



Proyecto Turístico de Creación Empresarial Granja Temática La Reserva, en el Municipio de
Puerto Gaitán, Meta.

Autor

Diana Carolina Hernández Corredor

Director

Miguel E. Restrepo Lobo

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Dirección Nacional UDCII

Unidad para el desarrollo de la ciencia, la investigación y la innovación

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad Antonio Nariño

31 de octubre del 2020

Contenido

Resumen ejecutivo.....	8
Abstract.....	9
Introducción.....	10
1 Justificación.....	12
2 Antecedentes.....	14
2.1 Antecedentes en el Contexto Internacional.....	14
2.2 Antecedentes en el Contexto Nacional.....	16
3 Objetivos.....	18
3.1 Objetivo General.....	18
3.2 Objetivos Específicos.....	18
4 Metodología.....	19
4.1 Tipo y Enfoque De Investigación.....	19
4.2 Fuentes de Información.....	19
4.2.1 Fuente de Información Primaria.....	19
4.2.2 Fuente de Información Secundaria.....	20
5 Descripción del negocio.....	21
5.1 Idea de Negocio.....	22
5.1.1 Servicio de Hospedaje.....	22
5.1.2 Zonas Húmedas.....	23
5.1.3 Senderismo.....	23
5.1.4 Muro de Escalada.....	23
5.1.5 Granja de Animales.....	23
5.1.6 Paseo a Caballo Ecológica.....	23
5.1.7 Actividades Llaneras.....	24
5.2 Recursos Requeridos.....	24
5.2.1 Capital Humano.....	24
5.2.2 Recursos Físicos.....	24
6 Análisis del mercado y la competencia.....	25
6.1 Plan de Ventas y Marketing.....	25
6.1.1 Análisis del Sector.....	26

6.1.1.1	Sector nacional.....	26
6.1.1.1	Sector regional.....	27
6.1.2	Análisis del Mercado.....	27
6.1.2.1	Mercado potencial.....	27
6.1.2.2	Segmentación de mercado.....	28
6.1.2.3	Mercado objetivo.....	31
6.1.3	Análisis de la Competencia.....	31
6.1.4	Estrategias de Mercado.....	32
6.1.4.1	Análisis de los servicios.....	33
6.1.4.2	Análisis de los precios.....	35
6.1.4.3	Análisis de la plaza - canales de distribución.....	36
6.1.4.4	Análisis de la promoción - Estrategia de la comunicación.....	37
6.1.4.5	Proyección estimada de ventas.....	38
7	Plan de operación.....	41
7.1	Ficha Técnica de los Servicios.....	41
7.1.1	Diagrama de Flujo del Proceso.....	43
7.2	Estudio de Localización.....	43
7.2.1	Macro Localización.....	44
7.2.2	Micro Localización.....	44
7.3	Requerimientos Técnicos.....	45
7.3.1	Planta Operativa.....	46
7.3.2	Gastos Administrativos.....	46
7.3.2.1	Maquinaria técnica.....	47
7.3.2.2	Muebles y enseres de oficina.....	48
7.3.2.3	Muebles y enseres zona recreativa.....	48
7.3.2.4	Muebles y enseres área de creación.....	49
7.3.2.5	Muebles y enseres habitaciones.....	49
7.3.2.6	Inversión locativa.....	50
7.3.3	Gastos previstos.....	50
7.3.4	Gastos de Puesta en Marcha.....	52
8	Plan financiero.....	53



8.1	Costos Fijos Estimados.....	53
8.1.1	Análisis del Punto de Equilibrio.....	54
8.2	Supuestos Económicos.....	56
8.2.1	Balance.....	59
8.2.2	PYG.....	60
8.2.3	Flujo de Caja.....	61
8.2.4	Flujo de Caja y Rentabilidad.....	62
8.2.5	Criterios de Decisión.....	62
	Conclusiones.....	64
	Referencias.....	66

Lista de Tablas

Tabla 1 Actividades para el cumplimiento de los objetivos	20
Tabla 2 Perfil de segmentación del cliente	29
Tabla 3 Análisis de competencia y tarifas de la competencia.....	31
Tabla 4 Análisis de servicios.....	33
Tabla 5 Análisis de precio.....	35
Tabla 6 Estrategia de comunicación	38
Tabla 7 Proyección de ventas de línea de bebidas y refrescos.....	38
Tabla 8 Proyección de ventas de línea de comidas	39
Tabla 9 Proyección de ventas de línea de alojamiento	40
Tabla 10 Proyección de ventas de línea de entretenimiento	40
Tabla 11 Ficha técnica de los servicios	42
Tabla 12 Planta operativa.....	46
Tabla 13 Gastos administrativos	47
Tabla 14 Adquisiciones de maquinaria y equipos.....	47
Tabla 15 Adquisiciones de muebles y enseres de oficina	48
Tabla 16 Muebles y enseres zona recreativa.....	48
Tabla 17 Muebles y enseres zona recreativa.....	49
Tabla 18 Muebles y enseres habitaciones	49
Tabla 19 Inversiones locativas	50
Tabla 20 Costo nómina detallada	51
Tabla 21 Gastos de puesta en marcha	52
Tabla 22 Costos fijos.....	53

Tabla 23 Punto de equilibrio por unidades comerciales	54
Tabla 24 Proceso 1. Líneas comerciales	55
Tabla 25 Proceso 2. Establecimiento de PVP y MC. POND	55
Tabla 26 Proceso 3. MCPT – PEPT	55
Tabla 27 Proceso 4. Líneas comerciales	56
Tabla 28 Proceso 5. Líneas comerciales	56
Tabla 29 Variables macroeconómicas	57
Tabla 30 Ventas, costos y gastos por producto	57
Tabla 31 Unidades vendidas por producto	57
Tabla 32 Total ventas	57
Tabla 33 Costos producción inventariables	58
Tabla 34 Estructura de capital y dividendos	58
Tabla 35 Balance general	59
Tabla 36 Pérdidas y ganancias	60
Tabla 37 Flujo de caja	61
Tabla 38 Flujo de caja y rentabilidad	62
Tabla 39 Criterios de decisión	62

Lista de Figuras

Figura 1. Cadena de valor Granja Temática la Reserva.....	222
Figura 2. Datos mundiales de turismo.....	Error! Marcador no definido.8
Figura 3. Diagrama de proceso de prestación de los servicios.....	43
Figura 4. Macro Localización del proyecto.....	44
Figura 5. Micro Localización del proyecto.....	45

Resumen Ejecutivo

Colombia es caracterizado como un país con vocación turística dada su riqueza natural y cultural. Sin embargo, la implementación de ideas en el sector turismo suele ser complicada debido a la cantidad de factores que se debe tener en cuenta para su realización y posterior implantación, ya que la inherente volatilidad del sector se constituye como uno de los factores más importantes para su desarrollo. Este documento presenta un proyecto turístico orientado a potenciar y globalizar la cultura de la región del llano colombiano, ofreciendo una propuesta integral a través de estadía y desarrollo de las actividades culturales que le son comunes de la región de la Orinoquia puntualmente de Puerto Gaitán, Meta, que permita mayor diversificación de la economía y potencialice la riqueza cultural, natural y la calidez característica de los habitantes del llano.

Palabras Clave: Turismo, Naturaleza, Cultura, Economía, Desarrollo.

Abstract

Colombia is characterized as a country with a tourist vocation given its natural and cultural wealth. However, the implementation of ideas in the tourism sector is usually complicated due to the number of factors that must be taken into account for their realization and subsequent implementation, since the inherent volatility of the sector is constituted as one of the most important factors for its development. This document presents a tourist project aimed at promoting and globalizing the culture of the Colombian plain region, offering a comprehensive proposal through stay and development of cultural activities that are common to the Orinoquia region from Puerto Gaitán, Meta, which allows greater diversification of the economy and enhances the cultural and natural wealth and the characteristic warmth of the inhabitants of the plain.

Keywords: Tourism, Nature, Culture, Economy, Development.

Introducción

El desarrollo del turismo hoy día a nivel global ha conllevado a que se realicen fuertes inversiones en este sector económico, evidenciando un crecimiento exponencial del 18% en los últimos 10 años de los diferentes servicios asociados al turismo a nivel mundial (Vargas, 2018). Lo anterior, permite deducir que, las tendencias turísticas deben suplir estas necesidades de los clientes, conforme a la búsqueda de la excelencia en la prestación del servicio y en lograr acciones para mejorar la calidad o competitividad específicamente, promoviendo el turismo en las zonas colombianas especialmente en los llanos, con lo cual contribuyen a la sostenibilidad y mejoramiento del servicio en las empresas de alojamiento.

El proceso de crecimiento regional es integral desde los enfoques económico, social y ambiental que conducen a la sostenibilidad integral fundamentada en el turismo regional, por tanto, lograr una linealidad entre los factores mencionados previamente no es tarea sencilla desde el punto de vista que cada región debe desarrollarlos conforme a sus oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas siendo diferentes para cada caso en particular conforme a lo social, ambiental. No obstante, uno de los más rentables en términos económicos es el turismo, el cual constituye una base importante de crecimiento económico en la medida en que es una plataforma importante para el desarrollo de un sector y los beneficios agregados que desarrolla a corto, mediano y largo plazo.

Es igualmente importante, en este contexto, tener en cuenta que estas ideas deben estar soportadas desde las condiciones idóneas para su implementación, partiendo de la aceptación social y de todos los habitantes para optimizar el aspecto social y dar un dinamismo al sector con el fin de generar competitividad y buenos resultados, así como componentes con una importancia creciente como factores sociales y ambientales.

Pese a las concepciones tradicionales, en algunos sectores del país no se promueve el turismo de manera integral y mucho menos se han vinculado rubros en sus planes de desarrollo territorial que fomenten el turismo regional, es por ello que, las actividades turísticas se encuentran en un estado inicial y no se han consolidado modelos exitosos y los proyectos actuales están en etapa de ingreso al mercado, en efecto, no han generado utilidades y sus rendimientos se desconocen, de igual manera, no existen metodologías que conlleven a identificar el potencial del país para la explotación sostenible de actividades asociadas al turismo y lo que esto trae consigo (Castro, 2012). En este contexto, el valor agregado que pueda ofrecer una propuesta de turismo permitirá su consolidación en el tiempo, teniendo en cuenta tanto las oportunidades de crecimiento en el lugar seleccionado como el desarrollo de la misma actividad en el tiempo.

Una propuesta integral de turismo a través de la unión de varios servicios que se prestarán dentro de una zona establecida y que pueden convertir en un atractivo turístico importante para la región y sus alrededores, se constituye como una alternativa viable dadas las actuales circunstancias del mercado y del departamento del Meta. Elementos temáticos y con todas las herramientas necesarias que permitan el desarrollo desde la innovación serán clave para lograr los objetivos del proyecto en el corto, mediano y largo plazo.

En el presente documento se describe el plan de negocios para la constitución y puesta en marcha de la Granja Temática La Reserva. En el desarrollo de dicho plan, se describe el análisis del entorno, realizado con el fin de identificar factores y variables que puedan amenazar o impulsar el proyecto. Además, se describe el análisis del mercado y la competencia. Y así mismo, se plasma el plan de operación donde se define todo lo relacionado con el

funcionamiento y la operatividad de la granja. Finalmente, se enuncia el plan financiero de la empresa y se mencionan las conclusiones del trabajo realizado por el autor.

1 Justificación

Reiniciar la economía en todos los sectores es el principal desafío de todas las naciones en la actualidad. Recuperar la confianza del cliente y la lealtad de los usuarios implica desafíos significativos en todos los ámbitos y, por ello, impulsar nuevos emprendimientos será crucial. La Orinoquía colombiana se ha caracterizado en gran parte por sus actividades extractivas. Sin embargo, su crecimiento aceptable en cuanto a su economía basada en turismo puede propiciar la expansión y consolidación de estas actividades en todas sus expresiones.

En la actualidad el turismo se ha posicionado como un referente económico, a tal punto que, hace parte de la filosofía de la economía naranja que ha sido la batuta del actual gobierno en cabeza del presidente Iván Duque Márquez, en efecto, los incrementos en los ingresos económicos del sector turismo han presentado cifras positivas a tal punto que se proyectan ingresos por el orden de los \$34,1 billones de pesos, representados en el aumento de turistas tanto residentes como no residentes a las diferentes zonas del país (Ramírez, 2019).

