023

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad CESMAG
Pasto


Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado, **Estudio de factibilidad para creación de una finca prestadora de servicios de turismo rural y alternativos en el corregimiento de Santa Bárbara en el año 2022**, presentado por, **IDALMIN YUNALIN SANCHEZ SOLARTE**, del Programa académico, Administración de Empresas al correo electrónico biblioteca.trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesor(a), que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,




ARMANDO PAZ YAQUENO
No c.c. 12977062
Programa: Administración de Empresas
No celular: 3005877231
Correo: apaz@unicesmag.edu.co

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: IDALMIN YUNALIN SANCHEZ SOLARTE	Documento de identidad: 1069724708
Correo electrónico: idalmin241@gmail.com	Número de contacto: 3233899822
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del asesor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Título del trabajo de grado: Estudio de factibilidad para creación de una finca prestadora de servicios de turismo rural y alternativos en el corregimiento de Santa Bárbara en el año 2022	
Facultad y Programa Académico: Facultad de las Ciencias Administrativas y Contables. Programa de Administración de Empresas	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el término en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve (mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje (mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento,

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.

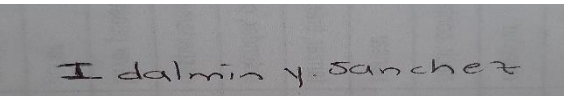
- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndose indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG, por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 2 días del mes de marzo del año 2023

 Firma del autor	Firma del autor
Nombre del autor: IDALMIN YUNALIN SANCHEZ SOLARTE	Nombre del autor:



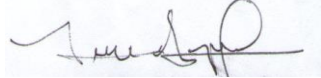
UNIVERSIDAD
CESMAG
NIT: 800.109.387-7
VIGILADA MINEDUCACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL

CÓDIGO: AAC-BL-FR-031

VERSIÓN: 1

FECHA: 09/JUN/2022

Firma del autor	Firma del autor
Nombre del autor:	Nombre del autor:
 Firma del asesor	
Nombre del asesor: <u>ARMANDO PAZ YAQUENO</u>	