

ESTUDIO PARA LA VIABILIDAD DE LA CREACION DEL PARQUE ECOTURISTICO
“LAS LAJAS” VEREDA SUBIA PEDREGAL
MUNICIPIO SILVANIA-CUNDINAMARCA

ELSY YOLANDA RENGIFO RUSSI

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
CONTADURIA PÚBLICA
SEDE FUSAGASUGA
2017

ESTUDIO PARA LA VIABILIDAD DE LA CREACION DEL PARQUE ECOTURISTICO
“LAS LAJAS” VEREDA SUBIA PEDREGAL
MUNICIPIO SILVANIA-CUNDINAMARCA

ELSY YOLANDA RENGIFO RUSSI
CODIGO: 114213421

PRESENTACION DEL ANTEPROYECTO DE GRADO CON EL FIN DE OBTENER EL
TITULO DE CONTADOR PÚBLICO
MONOGRAFIA INVESTIGATIVA

ASESOR: CARLOS EDUARDO MOGOLLON
DOCENTE AREA CONTADURIA PÚBLICA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
CONTADURIA PÚBLICA
SEDE FUSAGASUGA
2017

NOTA DE ACEPTACIÓN

PRESIDENTE DEL JURADO

JURADO

JURADO

Fusagasugá, Mayo 2 del 2017

DEDICATORIA

Este estudio es dedicado a mi Municipio "Silvania". El trabajo se realizó con mucho amor y dedicación, con el fin de dejar un legado a los habitantes de la Región pretendiendo que por medio de este trabajo, la situación económica de nuestro Municipio mejore y tenga un crecimiento paulatino.

AGRADECIMIENTOS

A Dios Todopoderoso por permitirme vivir, por llenarme de sus dones y darme día a día la vida.

A mi madre, por ser mi impulso inicial en este proceso, junto con mis hijos, Ana Yolanda, Luis Oswaldo, Yudy Carolina y Julieth Hasbleidy, a quienes les dejo este legado y quienes han sido mi fortaleza cuando he tratado de rendirme.

A mis nietos Nandy Saray, Luiser Andrey y Joselyn Maia, quienes nacieron en este proceso y hoy son otros de mis motores que me dan fortaleza cada día.

A mi esposo Carlos Alberto, quien ha sido el apoyo en este proceso y ha querido para mí lo mejor.

A J David Torres Restrepo, apoyo moral e incondicional todos los días de la vida.

A mis Profesores, quienes han sido columna fundamental en el diario vivir dentro de la Universidad como estudiante, ellos muchas veces me proporcionaron valor e impulsaron a continuar cuando creía desfallecer.

A mis compañeros que formaron parte de este proceso, muchos aun me acompañan, otros ya son profesionales.

¡A todos ustedes, ¡Gracias, por apoyarme, valorarme, acompañarme, fortaleciendo mi propósito de llegar aquí culminando con éxito este paso para llegar a ser Profesional

DIOS LES BENDIGA!!!!

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION.....	15
1.- FORMULACION DEL PROBLEMA	16
1.1.- DESCRIPCION DEL PROBLEMA	16
1.2.- HIPOTESIS	17
3.- OBJETIVOS	19
3.1.- OBJETIVO GENERAL	19
3.2.- OBJETIVOS ESPECIFICOS	19
4.- MARCO REFERENCIAL	20
4.1.- MARCO CONCEPTUAL.....	20
4.1.1.- Ecoturismo o turismo ecológico:.....	20
4.1.2.- Parque:	20
4.1.3.- Estudio	20
4.1.4.- Viabilidad.....	20
4.2.- MARCO HISTÓRICO.....	21
4.4.- MARCO LEGAL	25
4.5.- MARCO METODOLOGICO	26
4.5.1.- Área y línea de investigación:.....	26
4.5.2.- Programa de investigación:.....	26
4.5.3.- Metodología de la investigación	26
ESTADO DEL ARTE	29
4.6.- MARCO TEORICO	29
4.7.- ANTECEDENTES	33
4.8.- REFERENTES	42
5.- CRONOGRAMA.....	50
6.- DESCRIPCION DEL PROYECTO.....	51
6.1.- CONSTITUCION Y ACTIVIDAD ECONOMICA DE LA EMPRESA.	51
6.2.- DESCRIPCION DEL LUGAR	54
6.3.- ESPECIFICACIONES DE LOS SERVICIOS.....	55
6.3.1.- Zona de caminata ecológica.....	55