Es importante destacar que Colombia se ha caracterizado por ser un atractivo turístico por excelencia, fundamentado en la riqueza de sus regiones, en el marco de la flora y fauna con la que cuenta en las diferentes regiones, especialmente en el departamento del Meta y en el municipio de Puerto Gaitán, que puede ser aprovechado desde la gastronomía, el senderismo, el avistamiento de animales, los atractivos naturales, ríos, cascadas, entre otras atracciones, esto ha conllevado a que sea un sitio predilecto por los turistas. Existe una progresión marcada desde el año 2015 en turismo y gastronomía en todo el país por cuenta de extranjeros que visitan el país,

haciendo posible un crecimiento del sector del 25% desde 2015 y en aumento año tras año.

Paralelamente, el sector gastronómico inició en el mismo marco temporal un ascenso importante en las estadísticas. (Ramírez, 2019).

En este sentido, se debe aprovechar la flora y fauna que goza el municipio de Puerto Gaitán y desarrollar estrategias innovadoras en prestación de servicios hoteleros y turísticos enfocándose en la satisfacción del turista conforme a las estrategias de crecimiento del turismo, con base en el respeto, desarrollo y sostenibilidad en el uso de los recursos naturales, aprovechando la belleza natural que goza la región de la Orinoquia y propender por el crecimiento económico, social y económico con base en el turismo como nueva alternativa de desarrollo (Orellana & Lalway, 2018).

El crecimiento en el dinamismo económico y desarrollo del país, enmarcados en la globalización y en la tecnificación de las actividades económicas, ha conllevado a que se visualicen nuevas alternativas de generar ingresos sostenibles relacionados con el turismo, por ende, el turismo se acerca como una alternativa viable, segura, y sobre todo comprometida con el desarrollo de las regiones donde se pueden ejecutar actividades turísticas de avistamiento de naturaleza, flora y fauna silvestre, y con alta riqueza natural, con el interés de promover el desarrollo económico de la región tanto departamental como local en el municipio de Puerto Gaitán.

Adelantar estrategias enmarcadas en el turismo son benefactoras para el municipio, comunidad y turistas, dado que, este tipo de actividades aplican a todas las personas y el segmento de mercado es muy amplio, en este sentido el turismo se posiciona como uno de los principales generadores de empleo del país. En 2011, se identificó un incremento importante en el desarrollo sector, impulsando de forma considerable los empleos que de allí se desprenden

(hoteles, restaurantes y demás servicios que se desprenden del turismo) y el potencial que tiene para un sector que recién lo quiere implementar de manera activa. (Brida, et al, 2011).

Conforme a lo anterior y en aras de aplicar los conocimientos relacionados con la gestión turística, adquiridos en la facultad de administración, se planteó el presente proyecto con el propósito de diseñar un plan de negocios que identifique, describa y analice la oportunidad de construir un sitio turístico integral campestre, evaluando la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma, llevando a cabo todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir dicha oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto en el departamento del Meta.

Se plantea que la empresa no solo ofrezca servicios de hospedaje y restaurante, sino también otros servicios integrales donde se vinculen actividades de senderismo, deportes extremos, caminatas, cuidado de animales, entre otras atracciones típicas de la región.

2 Antecedentes

En este apartado, se enuncian algunas investigaciones previas relacionadas con la temática abarcada, en el contexto internacional y nacional.

2.1 Antecedentes en el Contexto Internacional

Ponce, L. (2015), en la ciudad de Guayaquil, Ecuador, adelanta una investigación relacionada con la creación de un hotel de servicios limitados y su respectiva operación en la ciudad de Guayaquil, con el objetivo general de aprovechar la demanda nacional e internacional que ha aumentado durante los últimos años en el Ecuador, relacionada con el turismo, en este sentido, el investigador, desarrolla un estudio de mercado, estudio técnico y viabilidad financiera

de la puesta en marcha del hotel en el corto plazo, al visualizar la rentabilidad se tiene que el retorno a la inversión es en el corto plazo con un horizonte de 2 años, periodo en el cual los inversionistas contarán con ingresos aproximadamente de 2.9 millones de dólares, este estudio es aplicable a la investigación adelantada, dado que, permite contar con un método de trazabilidad de las inversiones y las utilidades en el corto y mediano plazo, determinando parámetros que pueden ser aplicables al proyecto.

Salazar, (2014), adelanta una investigación relacionada con la propuesta de un hotel temático que conduzca a impulsar la cultura y el turismo en Ecuador, especialmente en Guayaquil, el objetivo principal del proyecto se centra en la creación de un hotel con orientación temática, en el cual el cliente experimenta la cultura local por medio de un acercamiento cultural en las instalaciones del hotel, la metodología utilizada en el proyecto es de tipo mixto de enfoque cuantitativo y cualitativo, los principales resultados arrojados por la investigación se centran en que los principales demandantes del servicio son turistas no residentes en Ecuador, puesto que, buscan experiencias innovadoras donde se mezcle la cultura urbana y rural en un solo lugar, de igual manera, se cuenta con un portafolio de servicios en la ciudad que revoluciona el concepto hotelero actual, siendo de gran demanda por su innovación y que promueve un turismo mixto entre tradiciones culturales y el área urbana y rural. La aplicabilidad del proyecto de investigación se centra en las técnicas utilizadas para el marketing, determinación del precio de los servicios, público objetivo, mercados emergentes, entre otros, bajo metodologías replicables al proyecto de Propuesta Complejo Agro-Turístico “Hotel Finca Campestre Villa Suamox”, además, la encuesta de mercadeo contiene ítems que pueden complementarse para con ello utilizarla en la idea de investigación a fin de recolectar datos fiables y en el marco de desarrollo turístico.

Por otra parte, Viviana Sánchez (2016), en su tesis de maestría, diseña un plan de negocios para un complejo turístico en la provincia de Esmeraldas, Ecuador. Dirigido al público en general, donde se facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios, además de actividades recreativas como caminatas por los alrededores de la hacienda, avistamiento de aves, cabalgatas, pesca deportiva, entre otras. Dicho proyecto, sirve como referencia para el diseño de los diferentes servicios a ofrecer en el presente proyecto.

2.2 Antecedentes en el Contexto Nacional

Herrera, (2015), adelanta una investigación para el desarrollo de un hotel en Ubaque, Cundinamarca, la finalidad del proyecto se centra en diseñar un plan de negocio que oriente a la creación de un hotel rural y cultural en el municipio, con un enfoque sostenible, a fin de generar protección a las reservas naturales ubicadas alrededor del hotel. El desarrollo del proyecto permite visualizar que el servicio cuenta con alta demanda, dado que, existe una tendencia a la protección del medio ambiente, generando beneficios integrales para FISTEGA, medio ambiente y para el usuario al suplir las necesidades de cada parte interesada.

Por otra parte, Pico & Rincón, (2012), en su trabajo de grado diseñan un plan de negocios para la creación de un hotel en la Calera, Cundinamarca, el cual se orienta a personas entre 24 y 47 años, principalmente turistas argentinos y estadounidense, que desean disfrutar de un entorno natural cerca de la capital del país. El proyecto se fundamenta básicamente en la ausencia de este tipo de escenarios ecológicos cerca a Bogotá, lo cual limita las posibilidades que ofrece la sábana y sus alrededores. Desde el año 2012, el sector hotelero y de turismo ha presentado cifras de crecimiento lo cual resulta interesante para los intereses de crecimiento del HOTEL OIKONATURA, lo cual genera mayores oportunidades de inversión.

Vásquez & Bernal, (2010), desarrollan un proyecto enfocado en la creación de un hotel Spa-Ecoturístico en La Calera, Cundinamarca, el objetivo de la investigación se centra en el desarrollo de un hotel enfocado en la sostenibilidad ambiental donde el cliente genere una interacción con la naturaleza y que se ubique cerca a Bogotá, dando alternativas campestres a los residentes y no residentes en el país. Las fortalezas encontradas para que el Hotel Nirvana crezca en el mercado se orientan a ausencia de competencia, paisajes únicos y tarifas asequibles, de igual manera, al analizar los estados financieros el proyecto cuenta con un flujo de caja libre del 43,78%, con lo cual se logra evidenciar el alto potencial del turismo sostenible en la región, aumentando el número de interesados en invertir en el sector y reactivar la economía desde escenarios sostenibles.

Guio & Rosas, (2019), se fundamenta en una propuesta tecnológica que permita a los hoteles ofrecer nuevos servicios enfocados en acampar mejorando la prestación del servicio y aumentando el *targeting* empresarial, el proyecto se orienta a innovar el modo de descansar de las personas, pasando de habitaciones en cemento por estructuras en madera, vidrio y plástico, ofreciendo estructuras en forma de domo denominadas *glamping* en el mercado turístico. Este tipo de habitaciones brinda experiencias nuevas e inolvidables y de un alto nivel diferenciador para el segmento, con lo cual se está renovando el servicio de alojamiento en diferentes lugares del país, como principales resultados se resalta que, esta nueva tendencia de *glamping* ha sido aceptada por la mayoría de extranjeros en el país, dado que, permite una mejor interacción con la naturaleza, de igual manera, promueve el cambio turístico generando mayores ingresos al sector con lo cual se aporta al crecimiento de la comunidad dedicada al turismo sostenible.

Rodríguez & González, (2010), adelantan una investigación con la finalidad de ejecutar un plan de negocio para la creación de un hotel temático con sello verde en la Laguna de Tota

Boyacá, el cual pretende ofrecer servicios hoteleros tradicionales, pero con enfoque verde, cuidando el medio ambiente bajo políticas ambientales integrales, el objetivo de la investigación es la de Formular un plan de negocio para la creación de un hotel temático con sello verde en la laguna de Tota Boyacá. Entre los resultados relevantes de la investigación se destaca que, se debe realizar mayores inversiones de marketing digital y tradicional, dado que, la Laguna aún no cuenta con el atractivo turístico que deberá gozar en el mercado, asimismo, impulsar proyectos con sello verde conduce a la mejora de las prácticas en la reutilización de aguas, reciclaje y gestores de energía autosustentable que propenda por minimizar el impacto de la actividad económica y que sea sostenible en el mediano y largo plazo.

3 Objetivos

3.1 Objetivo General

Formular un proyecto turístico de creación empresarial en el municipio de Puerto Gaitán, Meta, denominado Granja Temática La Reserva.

3.2 Objetivos Específicos

- Describir las características del complejo turístico campestre, en Puerto Gaitán y diseñar un plan de mercadeo, con la finalidad de identificar las perspectivas sectoriales, de mercados y competitivas a las que se enfrentará el modelo de negocio propuesto en el municipio de Puerto Gaitán, Meta.
- Diseñar el estudio técnico que permita identificar las necesidades técnicas en infraestructura, propiedad, planta y equipo y localización para el establecimiento de la Granja Temática la Reserva.

- Determinar la viabilidad financiera del proyecto tomando como base el análisis de escenarios económicos a partir de la identificación del esquema de ingresos, costos y gastos del esquema empresarial a desarrollar.

4 Metodología

4.1 Tipo y Enfoque De Investigación

El desarrollo de la investigación es de tipo mixto, es decir, se vincula tanto cualitativo como cuantitativo, dado que, se logra una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno a investigar. Sampieri, Fernández y Baptista, (2014), señalan que, este enfoque cuenta con la ventaja de caracterizar las variables numéricas como constantes, gráficas y análisis estadístico de la información de manera analítica, la cual se complementa con el enfoque cualitativo por medio de la revisión de textos narrativas, símbolos y elementos que son perceptibles a la vista del investigador. Por otro lado, Castañer, Camerino y Anguera, (2014), concluyen que el enfoque mixto permite la exploración con en distintos niveles del problema de estudio.

4.2 Fuentes de Información

Para el desarrollo de la presente investigación, se recurre a fuentes de información tanto primarias como secundarias, las cuales se describen con mayor detalle a continuación.

4.2.1 Fuente de Información Primaria

Este tipo de fuente hace alusión al análisis de campo y de los involucrados en el desarrollo del proyecto. En este caso, se obtuvo información primaria a través de una encuesta realizadas a habitantes de Puerto Gaitán y turistas en la zona.

4.2.2 Fuente de Información Secundaria

Esta información se obtuvo mediante la revisión documental y bibliográfica mediante bases de datos tales como E-libro, ScienceDirect, Virtual Pro, Scielo, Dialnet, Pubmed, Redalyc. Dentro de la bibliografía obtenida se destacó conceptualizaciones, comportamiento y afectaciones del turismo nacional e internacional.