6.3.2.- Zona de comidas	56
6.3.3.- Zona bebidas	56
6.3.4.- Zona de camping.....	57
6.3.5.- Escalada a la laja.....	57
6.3.6.- Caballerizas.....	58
6.3.7.- Vivero	58
6.3.8.- Zona de tienda y artesanías	59
6.3.9.- Lanzamiento en rapel:	59
7.- ANALISIS DEL ENTORNO.....	60
7.1.- DEBILIDADES.....	60
7.3.- FORTALEZAS.....	61
7.4.- AMENAZAS:.....	61
8.- PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	62
8.1.- PROCESO ORGANIZACIONAL.....	62
8.1.1.- Misión	62
8.1.2.- Visión.....	62
8.2.- ORGANIGRAMA.....	63
8.2.1.- Gerente.....	63
8.2.2.- Asistente de Gerencia	63
8.2.3- Mantenimiento:.....	64
8.2.4- Servicios Generales.....	64
8.2.5- Taquilla:	64
8.2.6- Guías turísticos:	64
8.2.7- Celaduría.....	64
8.2.8.- Instructor deportes extremos.....	64
8.2.9.- Otros:.....	64
8.3.- PLANIFICACION DE LA PUESTA EN MARCHA.....	65
8.3.1.- Recursos:.....	65
8.3.2.- Infraestructura:.....	65
9.- MERCADEO Y PROMOCION	67
9.1.- ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....	67
9.2.- ESTRATEGIAS DE PRECIO.....	68
9.3.- PLAN DE VENTAS.....	69

10.- ORGANISMOS DE APOYO	70
10.1.- EJÉRCITO NACIONAL:.....	70
10.2.- POLICÍA NACIONAL:	70
10.3.- DEFENSA CIVIL:	70
10.4.- COLEGIOS:	70
11.- IMPACTO SOCIAL, ECONOMICO, CULTURAL, AMBIENTAL DEL PROYECTO.	71
11.1.- METAS SOCIALES DEL PROYECTO.....	71
11.2.- VALORES AGREGADOS	71
11.2.1.- Proximidad a la Ciudad Capital Bogotá:	72
11.2.2.- Proyecto nuevo:	72
11.2.3.- Atención al cliente	72
11.3.- VENTAJAS COMPETITIVAS.....	72
11.3.1.- Arte Rupestre:	72
11.3.2.- Lanzamiento en Rapel desde la Laja	73
12.- RESULTADOS	74
12.1.- OBJETIVO	74
12.2.- IDENTIFICACION DE LA POBLACION	74
12.3.- SELECCIÓN DE LA POBLACION.....	75
12.4.- ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA	76
12.5.- IMPLEMENTACION DE LA ENCUESTA.....	76
12.6.- DURACIÓN	77
12.7.- ANALISIS DE LA INFORMACION	77
12.8.- ANALISIS DE LOS RESULTADOS	97
13.- ANALISIS FINANCIERO	99
14.- CONCLUSIONES	112
BIBLIOGRAFIA	114