Tabla 1

Actividades para el cumplimiento de los objetivos

Objetivos Específicos	Actividades para cumplir el Objetivo
Desarrollar el plan de mercadeo con la finalidad de identificar las prospectivas sectoriales, de mercados y competitivas a las que se enfrentará el modelo de negocio propuesto en el municipio de Puerto Gaitán. Meta.	Actividad 1: Determinar las estrategias online y offline, ejecutables una vez el hotel inicie actividades. Actividad 2: Identificar los segmentos de mercado Granja Temática la Reserva Actividad 3: Ejecutar actividades de estudio de mercadeo.
Proponer el portafolio de productos y servicios a ofertar por la Granja Temática la Reserva, evidenciando su factor diferenciador con la competencia. Análisis de las estrategias de mercado (Plan de mercadeo, parte II)	Actividad 1: Realizar un diagnóstico del portafolio de productos ofertados por la competencia. Actividad 2: Diseñar el portafolio de productos y servicios Granja Temática la Reserva Actividad 3: Establecer los mecanismos de publicidad empresarial

Continuación tabla 1

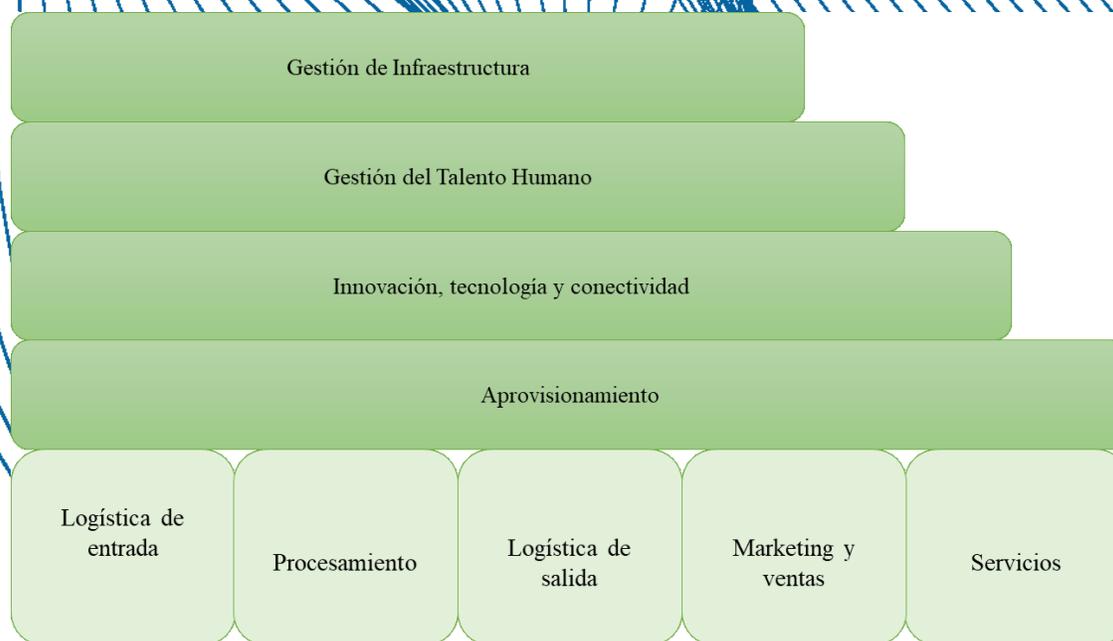
<p>Diseñar el estudio técnico que permita identificar las necesidades técnicas en infraestructura, propiedad, planta y equipo y localización para el establecimiento de la Granja Temática la Reserva.</p>	<p>Actividad 1: Determinar las necesidades empresariales de recursos Actividad 2: Determinar el presupuesto necesario de las necesidades empresariales. Actividad 3: Determinar la capacidad de la infraestructura operacional</p>
<p>Determinar la viabilidad financiera del proyecto tomando como base el análisis de escenarios económicos a partir de la identificación del esquema de ingresos, costos y gastos del esquema empresarial a desarrollar.</p>	<p>Actividad 1: Determinar los costos asociados para la puesta en marcha del proyecto, desde los recursos tecnológicos, físicos, infraestructura, mano de obra entre otros. Actividad 2: Proponer los indicadores financieros como VPN, TIR y B/C, que permita determinar la viabilidad del proyecto.</p>

5 Descripción del negocio

La descripción del negocio como se ha abordado previamente se relaciona con la prestación de servicios turísticos en el municipio de Puerto Gaitán, Meta, por medio de la gestión de la Granja Temática la Reserva que contribuya con el desarrollo económico de la región de la Orinoquia, en la siguiente figura se presenta la cadena de valor a utilizar por la organización para generar valor y desarrollo a nivel regional.

Figura 1

Cadena de valor Granja Temática la Reserva



5.1 Idea de Negocio

La idea de negocio se fundamenta en la creación de un negocio turístico en el municipio de Puerto Gaitán, Meta, denominada Granja Temática la Reserva, en el cual se espera prestar servicios de hospedaje, zonas húmedas, senderismo, muro de escalada, granja de animales, paseo a caballo y desarrollar actividades propias de la cultura llanera, tal como se presentan a continuación.

5.1.1 Servicio de Hospedaje

Granja Temática la Reserva, ofertará servicios de alojamiento en acomodación sencilla, doble, familiar y de turismo, cada segmento contará con accesos a unidades habitacionales, asimismo, se destinarán fogones, cocinas, entre otros servicios propios de un servicio de calidad.

5.1.2 Zonas Húmedas

Granja Temática la Reserva contará con zonas húmedas como parque de aguas, se tendrá un acceso a agua natural como cañadas, en los cuales los turistas pueden acceder a este tipo de servicios bajo el contrato de hospedaje en la granja.

5.1.3 Senderismo

Se contará con instructor de senderismo no competitivo en el cual se desarrollan caminatas por un camino previamente delineado por la Granja Temática la Reserva, con la finalidad de ofrecer un espacio para compartir con la naturaleza y avistar animales propios de la región.

5.1.4 Muro de Escalada

Se dispondrá una zona amplia a cielo abierto y una parte bajo techo para realizar escalada artificial en muros de concreto con apoya pies, que les permita a los usuarios contar con actividades de esparcimiento diversas en Granja Temática la Reserva.

5.1.5 Granja de Animales

Granja Temática la Reserva, contará con una serie de animales como ovejas, vacas, caballos, ponys, avestruces, conejos, gallinas de diferentes especies, pascos, perros, gatos, entre otras especies que pueden ser adoptadas por un día por los usuarios quienes se encargaran de su alimentación, limpieza y buen trato, esto con la finalidad de crear un lazo de cuidado entre los humanos y los animales.

5.1.6 Paseo a Caballo Ecológica

Granja Temática la Reserva, se contarán con establos de caballos que permiten a los usuarios dar un paseo a caballo en senderos previamente delimitados.

5.1.7 Actividades Llaneras

Granja Temática la Reserva, dispondrá de actividades 100% llaneras que serán guiadas por personal de la región a fin de dar a conocer en mayor medida la cultura del llano a todos los visitantes, dentro de estas actividades se encuentran:

- Amarre de ganado
- Coleo
- Talanqueras
- Molinillos
- Concurso de nudos
- Traslado de ganado

5.2 Recursos Requeridos

Los recursos requeridos para el desarrollo de la actividad son los siguientes.

5.2.1 Capital Humano

- Administrador turístico y hotelero
- Administrador de empresas
- Veterinario y zootecnista
- Personal operativo, técnicos o tecnólogos en servicios turístico
- Auxiliares administrativos, técnicos o tecnológicos, en áreas administrativas

5.2.2 Recursos Físicos

- Equipos de cómputo
- Infraestructura e instalaciones físicas

- Equipos de cabalgata
- Equipos de senderismo
- Equipos de audio y video
- Equipos GPS
- Equipos de rescate
- Zonas de estar
- Zonas húmedas

Los anteriores requerimientos son requeridos para la puesta en marcha de Granja Temática la Reserva, a medida que avance el proyecto se irán vinculando mayores recursos físicos tecnológicos y humanos.

6 Análisis del mercado y la competencia

En la creación empresarial es importante establecer un macro y microanálisis del entorno empresarial, esto permite conocer la situación actual de la empresa en el mercado y con ello tomar las decisiones pertinentes para mejorar la visualización empresarial y así minimizar cualquier riesgo de fracaso, dado que, se conoce la competencia, mercado, oportunidades y amenazas que ofrece el sector en el cual se desenvuelve la empresa.

6.1 Plan de Ventas y Marketing

El desarrollo del plan de ventas y marketing es imprescindible para que la empresa pueda mejorar la visualización en el mercado y permite reconocer su *target* empresarial de manera puntual para enfocar esfuerzos relacionados con las estrategias de marketing y mejorar el crecimiento en las ventas y en una mejor difusión del portafolio de servicios.

6.1.1 *Análisis del Sector*

A continuación, se presenten las cifras del sector, tanto a nivel nacional como local del departamento del Meta, lo cual brinda un acercamiento a la posible demanda del sector turismo en la región y con ello tomar las decisiones acertadas en materia de crecimiento y desarrollo.

6.1.1.1. Sector nacional. Las cifras del turismo nacional se alinean con las tendencias mundiales, es así como a 2018 se registraron 4.2 millones de visitas al país, de los cuales 3.10 millones corresponden a extranjeros no residente que visitan el país, 790 mil corresponden a colombianos residentes en el exterior y 380 mil turistas corresponden a cruceros internacionales, cifra que aumentó en 10,4% frente a 2017 (Mincomercio, 2019). El sector del turismo representa un 2% del PIB nacional cifra que aporta más que otros sectores tradicionales en el país, por otro lado, se estima que el consumo per cápita por turista es de US\$1450 dólares, lo que significa un 50% más de lo que invierten los turistas por ejemplo en Francia US\$600, o España donde el consumo per cápita de US\$800 dólares, lo que significa que el país atraviesa por un buen momento con relación al turismo (Clavijo, 2019).

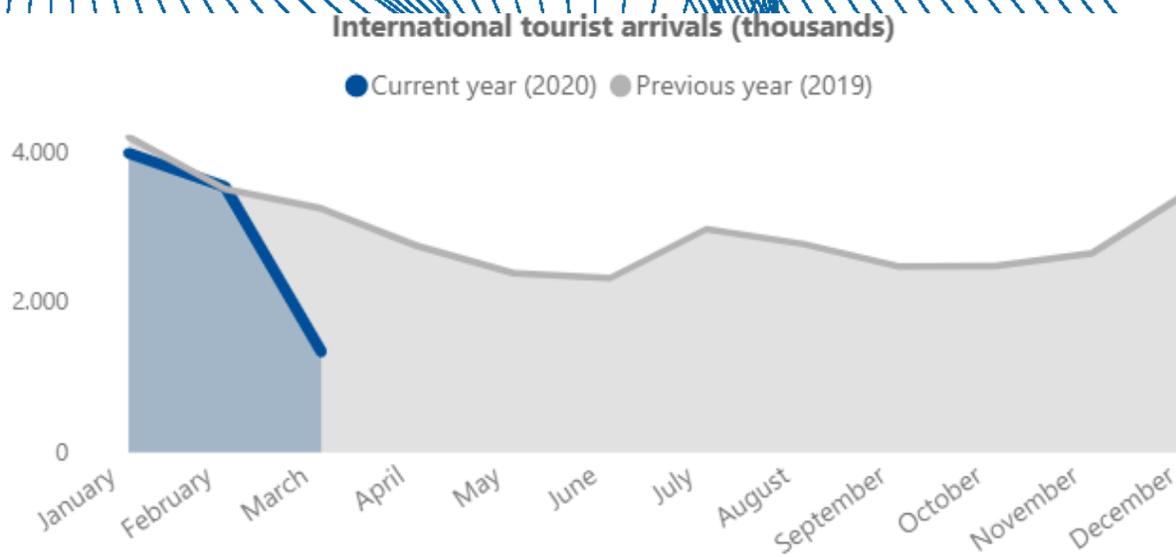
6.1.1.2 Sector regional. Se estima que al departamento del Meta ingresaron 3778 extranjeros no residentes significando un aumento del 1% con relación al año 2017, asimismo, se estima que 4263 personas visitaron los parques nacionales naturales en el departamento evidenciando una reducción del 19% con relación al año 2017, de la misma manera, la ocupación hotelera paso del 43,87% en 2017 al 41,56% a 2018, evidenciando una reducción del 3%, las anteriores cifras evidencian que la demanda el turismo en el departamento es positiva, aunque se evidencian retrasos significativos las tendencias son positivas en el interés de incursionar con un modelos de negocio de Finca Campestre en el municipio de puerto Gaitán (Centro de Información de Turística, 2019).

6.1.2 *Análisis del Mercado*

6.1.2.1 Mercado potencial. El mercado potencial como se ha abordado previamente puede ser cualquier persona residente o no residente en el país, en efecto, para el mercado potencial. Por lo que, se asocia con las proyecciones a nivel global de turismo. Si bien, las proyecciones de ingresos anuales del sector turismo tienen fundamentos técnicos y administrativos dado su crecimiento en los últimos 3 años, la realidad mundial en el 2020 cambió de manera radical, debido a la pandemia que se vive actualmente a causa del Covid-19, que no estaba en los pronósticos de ningún economista, político científico, lo cual ha traído repercusiones negativas a todos los sectores económicos, y el hotelero no ha sido la excepción.