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Foto Satelital Silvania-Cundinamarca	23
Figura 2. Municipio de Silvania.....	24
Figura 3. Panorámica Silvania.....	24
Figura 4. Biodiversidad Colombiana.....	24
Figura 5. Edificio Organización Mundial de Turismo	34
Figura 6. Ubicación Municipio de la Mesa-Cundinamarca	36
Figura 7. Estadísticas visitantes a Colombia 2007-2013.....	36
Figura 8. Sistemas indicadores para la Competitividad Turismo Colombiano.....	42
Figura 9. Turismo Rural en Bogotá	44
Figura 10. Las Lajas Subia Pedregal	47
Figura 11. Las lajas Subia Pedregal Toma 2.....	47
Figura 12. Paisaje camino a la Laja	54
Figura 13. Foto base de la Laja.....	55
Figura 14. Modelo Restaurante	56
Figura 15. Escalando la laja	57
Figura 16. Vista escalada laja parte superior	57
Figura 17. Modelo caballeriza remodelada	58
Figura 18. Caballeriza actual.....	58
Figura 19. Foto modelo vivero.....	58
Figura 20. Modelo lanzamiento en rapel	59
Figura 21. Organigrama Parque Ecoturístico "Las Lajas"	63
Figura 22. Pozo Antiguo ubicado en la laja	71
Figura 23. Flecha. Arte Rupestre	72
Figura 24. Huella Arte Rupestre	72
Figura 25. Piedra. Arte Rupestre.....	72
Figura 26. Modelo Lanzamiento Rapel.....	73
Figura 27. Entrevista Docente Subia.....	75
Figura 31. Colegio Granada	75
Figura 30. Estudiantes Valsálce	75

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Normograma.....	25
Cuadro 2. Cronograma.....	50
Cuadro 3 Cotización costo Publicidad.....	67

LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1. Rango de Edades	78
Grafica 2. Tipo de Genero	79
Grafica 3. Ubicación Geográfica.....	80
Grafica 4. Estrato	81
Grafica 5. Profesiones	82
Grafica 6. Pregunta No.1	83
Grafica 7. Pregunta 2	84
Grafica 8. Pregunta 3	85
Grafica 9. Pregunta No. 4.....	86
Grafica 10. Pregunta 5	87
Grafica 11. Pregunta 6	88
Grafica 12. Pregunta 7	89
Grafica 13. Pregunta 8	90
Grafica 14. Pregunta 9	91
Grafica 15. Pregunta 10	92
Grafica 16. Pregunta 11	93
Grafica 17. Pregunta 12	94
Grafica 18. Pregunta 13	95
Grafica 19. Pregunta 14	96
Grafica 20. Pregunta 15	97

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Gastos preoperativos	102
Ilustración 2. Presupuesto Mensual Gastos de Personal	103
Ilustración 3. Gastos Mensuales de Funcionamiento	104
Ilustración 4. Costos totales proyectados	104
Ilustración 5. Habitantes Zona Sumapaz.....	105
Ilustración 6. Proyección de Ventas	106
Ilustración 7. Estado de Resultados	110
Ilustración 8. Balance General Proyectado	110

RESUMEN

TITULO: ESTUDIO PARA LA VIABILIDAD DE LA CREACION DEL PARQUE ECOTURISTICO "LAS LAJAS" VEREDA SUBIA PEDREGAL MUNICIPIO SILVANIA-CUNDINAMARCA

El turismo en las últimas décadas se ha convertido en una actividad económica de vital importancia, tanto a nivel mundial, nacional y local; es por eso que analizando el relieve, ubicación geográfica, habitantes y otros factores del Municipio de Silvania-Cundinamarca, hemos visto que a pesar de ser un Municipio cercano a Bogotá, con un excelente clima, en la parte de turismo no ha evolucionado, lo que ha hecho que no tenga crecimiento económico en este sector. Guiados por esta inquietud, han surgido ideas de implementar e incrementar el turismo local, a través de diferentes proyectos en sectores rurales, donde se haya la mayor riqueza turística. Cabe resaltar que la administración municipal se ha preocupado por apoyar esta clase de proyectos, ya que su mayor fortaleza es el turismo.

PALABRAS CLAVES: Turismo, ecoturismo, viabilidad, población, competitividad, desarrollo sostenible.

TITLE: STUDY FOR THE FEASIBILITY OF THE CREATION OF THE ECOTURISTIC PARK "LAS LAJAS" VEREDA SUBIA PEDREGAL MUNICIPIO SILVANIA-CUNDINAMARCA

Tourism in the last decades has become a vital economic activity, both at the global, national and local levels; that is why, in spite of being a Municipality close to Bogota, with an excellent climate, in the part of tourism has not evolved, it which has meant that it does not have economic growth in this sector. Guided by this concern, ideas have arisen to implement and increase local tourism, through different projects in rural areas, where there is the greatest tourist wealth. It should be noted that the municipal

administration has been concerned to support this kind of projects, as its greatest strength is tourism.