Las proyecciones del turismo estaban por el orden de 4000 millones de viajeros en Latinoamérica, si se compara el periodo inmediatamente anterior de marzo de 2019 con marzo de 2020, se evidencia que el afluente de turistas a nivel Suramérica ha disminuido en 65,8%, evidenciando un amplio retroceso en el turismo, afectando fuertemente al país (Organización Mundial del Turismo, 2020). En la siguiente figura se evidencia el comportamiento de 2019 y actual a corte de marzo de 2020.

Figura 2
Datos mundiales de turismo



Nota. Tomado de la Organización Mundial del Turismo, (2020)

En efecto, es importante realizar un monitoreo al comportamiento del turismo una vez se regule el flujo de turistas a la espera de las medidas que puedan tomar los organismos internacionales y los países para la reactivación del turismo.

6.1.2.2. Segmentación de mercado. En la siguiente tabla se presenta la caracterización del mercado, conforme a las variables de la segmentación geográfica, demográfica, psicográfica y conductual, a fin de conocer el *target* de la empresa.

Tabla 2

Perfil de segmentación del cliente

Demográficos	
Edad	La segmentación de los clientes se toma como base la población activa laboralmente desde los 18 años y sin tope de edad.
Género	Las políticas de inclusión de aplicada por Granja Temática La Reserva, conduce a que se considere el género como indiferente, aplicable a hombre y mujeres, sin importar las inclinaciones sexuales.
Nivel de ingresos	Se establecerá como objetivo los estratos 2 al 6, los cuales según cifras del Departamento Nacional de Planeación (2010), representan aproximadamente el 51% de la población total en Colombia.
Nivel de estudios	El nivel de estudios es indiferente, puesto que, el acceso a planes vacacionales y los servicios de consumo en Granja Temática La Reserva, suele ser influenciadas en mayor medida por aspectos personales que académicos, asimismo, se eliminan barreras de exclusión de la población.
Ocupación	Es indiferente para las intenciones de crecimiento de Granja Temática La Reserva, dado que, las ocupaciones no interfieren en la prestación del servicio, lo importante es que cuenten con los recursos económicos para acceder al servicio.
Geográficos	
Ubicación	Los clientes potenciales de Granja Temática La Reserva, pueden estar en cualquier parte del mundo, dado que, los usuarios pueden ser residentes o no residentes en el país y pueden arribar al departamento del Meta y al municipio de Puerto Gaitán
País	Colombia y otros
Ciudad	Indiferente
Localidad	Todos
Barrio	Todos

Continuación tabla 2.

Psicográficos	
Actitudes	Personas arriesgadas en adquirir productos hoteleros y de travesías en un entorno nuevo, asimismo, se pueden incluir personas interesadas en la conservación del medio ambiente al prestar servicios comprometidos con la sustentabilidad empresarial.
Motivaciones	Personas viajeras que les guste acumular experiencias y conocimiento de nuevas regiones en el país y deseen nuevas experiencias en el entorno ambiental y que deseen conocer la cultura llanera principalmente.
Preferencias del consumidor	Personas interesadas en pasar momentos agradables lejos de la ciudad en un entorno de naturaleza en compañía de familiares y amigos, donde puedan adquirir nuevas experiencias relacionadas con la cultura del llano y con ello propiciar mejorar en su conocimiento de esta cultura y del sector regional.
Comportamiento de Compra	
Tipo de consumidor	Se espera que el consumidor sea mixto, es decir tanto influenciador como consumidor y comprador.
Frecuencia de compra	Frecuencia de compra mensual a fin de generar un alto flujo de clientes.
Lugares de compra	Publicidad tradicional y digital, compra de los servicios directamente en las instalaciones físicas de la Granja Temática La Reserva.
Influencia de las variables de marketing	Receptivo a las campañas de mercadeo del producto
Fidelidad a marcas	Conforme a la prestación del servicio generar fidelización e identidad de marca con los clientes a fin de evitar que opten por otros servicios complementarios y con ello aumentar la recurrencia de los usuarios en Granja Temática La Reserva.
Psicología económica	Concertar la idea del beneficio costo, impulsando ideas de mejora en la conectividad y turismo sostenible en la región del departamento del Meta.

6.1.2.3 Mercado objetivo. Como se ha estimado la afluencia de turistas en el país es por el orden de los 4.2 millones de turistas, de los cuales se estima que, a la región del Meta, arriban aproximadamente 8.000 turistas (cifra no oficial), lo que permite concluir que el mercado que se espera atender es de por lo menos el 20% a lo largo del año, es decir, 1600 turistas, lo cual se convierte en el mercado real que se espera atender en Granja Temática La Reserva.

6.1.3 Análisis de la Competencia

En el presente capítulo se realiza un análisis e identificación de la competencia existente para Granja Temática La Reserva, donde se estipulan las tarifas de servicios, en la siguiente tabla se presenta el análisis de la competencia.

Tabla 3

Análisis de competencia y tarifas de la competencia

Nombre de la empresa	Tarifas por noche con acceso ilimitado	Fortalezas
Hotel campestre San Manuel	\$ 180.000	Zona campestre y cerca al perímetro urbano de Puerto Gaitán, amplia capacidad de alojamiento de personas, aire acondicionado, zonas húmedas, cuenta con tour turístico, avistamiento de toninas de colores rosados, ríos, caminatas ecológicas con mirador al Peñón (Despegar.com, 2019)
Guarataro Cabañas	\$ 120.000	Zonas húmedas, alojamiento, cuenta con senderismo ecológico, capacidad de alojamiento de 120 personas en capacidad máxima, zona de camping, parqueadero, wifi, salón de eventos sociales (Vive Colombia Travel, 2017)

Continuación tabla 3.

<p>Hotel Iguanas de los Llanos</p>	<p>\$ 161.200</p>	<p>El Hotel Iguanas De Los Llanos, cuenta con infraestructura adecuada a las necesidades, parqueadero, piscina climatizada, ascensor, aire acondicionado en las habitaciones, salón de eventos, entre otras tendencias propicias para el servicio hotelero (Triapvisor, 2019).</p>
------------------------------------	-------------------	--

Como se evidencia en la tabla 3, en la actualidad existen 3 hoteles de tipo campestre que tienen operaciones en Puerto Gaitán y son reconocidos por las entidades competentes tanto nacionales como regionales para operar turísticamente, en este orden de ideas cada uno cuenta con fortalezas que Granja Temática La Reserva debe adoptar para ser más competitivo utilizando herramientas como el Benchmarking, buscando mejor posicionamiento en la región y a nivel nacional.

6.1.4 Estrategias de Mercado

Las estrategias de mercado están orientadas a posicionar los productos y servicios ofertados por Granja Temática La Reserva, esto con la finalidad de dar a conocer a los clientes sobre las diferentes alternativas que encontrarán en el hotel, de igual manera, se organizan por líneas comerciales lo que permite orientar al usuario de manera organizada por familia de productos los diferentes atractivos de Granja Temática La Reserva

6.1.4.1 Análisis de los servicios. Los servicios que serán ofrecidos por Granja Temática

La Reserva se han distribuido en 4 grandes líneas comerciales, las cuales permiten hacer una mejor divulgación de estos en el mercado y que sean reconocidas por el cliente de mejor manera, a fin de lograr un posicionamiento en el sector operacional y una percepción de calidad por parte del consumidor, en la siguiente tabla, se realiza el análisis de servicios.

Tabla 4

Análisis de servicios

Línea comercial de servicios	Definición del producto	Características del producto	Uso del producto
Actividad comercial (Bebidas - Refrescos)	La actividad comercial de bebidas se centra en la distribución de bebidas con alcohol y sin alcohol, para satisfacer las necesidades de calmar la sed y compartir un momento agradable con los seres queridos.	Son productos que son provistos por empresas de orden nacional como Postobón, Coca-Cola y Bavaria. Las cuales se servirán frías para una mejor calidad en la experiencia del cliente. Las presentaciones serán de 230ml, 330ml, 1.5 litros y 3 litros esto en cuando a gaseosas, en cervezas se venderán presentación de 355ml y 330ml respectivamente.	El uso del producto se destina para el acompañamiento de alimentos, calmar la sed y compartir momentos agradables con los seres queridos.
Actividad Industrial (Comida - restaurante)	La actividad industrial se centra en hamburguesa y sandwich de cordero como opciones de alimentación en el restaurante del hotel.	La hamburguesa contará con diferentes sub-líneas donde la diferencia radica en el acompañamiento de snacks con valor adicional (papa, yuca, papa criolla) y el peso de la porción de carne (150gr, 250 gr y 400gr) y será la elección del cliente elegir el tamaño y snacks para el acompañamiento.	Calmar el hambre de las personas que se alojan en el hotel.

Continuación tabla 4.

<p>Actividad Industrial (Comida - restaurante)</p>		<p>Con relación al sandwich de cordero existirá un único ingrediente que cambia y tiene que ver con el tamaño de la porción de proteína, dado que, se contara con presentaciones de 200gr y 400gr respectivamente.</p>	
<p>Actividad de Servicios (Alojamiento)</p>	<p>Se disponen de servicios de alojamiento individual, pareja, familiar y grupal, se disponen de diferentes configuraciones propias de las necesidades de los clientes.</p>	<p>Se contará con servicio de alojamiento según las necesidades del cliente, se determinan habitaciones con baño privado, aire acondicionado, agua caliente y fría, servicios de zonas húmedas entre otras actividades que generen valor en la prestación del servicio</p>	<p>Proveer infraestructura destinada al descanso, esparcimiento y confort de las personas en cuanto descanso, relajación, hidratación y deporte.</p>
<p>Actividad de Servicios (Entretenimiento)</p>	<p>Se disponen de actividades propias del llano como paseo a caballo y actividades de granja y temáticas 100% llaneras</p>	<p>Las personas tendrán acceso a paseo a caballo, muestras gastronómicas llaneras, actividades de granja alineadas a la cultura llanera y demás tareas propias del campo llanero</p>	<p>Establecer actividades de esparcimiento y recreación autóctonas del llano, que propicien una actividad diferente y que generen lazos de fidelización entre el usuario y el hotel.</p>

6.1.4.2 Análisis de precio. El análisis de precio se da con base a la competencia existente en la actualidad, para ello se realiza un promedio ponderado de los precios que ofrece la competencia del mismo nivel, esto conduce a minimizar costos en investigaciones de mercado que las demás empresas ya lo han hecho y con base en ello han estipulado los precios. Es efecto, Granja Temática La Reserva, optará por fijación de precios basados en la competencia donde se toman precios de referencia para fijar el propio, asimismo, se tiene en cuenta las políticas de crecimiento y rendimiento que espera obtener la organización, en la siguiente tabla, se presenta el análisis de precio realizado.

Tabla 5

Análisis de precio

Líneas comerciales	Sub línea comercial	CU - VU	PV	MC. REAL
Actividad comercial.	Lin 1. Cerveza	\$ 1.833	\$ 3.666	\$ 1.833
Bebidas - refrescos	Lin 2. Gaseosa	\$ 1.253	\$ 2.506	\$ 1.253
	Lin 3. Jugo Hit	\$ 1.667	\$ 3.334	\$ 1.667
	Lin 4. Hamburguesa	\$ 5.973	\$ 10.860	\$ 4.887
Actividad industrial. Comida - restaurante	Lin 5. sándwich de cordero	\$ 5.668	\$ 10.305	\$ 4.637
Actividad de servicios. Alojamiento	Lin 6. Alojamiento	N/A	\$ 153.733	\$ 153.733
Actividad de servicios.	Lin 7. Paseo a caballo	N/A	\$ 36.500	\$ 36.500
Entretenimiento	Lin 8. Actividades de granja	N/A	\$ 29.000	\$ 29.000

6.1.4.3 Análisis de la plaza – canales de distribución: Para el posicionamiento de la empresa en el mercado a nivel regional, departamental y nacional, es necesario establecer una serie de estrategias de plaza para llegar al cliente y con ello aumentar el impacto en el mercado y lograr fidelización del usuario, en este sentido, las estrategias propuestas son las siguientes.

- Participar en el *Meetings Cartagena de Indias*, es una feria de negocios nacional en el cual se puede hacer una divulgación de los productos y servicios ofrecidos por Granja Temática La Reserva, así como generar alianzas de negocios estratégicos para mejorar la visualización de la empresa en el contexto nacional.
- Participar en la Vitrina Turística ANATO en Bogotá: permite visualizar al municipio de Puerto Gaitán y el departamento del Meta, como epicentro de turismo en la región de los llanos orientales.
- Feria de las Colonias en Bogotá: generar mayor visualización en la capital del país, establecer alianzas comerciales con empresarios del orden nacional e internacional para mejorar la calidad en los servicios y servir de vitrina turística de Granja Temática La Reserva.

Adicional a las ferias nacionales en las cuales se participará de manera activa según calendario organizado por las diferentes agremiaciones nacionales y en las cuales se busca mayor visualización, Granja Temática la Reserva, adelantará las siguientes estrategias de plaza para complementar el posicionamiento empresarial

- Incursionar en plataformas virtuales de búsqueda como Trivago, hotel en línea y otras maneras de ser visualizado de mejor manera por los usuarios.

- Implementar actividades de *Mobile marketing*, a fin de impulsar el desarrollo estratégico web de la empresa, con ello los clientes reconocen los productos y servicios ofertados por la empresa.
- Implementar estrategias de SEO y SEM de posicionamiento web
- Desarrollar estrategias de email marketing, conforme a la recolección de información de los clientes reales y potenciales de la organización.
- Desarrollar políticas de marketing web digital y marketing tradicional

6.1.4.4 Análisis de la promoción – estrategia de comunicación. Como se presenta en la tabla 6, las estrategias de comunicación se enfocan en cuatro grandes rubros siendo publicidad en el cual se espera mejorar el posicionamiento web, pautas en medios escritos, vallas publicitarias, volanteo y perifoneo en el contexto local, de igual manera, se adelantan procesos de relaciones públicas y de eventos corporativos en los cuales se participará como patrocinador, gestión de mercadeo entre otras actividades inherentes a esta parte del negocio. Finalmente, se designa un rubro presupuestal con el cual se espera atender requerimientos o imprevistos que se pueden presentar y en los cuales la empresa debe contar con un respaldo de tipo económico.

Tabla 6

Estrategia de comunicación

Marketing estratégico	Estrategia	Cantidad al año - frecuencia (meses)	Vr. unitario	Vr. total año 1	Vr. total año 2	Vr. total año 3	Vr. total año 4	Vr. total año 5
Publicidad	Página WEB	1	\$400.00	\$400.000	\$430.000	\$462.250	\$496.918	\$534.187
	Pauta medio escrito	12	\$50.000	\$600.000	\$645.000	\$693.375	\$745.378	\$801.281
	Vallas y avisos publicitarios	1	\$500.000	\$500.000	\$537.500	\$577.812	\$621.148	\$667.734
Relaciones públicas	Eventos empresariales	4	\$500.000	\$2.000.000	\$2.150.000	\$2.311.250	\$2.484.593	\$2.670.938
Provisión para gastos de ventas	Gastos adicionales	12	\$300.000	\$3.600.000	\$3.870.000	\$4.160.250	\$4.472.268	\$4.807.688
Total consolidado				\$7.100.000	\$7.613.330	\$8.163.773	\$8.754.014	\$9.386.929
Promedio mensual				\$591.666				

6.1.4.5 Proyecciones estimadas de ventas. Las proyecciones estimadas para las líneas de servicios se realizan mensualmente y se determina el valor anual de los ingresos, esto permite establecer los posibles ingresos operacionales que generará Granja Temática La Reserva, tal como se presenta a continuación.

Tabla 7

Proyección de ventas de línea de bebidas y refrescos

Años	Período	Cantidad mensual prevista	Ingreso total	
Año 1	-	79	\$ 3.169	
	Enero	Periodo De Implementación de la Actividad		
	Febrero			
	Marzo			
	Abril		105	\$ 332.476
	Mayo		105	\$ 332.476
	Junio		105	\$ 332.476

Continuación tabla 7

Año 1	Julio	105	\$ 332.476
	Agosto	105	\$ 332.476
	Septiembre	105	\$ 332.476
	Octubre	105	\$ 332.476
	Noviembre	105	\$ 332.476
	Diciembre	105	\$ 332.476
	Total al año	944	\$ 2.992.285

Conforme a la proyección del área de bebidas y refrescos se esperan obtener ventas anuales por el orden de los \$2.992.285 derivados de la comercialización de 944 unidades de estos productos.

Tabla 8

Proyección de ventas de línea de comidas

Proyección comercial. Línea 2 Comida				
Años	Periodo	Cantidad mensual prevista	Ingreso total	
		78,6947	\$ 10.583	
Año 1	Enero	Periodo De Implementación de La Actividad		
	Febrero			
	Marzo			
	Abril		105	\$ 1.110.405
	Mayo		105	\$ 1.110.405
	Junio		105	\$ 1.110.405
	Julio		105	\$ 1.110.405
	Agosto		105	\$ 1.110.405
	Septiembre		105	\$ 1.110.405
	Octubre		105	\$ 1.110.405
	Noviembre		105	\$ 1.110.405
	Diciembre		105	\$ 1.110.405
Total al año		944	\$ 9.993.648	

Conforme a la proyección del área de comidas y de alimentación se esperan obtener ventas anuales por el orden de los \$9.994.648 derivados de la comercialización de 944 unidades

de estos productos, siendo estándar las proyecciones de ventas anuales, sin descartar que pueden ser variables desentendiendo de la demanda de este tipo de productos y de la época del año.

Tabla 9

Proyección de ventas de línea de alojamiento

Proyección comercial. Línea 3 Alojamiento					
Años	Periodo	Cantidad mensual prevista	Ingreso total		
	-	78,6947	\$ 153.733		
Año 1	Enero	Periodo De Implementación De La Actividad			
	Febrero				
	Marzo				
	Abril			105	\$ 16.130.655
	Mayo			105	\$ 16.130.655
	Junio			105	\$ 16.130.655
	Julio			105	\$ 16.130.655
	Agosto			105	\$ 16.130.655
	Septiembre			105	\$ 16.130.655
	Octubre			105	\$ 16.130.655
	Noviembre			105	\$ 16.130.655
	Diciembre			105	\$ 16.130.655
Total al año		944	\$ 145.175.894		

Conforme a la proyección del área de alojamiento se esperan obtener ventas anuales por el orden de los \$145.175.894 derivados de la comercialización de 944 unidades de estos productos a lo largo del año.

Tabla 10

Proyección de ventas de línea de entretenimiento

Proyección comercial. Línea 4 Entretenimiento					
Años	Periodo	Cantidad Mensual Prevista	Ingreso Total		
	-	78,6947	\$ 32.750		
Año 1	Enero	Periodo De Implementación de la Actividad			
	Febrero				
	Marzo				
	Abril			105	\$ 3.436.333
	Mayo			105	\$ 3.436.333

Continuación tabla 10.

	Junio	105	\$ 3.436.333
	Julio	105	\$ 3.436.333
	Agosto	105	\$ 3.436.333
Año 1	Septiembre	105	\$ 3.436.333
	Octubre	105	\$ 3.436.333
	Noviembre	105	\$ 3.436.333
	Diciembre	105	\$ 3.436.333
	Total al año	944	\$ 30.926.998

Conforme a la proyección del área de entretenimiento se esperan obtener ventas anuales por el orden de los \$30.926.998 derivados de la comercialización de 944 unidades de estos productos a lo largo del año.

Por tal motivo, los ingresos anuales que espera adquirir Granja Temática La Reserva corresponden a \$189.088.825, por concepto de la comercialización y venta de los productos que se han vinculado en el portafolio de productos y servicios.

7 Plan de operación

El desarrollo del presente capítulo tiene la finalidad de determinar el plan de operaciones en Granja Temática La Reserva, el cual se orienta en brindar actividades turísticas y hoteleras arraigadas a la cultura llanera como eje diferenciador de las demás ofertas en el mercado, tal como se desarrolla a continuación.

7.1 Ficha Técnica de los Servicios

La ficha técnica de los servicios se detalla en la siguiente tabla, los cuales se agrupan por línea de servicios y se estipulan las actividades ofrecidas, perfil del empleado, perfil del cliente y su descripción del proceso.

Tabla 11

Ficha técnica de los servicios

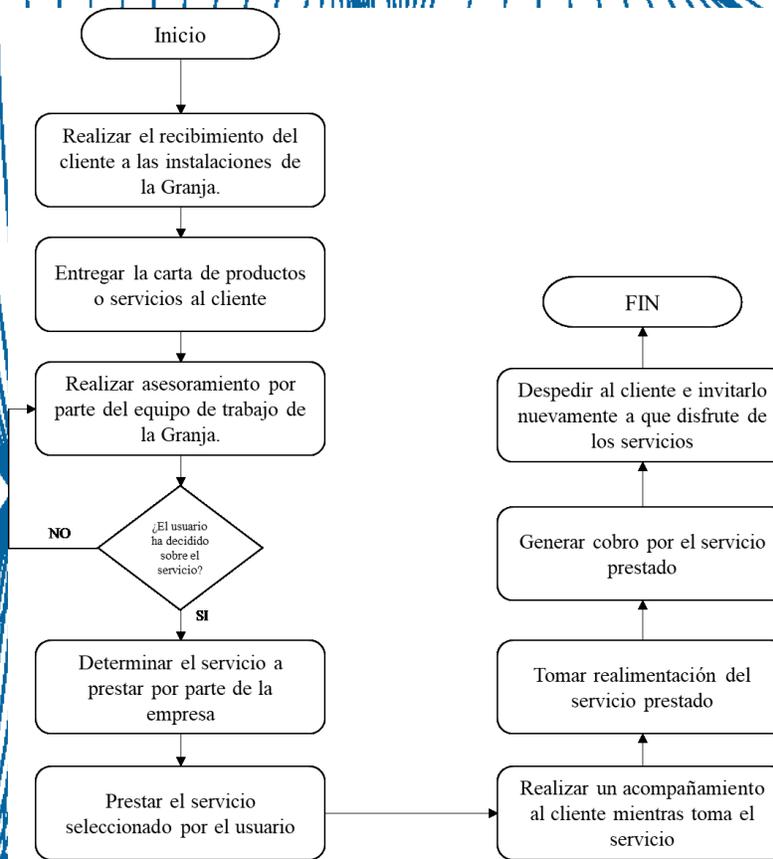
Línea de servicio	Actividades ofrecidas	Perfil del empleado	Perfil del cliente	Descripción del proceso
Bebidas y refrescos	Entrega oportuna de las bebidas gaseosas y con alcohol, asimismo, se contará con jugos naturales y otro tipo de bebidas propias de un servicio de calidad	Conocedor de bebidas, preparación en <i>Bartender</i> , atención al cliente, preparación de cocteles, servicio a la mesa.		
Comida	Entrega oportuna de los alimentos ofrecidos en la carta de productos, con calidad, inocuidad y cumpliendo los requerimientos de la empresa, del cliente, normativos y reglamentarios	Profesión Chef, que conozca de la preparación de comida típica llanera, así como otros platos complementarios como hamburguesas y sándwich, entre otras variedades de platillos.	La segmentación de los clientes se toma como base la población activa laboralmente desde los 18 años y sin tope de edad, hombres y mujeres que deseen adquirir mayores conocimientos sobre la cultura llanera y que desean pasar un momento agradable, descansar y acompañado de la familia.	La prestación de los servicios inicia desde la toma de la orden del usuario, remitir la solicitud a la dependencia encargada, preparación del insumo, bien o servicio y posteriormente se entrega al cliente, el cual dará una realimentación y genera un pago de dicha atención y allí culmina todo el proceso de prestación del servicio.
Alojamiento	Prestar servicios de alojamiento, zonas húmedas, entretenimiento y diversión	Personal con alto sentido de pertenencia, atención al cliente y contar con estudios técnicos o superiores en administración turística y hotelera		
Entretenimiento	Prestar servicios relacionados con la cultura llanera, siendo el eje de entretenimiento de la Granja Temática La Granja, de la misma manera seguir orientaciones asociadas a actividades de cuidado de animales, paseos a caballo entre otras actividades	Personal con alto conocimiento de la cultura llanera, dominio de animales y todas las actividades relacionadas con el llano		

7.1.1 Diagrama de Flujo del Proceso

En la siguiente figura se presenta el diagrama de flujo del proceso de prestación de los diferentes servicios ofrecidos por Granja Temática La Reserva.

Figura 1

Diagrama de proceso de prestación de los servicios



7.2 Estudio de Localización

Para el desarrollo del proyecto es importante determinar la micro y macro localización para con ello determinar la ubicación de las instalaciones de Granja Temática La Reserva y con ello mejorar las estrategias de posicionamiento y divulgación de los productos y servicios ofertados.

7.2.1 Macro Localización

El proyecto se ubicará en el departamento del Meta exactamente en el municipio de Puerto Gaitán, dado que, esta zona cuenta con diversos atractivos turísticos naturales que son el fuerte para la Granja Temática La Reserva y puede apalancarse en ellos para atraer a un mayor número de turistas en el mediano y largo plazo, en la siguiente figura se presenta la macro localización.