KEYWORDS: Tourism, ecotourism, viability, population, competitiveness, sustainable development.

INTRODUCCION

Durante muchos años en el Municipio de Silvania- Cundinamarca, los habitantes han visto que a pesar de ser un Municipio muy cercano a Bogotá con un excelente clima, en la parte de Turismo no ha avanzado y más pretendiendo que por este medio aumente su crecimiento económico. Guiados por esta inquietud, se han tenido conversaciones con los mandatarios de turno y con algunos concejales del Municipio, presentando este proyecto a ellos como una idea de negocio. Estas conversaciones han sugerido que se debe realizar un estudio de viabilidad después del cual se puede mirar la factibilidad para la creación de este Parque.

Es por eso que este anteproyecto de grado, más que un requisito para obtener un título universitario en el área de contaduría pública, se convierte en un reto para la estudiante ya que es dejar en el Municipio donde reside un adelanto para la prosperidad. Este estudio después de realizarlo será entregado a la administración municipal en cabeza del Señor Alcalde que este en el momento de la culminación del trabajo, con el fin de que por medio de la oficina de cultura y turismo del Municipio, el Consejo Municipal y la comunidad, se consigan recursos para ello; también se entregara una copia del mismo a los líderes comunales del sector para que por medio de la Gobernación se consigan los recursos necesarios para llevarlo a cabo

1.- FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Es viable la creación del Parque Ecoturístico “Las Lajas” ubicado en la Vereda Subia Pedregal del Municipio de Silvania Cundinamarca?

1.1.- DESCRIPCION DEL PROBLEMA

El Municipio de Silvania está conformado por un área de “162.932 Km², donde su mayor extensión es rural, ubicándose allí la mayoría de sus habitantes (Silvania, 2012).

A este llegan muchos visitantes atraídos por su ubicación cercana a Bogotá, el clima, la tranquilidad, cuenta con muchos condominios y fincas campestres en su parte rural, la que es muy cercana al casco urbano, especialmente los Barrios Los Puentes y Condominios.

Este auge de visitantes se presenta especialmente en fines de semana, puentes festivos, recesos escolares, vacaciones de junio y diciembre. La economía del Municipio está dada por el agro y el comercio. Hasta el año 2014 no existían empresas que se dedicaran al Ecoturismo de manera formal y por esta razón, los habitantes del sector no tenían un sitio de contacto con la naturaleza, esparcimiento y práctica del deporte extremo. En la actualidad, año 2017, el turismo en el Municipio ha tenido un leve crecimiento, identificando fincas privadas que prestan un servicio turístico de manera personal en el área del Agro ecoturismo, ubicadas en el área rural del Municipio.

1.2.- HIPOTESIS

Ante el hecho de la no existencia de un lugar Ecoturístico público y organizado en el Municipio de Silvania, donde se pueda interactuar con la naturaleza y realizar la práctica de deportes extremos, el Parque Ecoturístico “Las Lajas” pretende convertirse en la empresa del Municipio de Silvania que ofrece a sus visitantes este tipo de actividad ecoturística.

En la región del Sumapaz, el Turismo Regional ha tenido un avance significativo en los últimos 8 años. Existen organizaciones que han realizado estudios acerca del tema, se han conformado mesas de trabajo, asociaciones, los empresarios y otros profesionales, han concluido que esta región debe implementar el turismo de manera organizada, ya que los privilegios naturales de los que goza son muy amplios. Esto nos lleva a creer que el parque Ecoturístico “Las Lajas” tendrá una gran acogida en la región, por ende, pretende ampliar su cobertura llegando a todos los Municipios de la Zona del Sumapaz como Granada, Fusagasugá, Arbeláez, San Bernardo, Pasca, Tibacuy, Venecia, Cabrera, Pandi, con un crecimiento paulatino y organizado llegando a ser reconocida en muchos Municipios del Departamento como a nivel nacional e internacional.