Figura 2

Macro Localización del proyecto



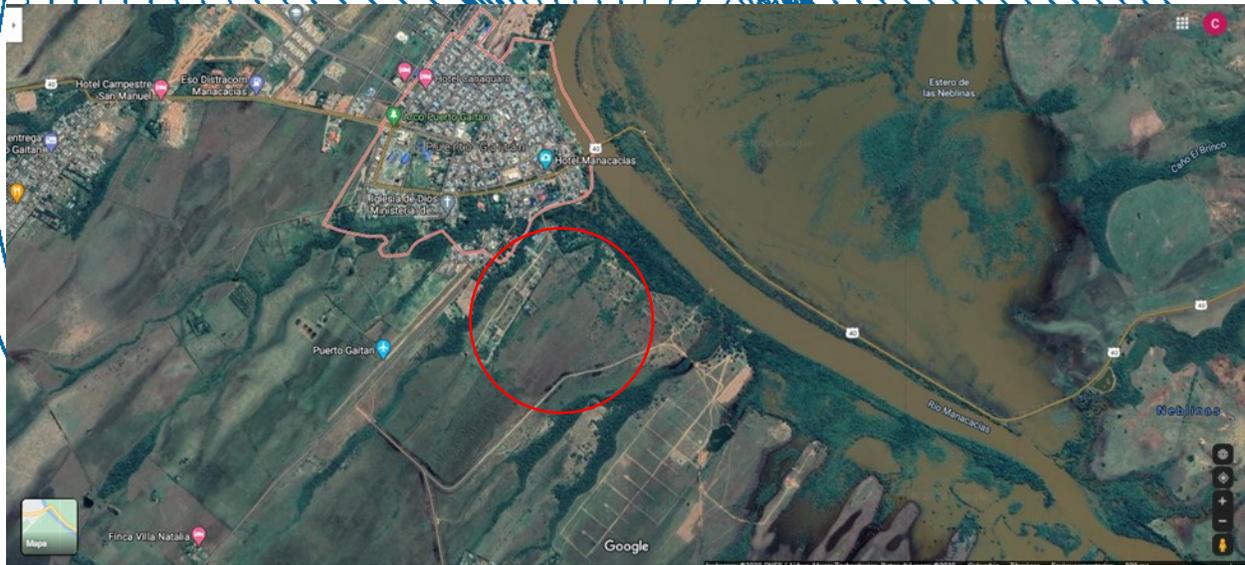
Nota. Tomado de Google Maps, (2020)

7.2.2 Micro Localización

Para el proceso de micro localización se deben tener en cuenta factores como vías de acceso, acceso a servicios públicos, contar con amplias zonas verdes, conectividad satelital a redes de internet y televisión, a fin de poder ejecutar todas las actividades inherentes y diferenciadoras de Granja Temática la Granja. En la siguiente figura se presenta la micro localización de las instalaciones de la granja.

Figura 3

Micro Localización del proyecto



Nota. Tomado de Google Maps, (2020)

Conforme se señala en el círculo rojo esa será la ubicación de la Granja, tal como se evidencia tiene acceso por rutas que actualmente está en un estado rizado, de igual manera, cuenta con acceso por el río Manacasias para el desarrollo de actividades acuáticas, y está cerca del casco urbano del municipio de Puerto Gaitán, siendo este un plus diferenciador dado que, las personas tendrán acceso a la Granja Temática La Reserva, mejorando la conectividad para la compra de insumos requeridos para el funcionamiento de la organización.

7.3 Requerimientos Técnicos

Para el correcto funcionamiento de la Granja Temática La Reserva es necesario contar con mano de obra, infraestructura entre otros requerimientos los cuales se presentan a continuación.

7.3.1 Planta Operativa

Como se presenta en la siguiente tabla, la empresa requiere de mano de obra calificada y no calificada para el ejercicio de la labor, asimismo, la demanda de personal se da por niveles estratégicos, tácticos y operativos, niveles entre los cuales se dividen las actividades tanto productivas como administrativas requeridas para una correcta prestación del servicio, en el cual se dicta el tipo de contrato y el pago mensual el cual ya tiene ajustado las obligaciones parafiscales del empleador y con ello evitar sanciones de tipo económico y legal por omitir pagos que se contemplan en el código sustantivo del trabajo y demás leyes asociadas.

Tabla 12

Planta operativa

Nomina	Tip. Contrato	Total/mes
Gerente	Indefinido	\$ 2.455.008
Administrador turístico	Indefinido	\$ 1.401.081
Operarios animales	Fijo	\$ 1.401.081
Recepcionista – camarera	Fijo	\$ 1.401.081
Camarería – lavandería	Fijo	\$ 1.401.081
Mantenimiento	Fijo	\$ 1.401.081
Celador	Prestación de servicios	\$ 1.100.000
Veterinario	Prestación de servicios	\$ 1.000.000
Contador	Prestación de servicios	\$ 600.000
Total		\$ 12.160.411

7.3.2 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos en los que debe incurrir la Granja Temática La Reserva se orientan a pago de servicios públicos, nómina, dotación, provisión de demás gastos administrativos, los cuales se proyectan a los siguientes 5 años de funcionamiento operacional de la empresa, en la siguiente tabla se presentan los resultados del gasto administrativo.

Tabla 13

Gastos administrativos

Concepto	Valor mes	Valor año 2019	Valor año 2020	Valor año 2021	Valor año 2022	Valor año 2023	Valor año 2024
Servicios públicos	\$1.200.000	\$14.400.000	\$15.120.000	\$15.876.000	\$16.669.800	\$17.503.290	\$18.378.455
Nómina	\$12.160.411	\$145.924.930	\$153.221.177	\$160.882.236	\$168.926.347	\$177.372.665	\$186.241.298
Dotación		\$1.000.000	\$1.050.000	\$1.102.500	\$1.157.625	\$1.215.506	\$1.276.282
Provisión gastos de administración	\$200.000	\$2.400.000	\$2.520.000	\$2.646.000	\$2.778.300	\$2.917.215	\$3.063.076
Total gastos administrativos	\$13.560.411	\$163.724.930	\$171.911.177	\$180.506.736	\$189.532.072	\$199.008.676	\$208.959.110

7.3.2.1 Maquinaria técnica. Para el funcionamiento de las diferentes actividades de tipo administrativo la empresa debe hacer inversiones en equipos de cómputo, impresoras y equipos de comunicación, estas compras ascienden a \$2.920.000, en la siguiente tabla se detallan las adquisiciones.

Tabla 14

Adquisiciones de maquinaria y equipos

Maquinaria y equipos de oficina			
Cant.	Artículo	Valor unitario	Valor total
2	Computador de escritorio HP All in One 20"	\$ 990.000,00	\$ 1.980.000,00
1	Impresora multifuncional láser HP	\$ 480.000,00	\$ 480.000,00
1	Equipo celular	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00
2	Teléfono fijo	\$ 80.000,00	\$ 160.000,00
Total consolidado			\$ 2.920.000,00

7.3.2.2 *Muebles y enseres de oficina.* Es necesario que la empresa realice inversiones en mobiliario y enseres, esto conduce a que se presten servicios de calidad orientados desde la parte estratégica de la empresa, en la siguiente tabla se detallan las inversiones que ascienden a \$1.740.000.

Tabla 15

Adquisiciones de muebles y enseres de oficina

Muebles y enseres (oficinas)			
Cant.	Artículo	Valor unitario	Valor total
2	Escritorios de oficina	\$ 250.000,00	\$ 500.000,00
2	Sillas de oficina	\$ 80.000,00	\$ 160.000,00
2	Sillas de recepción	\$ 90.000,00	\$ 180.000,00
1	Mesa de junta de 4 puestos (sillas incluidas)	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
2	Archivadores de oficina	\$ 200.000,00	\$ 400.000,00
Total consolidado			\$ 1.740.000,00

7.3.2.3 *Muebles y enseres zona recreativa.* Para la prestación de los servicios de zona recreativa se requiere de una inversión de \$5.990.000, los cuales se distribuyen entre mesas, sillas, estaciones de cocina, elementos de cocina entre otros insumos, en la siguiente tabla se presentan los rubros asociados a esta dimensión.

Tabla 16

Muebles y enseres zona recreativa

Muebles y enseres zona recreativa			
Cantidad	Artículo	Valor unitario	Valor total
15	Mesa retráctil	\$ 60.000	\$ 900.000
30	sillas de descanso	\$ 35.000	\$ 1.050.000
20	sillas playeras	\$ 70.000	\$ 1.400.000
1	Estación de cocina	\$ 700.000	\$ 700.000
-	Elementos de cocina	\$ 300.000	\$ 300.000
7	Solares (carpas de descanso)	\$ 120.000	\$ 840.000
10	Plantas ornamentales	\$ 80.000	\$ 800.000
Total consolidado			\$ 5.990.000,00

7.3.2.4 *Muebles y enseres área de recepción.* Para la prestación de los servicios se requiere de una zona de recepción en la cual se deben realizar inversiones por el orden de los \$5.880.000, los cuales se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 17

Muebles y enseres zona recreativa

Muebles y enseres área de recepción			
Cant.	Artículo	Valor unitario	Valor total
2	Computador	\$ 600.000	\$ 1.200.000
2	Teléfono	\$ 70.000	\$ 140.000
2	Sillas de recepción	\$80.000	\$160.000
2	Sillas de estar	\$ 700.000	\$ 1.400.000
1	Televisor	\$1.100.000	\$ 1.100.000
1	Centro de vigilancia (juego de cámaras)	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Total consolidado			\$ 5.800.000,00

7.3.2.5 *Muebles y enseres habitaciones.* Este servicio se orienta a la correcta prestación de alojamiento, en efecto, se deben contar con camas de diferentes tamaños, televisores, cómodas, decoraciones, aire acondicionado, entre otros factores que son inherentes para la prestación de los servicios, por tanto, se debe hacer una inversión de \$33.550.000 en los enseres mencionados anteriormente, los cuales se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 18

Muebles y enseres habitaciones

Muebles y enseres habitaciones			
Cantidad	Artículo	Valor unitario	Valor total
3	Camas dobles (juego de habitación)	\$ 600.000	\$ 1.800.000
5	Camas semidobles (juego de habitación)	\$ 550.000	\$ 2.750.000
7	Camas sencillas (juego de habitación)	\$ 500.000	\$ 3.500.000
15	Televisores	\$ 800.000	\$ 12.000.000
15	Decoración estándar por habitación	\$ 200.000	\$ 3.000.000
15	Aire acondicionado	\$ 700.000	\$ 10.500.000
Total consolidado			\$ 33.550.000,00

7.3.2.6 Inversión locativa. Las inversiones en materia locativa se orientan a la adecuación de las zonas comunes las cuales serán del agrado y disfrute de los clientes, en la siguiente tabla se detalla la inversión que asciende a \$50.500.000.

Tabla 19

Inversiones locativas

Inversión locativa (ampliación de infraestructura y adecuación de espacios)		
Espacio	Espacio	Valor total
1	Recepción	\$ 3.500.000
20	Habitaciones	\$ 15.000.000
1	Zonas recreativas	\$ 7.000.000
1	Zona de hatos	\$ 5.000.000
1	Animales de cría	\$ 20.000.000
Total consolidado		\$ 50.500.000,00

7.3.3 Gastos previstos

En el desarrollo del plan de negocio orientado a la Granja Temática La Reserva, se deben tener en cuenta gastos asociados a nóminas en cuanto a aportaciones parafiscales, gastos de ventas y gastos de puesta en marcha los cuales se presentan a continuación.