2.- JUSTIFICACION

La importancia del Turismo nace a partir del hecho que es una actividad donde su principal protagonista es el hombre, siendo el segundo el medio ambiente. Es por ello que esta relación entre el hombre y el medio ambiente se ha convertido en un factor de vital importancia para el desarrollo social, cultural, económico de muchas regiones en el país y el mundo.

“El turismo es una actividad que está directamente relacionada con la conservación del medio ambiente del entorno donde esta se desarrolle. La empresa de Turismo no es atractiva para sus clientes solamente por su principal producto o servicio, también es importante ofrecer un comparativo entre calidad y precio, otros aspectos como el clima, el paisaje, la cultura, su historia”. (Ecociencia, 2016).

Analizando los factores turísticos del Municipio de Sylvania Cundinamarca, nos damos cuenta que no existe un lugar donde se pueda estar en contacto con la naturaleza, en el que se exalten otros aspectos que hagan agradable y tenga un valor comparativo de índole natural, donde se pueda practicar deporte extremo, tampoco existe una empresa a este nivel debidamente constituida y que se pueda consolidar como pionera en esta área del turismo.

Teniendo en cuenta esta situación el parque ecoturístico “Las Lajas” ubicado en la vereda Subía Pedregal del Municipio de Sylvania Cundinamarca, pretende aportar a los habitantes de la región un lugar donde se tenga contacto con la naturaleza, disfrutando un buen clima, practicando deporte extremo y otras actividades que hagan agradable la visita a este lugar, donde se sientan cómodos, tranquilos en el desarrollo de las actividades allí ofrecidas.

3.- OBJETIVOS

3.1.- OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio de la viabilidad para la creación del Parque ecoturístico“Las lajas”, en la Vereda Subia Pedregal del Municipio de Silvania Cundinamarca.

3.2.- OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Elaborar un Estudio de Mercados con el fin de confirmar la viabilidad del proyecto.
- ✓ Plantear la estructura organizacional y Administrativa de la empresa.
- ✓ Establecer el costo de la inversión que se debe realizar para la creación del Parque ecoturístico“Las lajas”.Factibilidad Económica y financiera.
- ✓ Dejar este estudio como base fundamental para la continuación e implementación del Proyecto en el Municipio de Silvania, pretendiendo que se trabaje conjuntamente entre la Alcaldía del Municipio y la Universidad de Cundinamarca.

4.- MARCO REFERENCIAL

4.1.- MARCO CONCEPTUAL

4.1.1.- Ecoturismo o turismo ecológico: Es la actividad turística alternativa que se lleva a cabo sin alterar el medio ambiente en su equilibrio. Es una tendencia que busca que la industria turística y la ecología tengan un equilibrio. Con ella se pretende que, más allá del disfrute del viajero, se promueva el bienestar de las comunidades locales (receptoras del turismo) y la protección del medio natural. Con este también se busca incentivar el desarrollo sostenible de los sectores donde está ubicado.(Porto & Merino., 2009)

4.1.2.- Parque:Es un terreno que se destina a la siembra y conservación de árboles, jardines y prados, que hacen parte de la generación de oxígeno; en el cual se llevan a cabo actividades de recreación y descanso. En él también se incluyen áreas para la práctica deportiva, juegos infantiles y otras comodidades. Estos están ubicados dentro de las ciudades o cerca de la parte urbana de las mismas. (Porto & Merino., 2009).

4.1.3.- Estudio: Desarrollo de aptitudes y habilidades para adquirir conocimientos nuevos. Es un sistema educativo que tiene un aporte social, en el cual una o varias personas dedican ciertas horas al análisis de temas diversos, en él se incorporan estrategias diferentes que lleven a mejores resultados.(Venemedia, 2015).

4.1.4.- Viabilidad: Es la probabilidad que algo se lleve a cabo o se concrete gracias a unas características o circunstancias específicas. Este término esta complementado con un análisis, que se realiza como base para la implementación de proyectos en

cualquier campo. Existen métodos investigativos por medio de los cuales se llega a generar positiva o negativamente la viabilidad de un proyecto (encuestas, entrevistas, estadísticas, etc.)(Porto & Merino., 2009)

4.2.- MARCO HISTÓRICO

En la época antigua a nivel mundial, la historia cuenta que los viajeros eran motivados para ir a lugares antiguos donde existían estatuas arcaicas y gigantes, creyendo que allí habían grandes tesoros de los cuales se podían apoderar, fue así como se cree que empezó a surgir el turismo, por el desplazamiento de viajeros por todo el mundo conociendo las diferentes culturas, explorando grandes territorios pretendiendo encontrar riquezas culturales, arqueológicas, económicas, etc. Con el tiempo todas aquellas riquezas se fueron convirtiendo en atractivos turísticos cambiando la visión de los habitantes de todos los territorios llegando a convertirse en maravillas del mundo. En la edad media surgieron las peregrinaciones de carácter religioso, a través de todo el Imperio Romano y se mezclaban con espectáculos públicos, teatro y otras actividades que incrementaron este tipo de desplazamiento más por devoción que por convicción, pero indistintamente llegando a generar aumento en el turismo.(Pulgarín, 2011).

En la edad moderna a finales del siglo XIV se creó el gran tour, siendo este un viaje de los jóvenes aristócratas por toda Europa, conociendo su cultura y lo forma de manejo de los distintos gobiernos, esto con el fin que adquirieran experiencia para el momento en el que tuvieran que tomar el mandato del reino, de allí nace el término “turista”. Luego, ante el descubrimiento de América aumento la curiosidad por conocer el nuevo mundo, hizo que aumentarían los viajes marítimos, las visitas más frecuentes y casi que permanentes de muchos viajeros. El descubrimiento de América cambio la idea de

peregrinaciones religiosas, por viajes exploratorios, otros por salud, recreación, etc.(Pulgarín, 2011)

En la edad contemporánea cambian las cosas, el inicio de la tecnología, la industrialización en América y los grandes cambios socioeconómicos, llevaron a que el turismo se convirtiera en el primer beneficio económico a finales del Siglo XX, los burgueses y las grandes familias americanas y Europeas eran los que más aprovechaban para viajar y conocer todo el mundo. Después del invento de las máquinas de vapor y la locomotora, el turismo experimenta cambios cualitativos y cuantitativos en su desarrollo, viéndose interrumpido por la primera guerra mundial. Luego vino la fabricación del automóvil y el mejoramiento de las embarcaciones marítimas para su más rápido desplazamiento. En el siglo XX, el turismo cambia, en la década de los 50 se convierte en un fenómeno social, con gran influencia en la economía de los países del mundo, siendo Suiza, Italia, Francia, Alemania, Inglaterra. España quienes declararon oficial la actividad del turismo.(Pulgarín, 2011)

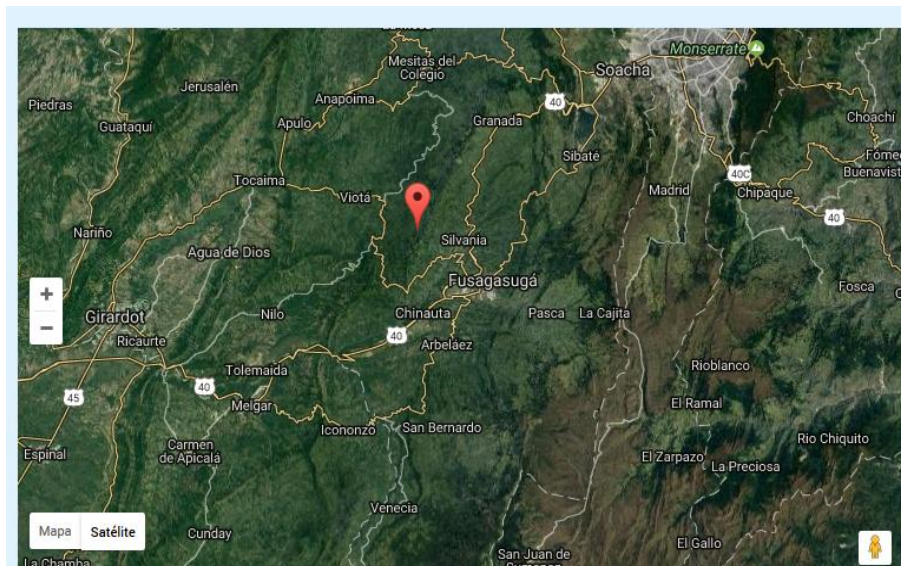
En la actualidad podemos ver que el turismo ecológico es el que más tiene auge por los beneficios que representa para todas las poblaciones del mundo, tanto a nivel socio-económico, como para la salud, el medio ambiente y algunos otros factores de gran importancia.(Pulgarín, 2011)