Tabla 20

Costo nómina detallada

Nomina	Tip. Cont	Asig. Base	Aux. Transp	Tot. Dev	Sistema de cotización			Prestaciones sociales			Parafiscales		Total mes
					Salud 8,5%	Pensión 12%	Arl 0,52%	Cesantías 8,33%	Int. Ces 1%	Primas 8,33%	Vacaciones 4,17%	Ccf 4%	
Gerente	Indefinido	\$ 1.600.00	\$ 102.854	\$ 1.702.854	\$ 136.000	\$ 192.000	\$ 8.320	\$ 141.848	\$ 1.418	\$ 141.848	\$ 66.720	\$ 64.000	\$ 2.455.008
administrador turístico	Indefinido	\$ 877.802	\$ 102.854	\$ 980.656	\$ 74.613	\$ 105.336	\$ 4.565	\$ 81.689	\$ 81.689	\$ 81.689	\$ 36.604	\$ 35.112	\$ 1.401.081
operarios animales	fijo	\$ 877.802	\$ 102.854	\$ 980.656	\$ 74.613	\$ 105.336	\$ 4.565	\$ 81.689	\$ 81.689	\$ 81.689	\$ 36.604	\$ 35.112	\$ 1.401.081
repcionista - camarera	fijo	\$ 877.802	\$ 102.854	\$ 980.656	\$ 74.613	\$ 105.336	\$ 4.565	\$ 81.689	\$ 81.689	\$ 81.689	\$ 36.604	\$ 35.112	\$ 1.401.081
camarera - lavandería	fijo	\$ 877.802	\$ 102.854	\$ 980.656	\$ 74.613	\$ 105.336	\$ 4.565	\$ 81.689	\$ 81.689	\$ 81.689	\$ 36.604	\$ 35.112	\$ 1.401.081
mantenimiento	fijo	\$ 877.802	\$ 102.854	\$ 980.656	\$ 74.613	\$ 105.336	\$ 4.565	\$ 81.689	\$ 81.689	\$ 81.689	\$ 36.604	\$ 35.112	\$ 1.401.081
Celador	Prestación de servicios	\$ 1.100.00		\$ 1.100.00		N/A				N/A		N/A	\$ 1.100.000
veterinario	Prestación de servicios	\$ 1.000.00	N/A	\$ 1.000.00		N/A				N/A		N/A	\$ 1.000.000
contador	Prestación de servicios	\$ 600.000	N/A	\$ 600.000		N/A				N/A		N/A	\$ 600.000
Total nómina adicional												\$12.160.411	

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Como se presenta en la anterior tabla, la empresa debe asumir unos costos mensuales de \$12.160.411 en los cuales se incluyen todas las obligaciones de ley a las cuales está obligada la empresa a pagar a todos y cada uno de sus empleados que cuentan con un contrato formal bien sea a término fijo o indefinido.

7.3.4 Gastos de Puesta en Marcha

Los gastos asociados a puesta en marcha del negocio se centran en la constitución de la sociedad, matrícula mercantil, arriendos iniciales, servicios públicos, nóminas entre otros factores asociados que se deben tener en cuenta a la hora de poner en marcha el negocio operacional, los resultados de los gastos de la puesta en marcha se presentan en la siguiente tabla

Tabla 21

Gastos de puesta en marcha

Gastos de puesta en marcha	Presupuesto
Costos de constitución y legalización de la empresa	
* Constitución de sociedad (cámara de comercio)	
* Matrícula persona jurídica (cámara de comercio)	\$500.000,00
* Formulario de registro mercantil (cámara de comercio)	
* Impuesto de registro (cámara de comercio)	
* Inscripción de libros (cámara de comercio)	
Presupuesto para plan de mercadeo (promedio para 3 meses)	\$ 1.775.000,00
Arriendo inicial (presupuesto por 3 meses)	\$ -
Servicios públicos (presupuesto por 3 meses)	\$ 900.000,00
Nómina del gerente general por 3 meses	\$ 2.455.007,95
Nómina del contador por 3 meses	\$ 1.800.000,00
Auxiliar operativo (sub-contracción) 3 personas por 3 meses	\$ 3.500.000,00
Total gastos puesta en marcha	\$ 10.930.007,95

8 Plan financiero

Una vez se han determinado las inversiones asociadas a la puesta en marcha del plan para la creación de Granja Temática La Reserva, se procede a desarrollar la viabilidad financiera del mismo, esto conduce a que se determine si el proyecto es viable financieramente, además, conduce a que los inversionistas analicen la posibilidad de invertir en el negocio. Por último, el plan financiero evalúa los indicadores de rentabilidad, balance, pérdidas y ganancias entre otros factores y con ello establecer si es rentable ejecutar el proyecto en un contexto real.

8.1 Costos Fijos Estimados

Los costos fijos estimados mensualmente para Granja Temática La Reserva consideran inversiones en servicios públicos, nómina de personal, procesos publicitarios, provisión de gastos administrativos y provisión de gastos de ventas que para el primer año de funcionamiento se posicionan en \$173.424.930 y la proyección para el año 2014 será de \$221.339.041, siendo estos los rubros económicos que la empresa debe contar para atender sus requerimientos básicos y mantener la empresa en funcionamiento, en la siguiente tabla se presenta el resumen de los costos fijos

Tabla 22
Costos fijos

Costos fijos							
Concepto	Valor mensual	Valor año 2019	Valor año 2020	Valor año 2021	Valor año 2022	Valor año 2023	Valor año 2024
Servicios públicos	\$1.200.000	\$14.400.000	\$15.120.000	\$15.876.000	\$16.669.800	\$17.503.290	\$18.378.455
Nómina del personal de planta	\$12.160.411	\$145.924.930	\$153.221.177	\$160.882.236	\$168.926.347	\$177.372.665	\$186.241.298

Continuación tabla 22

Procesos publicitarios (promedio)	\$591.667	\$7.100.000	\$7.455.000	\$7.827.750	\$8.219.138	\$8.630.094	\$9.061.599
Provisión gastos administrativos	\$200.000	\$2.400.000	\$2.520.000	\$2.646.000	\$2.778.300	\$2.917.215	\$3.063.076
Provisión gastos de ventas	\$300.000	\$3.600.000	\$3.780.000	\$3.969.000	\$4.167.450	\$4.375.823	\$4.594.614
Total costos fijos	\$14.452.078	\$173.424.930	\$182.096.177	\$191.200.986	\$200.761.035	\$210.799.087	\$221.339.041

8.1.1 Análisis del Punto de Equilibrio

Para la elaboración del punto de equilibrio se tienen en consideración factores económicos como los costos fijos y el margen de contribución estimado, bajo estos supuestos se calcula el punto de equilibrio, con las variaciones y tendencias dando como resultado que para mantener un margen de equilibrio en la empresa se deben comercializar anualmente 899 unidades de cada línea comercial de producto, los resultados se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 23

Punto de equilibrio por unidades comerciales

Línea comercial	PE. AÑO (UDS)	PE. AÑO (UDS) + INC	PE. MEN (INCR)
Lin. 1. Bebidas - refrescos	899	944	79
Lin. 2. Comida	899	944	79
Lin. 3. Alojamiento	899	944	79
Lin. 4. Entretenimiento	899	944	79
Total	3597	3777	315

El proceso previo de cálculo se expone a continuación:

Tabla 24

Proceso 1. Líneas comerciales

Líneas comerciales	Sublínea comercial	CU - VU	PV	MC. REAL
Actividad comercial. Bebidas - refrescos	Lin 1. Cerveza	\$1.833	\$3.666	\$1.833
	Lin 2. Gaseosa	\$1.253	\$2.506	\$1.253
	Lin 3. Jugo Hit	\$1.667	\$3.334	\$1.667
Actividad industrial. Comida - restauración	Lin 4. Hamburguesa	\$5.973	\$10.860	\$4.887
	Lin 5. sándwich de cordero	\$5.668	\$10.305	\$4.637
Actividad de servicios. Alojamiento	Lin 6. Alojamiento	N/A	\$153.733	\$153.733
Actividad de servicios. Entretenimiento	Lin 7. Paseo a caballo	N/A	\$36.500	\$36.500
	Lin 8. Actividades de granja	N/A	\$29.000	\$29.000

Tabla 25

Proceso 2. Establecimiento de PVP y MC. POND

Línea comercial	Pvp. ponde	Mc. ponde	Pond. Dem
Lin. 1. Bebidas – refrescos	\$ 3.169	\$1.584	25,0%
Lin. 2. Comida	\$10.583	\$4.762	25,0%
Lin. 3. Alojamiento	\$ 153.733	\$ 153.733	25,0%
Lin. 4. Entretenimiento	\$32.750	\$32.750	25,0%
Total			100%

Tabla 26

Proceso 3. MCPT – PEPT

Mcpt	\$48.207,5
Pept	299,8

Tabla 27

Proceso 4. Líneas comerciales

Línea comercial	PEM. UDS	PEM. \$	SUBLINEAS
Lin. 1. Bebidas – refrescos	74,9472876	\$ 118.741	3
Lin. 2. Comida	74,9472876	\$ 356.916	2
Lin. 3. Alojamiento	74,9472876	\$ 11.521.896	1
Lin. 4. Entretenimiento	74,9472876	\$ 2.454.524	2
Total	224,8418628	\$ 14.452.078	

Tabla 28

Proceso 5. Líneas comerciales

Línea comercial	PEM. SUB. UDS	PEM. SUB \$	PE. DIAR. UDS	PE. DIAR. \$
Lin. 1. Bebidas - refrescos	24,9824292	\$39.580	2,49824292	\$ 3.958
Lin. 2. Comida	37,4736438	\$ 178.458	2,49824292	\$11.897
Lin. 3. Alojamiento	74,9472876	\$ 11.521.896	2,49824292	\$ 384.063
Lin. 4. Entretenimiento	37,4736438	\$1.227.262	2,49824292	\$81.817
		Total día	7,49472876	\$ 481.736
		Total mes	224,841863	\$14.452.078

8.2 Supuestos Económicos

El desarrollo de los supuestos económicos propende por establecer la viabilidad económica de la idea de negocio, a fin de conocer de manera puntual si es viable hacer inversiones en la oportunidad de negocio, o por si el contrario se debe buscar otra línea de negocio que competa con mejorar inversiones con márgenes de utilidades mayores a las ofrecidas por Granja Temática La Reserva. Los supuestos económicos se presentan a continuación.

Tabla 29
Variables macroeconómicas

Variables Macroeconómicas	Un.	2021	2022	2023	2024	2025
Inflación	%	3,00%	3,00%	4,00%	4,00%	5,00%
Devaluación	%	1,00%	1,00%	0,50%	0,50%	0,50%
IPP	%	3,00%	3,00%	4,00%	4,00%	5,00%
Crecimiento PIB	%	3,00%	3,00%	3,50%	3,50%	4,00%
DTF T.A.	%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%

Tabla 30
Ventas, costos y gastos por producto

Ventas, Costos y Gastos	Un.	2021	2022	2023	2024	2025
Precio Por Producto						
Precio Producto 1	\$ / unid.	3.169	3.327	3.493	3.668	3.852
Precio Producto 2	\$ / unid.	10.583	11.112	11.667	12.251	12.863
Precio Producto 3	\$ / unid.	153.733	161.420	169.491	177.966	186.864
Precio Producto 4	\$ / unid.	32.750	34.060	35.422	36.839	38.313

Tabla 31
Unidades vendidas por producto

Unidades Vendidas por Producto	Un.	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas Producto 1						
Ventas Producto 2	unid.	944	992	1.041	1.093	1.148
Ventas Producto 3	unid.	944	992	1.041	1.093	1.148
Ventas Producto 4	unid.	944	992	1.041	1.093	1.148

Tabla 32
Ventas totales

Total Ventas		2021	2022	2023	2024	2025
Precio Promedio	\$	50.058,7	52.479,7	55.018,6	57.681,0	60.472,9
Ventas	unid.	3.777	3.966	4.165	4.373	4.591
Ventas	\$	189.088.826,1	208.145.697,3	229.126.022,3	252.224.206,7	277.654.329,4

Tabla 33
Costos producción inventariables

Costos Producción Inventariables	2021	2022	2023	2024	2025
Materia Prima	0	0	0	0	0
Mano de Obra	0	0	0	0	0
Materia Prima y M.O.	0	0	0	0	0
Depreciación	15.713.68	16.185.09	16.832.49	17.505.79	18.381.08
Agotamiento	0	0	4	4	3
Total	15.713.68	16.185.09	16.832.49	17.505.79	18.381.08
	0	0	4	4	3
Margen Bruto	91,69%	92,22%	92,65%	93,06%	93,38%

Tabla 34
Estructura de capital y dividendos

Estructura de Capital	Un.	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Capital Socios	\$	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
Capital Adicional Socios	\$		0	0	0	0	0
Obligaciones Fondo Emprender	\$	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Obligaciones Financieras	\$						0
Dividendos	Un.	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Utilidades Repartibles	\$		-	3.634.394	15.964.988	38.221.387	71.191.483
Dividendos	%		0%	0%	0%	0%	0%
Dividendos	\$		-	-	-	-	-

8.2.1 Balance General

Tabla 35

Balance general

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Activo Corriente						
Efectivo	10.400.00	28.663.896	57.443.416	98.234.953	152.707.950	222.723.509
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados Neto	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	10.400.000	28.663.896	57.443.416	98.234.953	152.707.950	222.723.509
Terrenos	2.920.00	3.007.60	3.097.82	3.221.74	3.350.61	3.518.14
	0	0	8	1	1	1
Construcciones y Edificios Neto	840.000	821.940	802.040	787.782	771.099	759.051
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	5.990.00	5.552.73	5.083.83	4.626.28	4.124.00	3.608.50
	0	0	3	8	5	5
Muebles y Enseres Neto	5.800.00	4.779.20	3.691.93	2.559.74	1.331.06	0
	0	0	2	0	5	0
Equipo de Transporte Neto	33.550.00	31.100.850	28.474.556	25.911.846	23.098.560	20.211.240
	00	50	56	46	60	40
Equipo de Oficina Neto	50.500.00	41.612.000	32.145.270	22.287.387	11.589.441	0
	00	00	70	87	41	0
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	99.600.000	86.874.320	73.295.459	59.394.784	44.264.781	28.096.937
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO	110.000.000	115.538.216	130.738.876	157.629.737	196.972.731	250.820.446

Continuación tabla 35

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	0	0	0	0	0
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
obligación Fondo Emprender (Contingente)	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
TOTAL PASIVO	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Patrimonio						
Capital Social	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	403.822	1.773.888	4.246.821	7.910.165
Utilidades Retenidas	0	0	3.684.394	15.964.988	38.221.387	71.191.483
Utilidades del Ejercicio	0	4.038.216	13.700.660	24.729.332	36.633.439	49.224.304
Revalorización patrimonio	0	1.500.000	3.000.000	5.161.529	7.871.084	12.494.494
TOTAL PATRIMONIO	50.000.000	55.538.216	70.738.876	97.629.737	136.972.731	190.820.446
TOTAL PAS + PAT	110.000.000	115.538.216	130.738.876	157.629.737	196.972.731	250.820.446

8.2.2 PYG

Tabla 36.

Pérdidas y ganancias

	2021	2022	2023	2024	2025
Estado de resultados					
Ventas	189.088.826	208.145.697	229.126.022	252.224.207	277.654.329
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	0	0	0	0	0
Depreciación	15.713.680	16.185.090	16.832.494	17.505.794	18.381.083
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	173.375.146	191.960.607	212.293.528	234.718.413	259.273.246

Continuación tabla 36

	2021	2022	2023	2024	2025
Gasto de Ventas	7.100.000	7.455.000	7.827.750	8.219.138	8.630.094
Gastos de Administración	163.724.930	171.911.177	180.506.736	189.532.072	199.008.676
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	2.550.216	12.594.430	23.959.043	36.967.203	51.634.476
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	-1.500.000	-1.500.000	-2.161.529	-2.709.555	-4.623.410
Ajuste Activos no Monetarios	2.988.000	3.077.640	4.226.626	4.395.691	5.714.398
Ajuste Depreciación Acumulada	0	-471.410	-1.294.807	-2.019.899	-3.501.159
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	1.488.000	1.106.230	770.290	-333.764	-2.410.171
Utilidad antes de impuestos	4.038.216	13.700.660	24.729.332	36.633.439	49.224.304
Impuestos (35%)	0	0	0	0	0
Utilidad Neta Final	4.038.216	13.700.660	24.729.332	36.633.439	49.224.304

8.2.3 Flujo de Caja

Tabla 37

Flujo de caja

	2021	2022	2023	2024	2025
Flujo de Caja Operativo					
Utilidad Operacional	2.550.216	12.594.430	23.959.043	36.967.203	51.634.476
Depreciaciones	15.713.680	16.185.090	16.832.494	17.505.794	18.381.083
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Agotamiento	0	0	0	0	0
Provisiones	0	0	0	0	0
Impuestos	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Operativo	18.263.896	28.779.521	40.791.537	54.472.997	70.015.559

Continuación tabla 37

	2021	2022	2023	2024	2025
Neto Periodo	18.263.896	28.779.521	40.791.537	54.472.997	70.015.559
Saldo anterior	10.400.000	28.663.896	57.443.416	98.234.953	152.707.950
Saldo siguiente	28.663.896	57.443.416	98.234.953	152.707.950	222.723.509

8.2.4 Flujo de Caja y Rentabilidad

Tabla 38

Flujo de caja y rentabilidad

Flujo de Caja y Rentabilidad	2021	2022	2023	2024	2025
Flujo de Operación		18.263.896	28.779.521	40.791.537	54.472.997
Flujo de Inversión	-110.000.000	0	0	0	0
Flujo de Financiación		0	0	0	0
Flujo de caja para evaluación	-110.000.000	18.263.896	28.779.521	40.791.537	54.472.997
Tasa de descuento Utilizada		10%	10%	10%	10%
Flujo de caja descontado	-110.000.000	16.603.542	28.784.728	30.647.285	37.205.790

Nota. Cifras en Miles de Pesos

8.2.5 Criterios de Decisión

Tabla 39

Criterios de decisión

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	7%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	9,37%
VAN (Valor actual neto)	7.061.443
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	3,09
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación). En meses	6 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprendedor. (AFE/AT)	54,55%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes

Conforme a lo evidenciado en la tabla de criterios de decisiones se tiene que la tasa mínima esperada por el emprendedor es del 7% la cual es superada con un 9.37% de la TIR, es decir que

el negocio es viable desde el punto de vista del retorno a la inversión y que los inversionistas ven con buenos ojos realizar inversiones sobre la idea de negocio, de igual manera presenta un VAN positivo lo que permite entrever que se generar utilidades en el corto plazo y el periodo de recuperación se proyecta a 3.09 años, es decir que al inicio del cuarto año estará generando utilidades operacionales.

Finalmente, el nivel de endeudamiento del del 54,55% siendo positivo para los intereses de inversión y de retorno de la inversión, de igual manera se proyecta un periodo de 24 meses para la expansión del negocio, en el cual se asocian nuevas líneas de negocio y finalmente una segunda expansión en 60 meses que puede contemplar una nueva sede bien sea en Puerto Gaitán o en otro parador turístico del departamento o a nivel nacional.

Conclusiones

Una vez se ha desarrollado el trabajo relacionado con el proyecto turístico de creación empresarial Granja Temática La Reserva, en el municipio de Puerto Gaitán, Meta, cabe resalta el impacto en la comunidad circundante del área de influencia del mismo, dado que, generará empleos directos e indirectos, así como desarrollo económico y social, al existir un mayor afluente de turistas en la zona, de igual manera, se espera que genere otros servicios complementarios como la gastronomía, transporte, comercio minorista, vestuario, calzado y otros sectores que dependen del turismo.

Puerto Gaitán, goza de una ubicación geográfica que es deseada por los turistas especialmente por su temperatura, llanura, topografía, rías, quebradas y demás riqueza natural que lo hace atractivo para los turistas de la región, del departamento y a nivel nacional, sin embargo, se deben iniciar procesos de divulgación y mercadeo con la finalidad de que este territorio sea mayormente reconocido y con ello la Granja Temática La Reserva, cuente con un mayor flujo de visitantes que desean conocer más sobre las costumbres y cultura propias del llano.

El estudio de mercados arroja resultados favorables para el proyecto desde el punto de vista de las demandas de servicios turísticos que cada día son mayormente demandados, de igual manera, otra ventaja que tiene el proyecto radica en que los clientes potenciales pueden medirse en el contexto mundial, dado que, el turismo ha eliminado las barreras y la globalización competen con una mayor y mejor conectividad entre los países y esta oportunidad debe ser aprovechada por el proyecto para atraer un mayor número de turistas a la región, fortalecer los ingresos económicos y mejorar el impacto operacional del proyecto.

Los requerimientos del proyecto se orientan a contar con mecanismos físicos, de mano de obra, operativos y de tipo administrativo para atender las necesidades de los clientes y de la empresa como tal, es por ello que se deben planear alternativas que potencien este tipo de recursos y la ejecución del proyecto sea eficiente en el mediano y largo plazo, aumentando con ello la rentabilidad, impacto, desarrollo económico de la región, mejoras en la prestación del servicio que conlleven a un crecimiento sostenido de la compañía y así lograr mejores apalancamientos financieros al obtener utilidades en el corto plazo y mejorar la visualización de la empresa frente a inversores potenciales.

En el estudio financiero se evidencia que el proyecto generara utilidades al inicio del cuarto año de operaciones, igualmente, se cuenta con una TIR positiva del 9.37%, es decir, que en el mediano plazo una vez se ejecute la idea de negocio se generan rendimientos positivos y las inversiones serán maximizadas de tal manera que el inversionista recupera su inversión e inicia a recibir las utilidades propias del capital o de la participación con la que cuenta. De otro lado el VAN es positivo con 7.061.443, lo cual indica que el proyecto debe ser ejecutado debido a su viabilidad financiera, dado que, se logra vislumbrar que el valor actual de los flujos es mayor a los desembolsos realizados por los inversionistas.

Referencias

- Brida, J., Monterubbianesi, P., & Zapata, S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. *Pasos*, 9(2), 291-159. http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_06.pdf
- Castañer, M., Camerino, O., & Anguera, T. (2014). Métodos mixtos en la investigación de las ciencias de la actividad física y el deporte. *Apuntes Educación Física y Deportes*, 2(112), 31-36. <https://www.raco.cat/index.php/ApuntsEFD/article/viewFile/268185/355763>
- Castro, A. (2012). *Caracterización del potencial aviturismo en un paisaje rural en los Llanos Orientales. Puerto López-Meta*. (Trabajo de grado). Pontificia Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/8986/CastroCorreaAlejandra2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Departamento Nacional de Planeación. (2010). Datos Abiertos. <https://datos.gov.co/browse?q=DNP->
- Despegar.com. (2019). Hotel campestre San Manuel. <https://n9.cl/u1vl>
- Guio, J., & Rosas, M. (2019). *Propuesta de diseño de una estructura para Glamping en el aprovechamiento de las oportunidades de negocio para el sector turístico*. (Trabajo de Grado). Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia UPTC. <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2766/1/TGT-%201400.pdf>
- Herrera, J. (2015). *Plan de negocio para la creación del Hotel "Ebaque"*. (Trabajo de Grado). Fundación Universitaria Los Libertadores. <https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/565/HerreraJorge.pdf?sequence=2>
- Orellana, J., & Lalvay, T. (2018). Uso e importancia de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico. Caso Cantón Chilla, El Oro, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 65-79. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2018000100065

- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Covid-19 Ante todo, las personas*.
<https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>
- Pico, S., & Rincón, K. (2012). *Plan de negocios para la creación del Hotel Oikonatura*. (Trabajo de Grado). Universidad EAN.
<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2525/PicoSilvia2012.pdf;jsessionid=B9CDC8361C01169894080DEBC06B1D35?sequence=2>
- Ponce, L. (2015). *Propuesta para la creación de un hotel de servicios limitados y su respectiva operación en la ciudad de Guayaquil*. (Trabajo de grado). Universidad San Francisco de Quito USFQ. [://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5747/1/124517.pdf](http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5747/1/124517.pdf)
- Ramírez, C. (26 de abril de 2019). Esperamos que el sector turismo aporte \$34,1 billones de ingresos este año. *La República*. <https://www.larepublica.co/especiales/turismo-abril-2019/esperamos-que-el-sector-turismo-aporte-341-billones-de-ingresos-este-ano-2855536>
- Rodríguez, L., & González, J. (2010). *Elaboración de un plan de negocio para la creación de un hotel temático con sello verde en la Laguna de Tota Boyacá*. (Trabajo de Grado). Pontificia Universidad Javeriana.
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9266/tesis368.pdf?sequence=1&isAllowed>
- Salazar, J. (2014). *Propuesta para la creación de un hotel temático que impulse la cultura y el turismo urbano en la ciudad de Guayaquil*. (Trabajo de grado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/128/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-113.pdf>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Sánchez, V. (2016). *Plan De Negocios para un Complejo Turístico Campestre en el Recinto Yarumal Cantón Muisne* (Trabajo de grado). Pontificia Universidad Católica de Ecuador.
<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/720/1/SANCHEZ%20NARVAEZ%20MIVIANA%20MARLENE%20.pdf>

Tripadvisor. (2019). Hotel Iguanas de los Llanos. https://www.tripadvisor.co/Hotel_Review-g1903151-d17455471-Reviews-Hotel_Iguanas_De_Los_Llanos-Puerto_Gaitan_Meta_Department.html

Vargas, Á. (3 de abril de 2018). *La planta hotelera mundial ha crecido un 18% en 10 años*. https://www.hosteltur.com/127394_planta-hotelera-mundial-ha-crecido-18-diez-anos.html

Vásquez, S., & Bernal, D. (2010). *Plan de negocio para la creación de un hotel Spa Eco-Turístico en el municipio de la Calera, Cundinamarca*. (Trabajo de Grado). Pontificia Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9425/tesis514.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vive Colombia Travel. (2017). *Hotel Guarataro Campestre*. <https://www.vivecolombia.travel/es/hotel-guarataro-campestre-en-puerto-gaitan>