4.3.- MARCO GEOGRAFICO

Silvania, tierra de Promisión. Es un Municipio ubicado en la region del Sumapaz, sobre la Cordillera Occidental, rodeado de montañas y lajas desnudas que contrastan con la vegetación del territorio. En 1608 era una de los territorios más grandes, con 23.850 fanegadas que comprendía los Municipio de Tibacuy, Fusagasugá y Soacha, limitando con San Antonio y El Colegio. Adquirió en 1806 el nombre de hacienda “El Chocho”, la

cual fue dividida por iniciativa del administrador Señor Ismael Silva, después de esto se convocó a la comunidad para que tomara posesión de dichos terrenos lo que desencadeno una protesta y la fundación del Municipio de Silvania el 21 de Febrero de 1935.

Figura 1. Foto Satelital Silvania-Cundinamarca



Fuente: Foto Satelital tomada de la página web mapasamerica.dices.net/colombia/mapa.

La extensión total del Municipio de Silvania es de 162.932 Km², en la parte urbana de 7,483 Km² y en la parte rural 155,449.6 Km², lo que nos indica que la parte rural es mucho más extensa que la urbana. La altitud de su cabecera Municipal es de 1470 msnm, Temperatura de 21° C. El número de habitantes es de 21.712, en la parte urbana 5.904 habitantes y en la parte rural 15.808 habitantes.

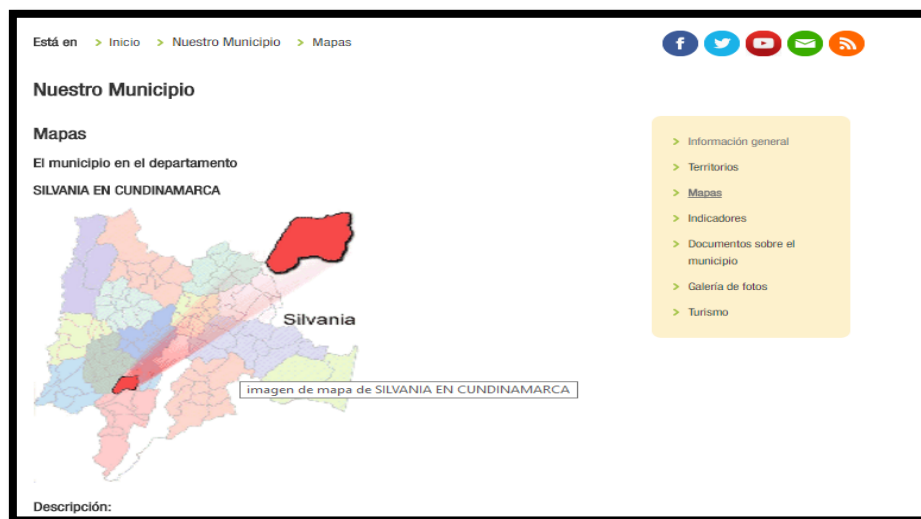
Identificación NIT: 890680437-0

Código Dane: 25743

El Municipio está formado por 9 barrios que son: Alto de la Virgen, El Progreso, Los Andes, Molino Rojo, Centro, Kennedy, Los Puentes, Pinares del Rio y Molino Rojo. Por

14 veredas que son: Agua Bonita, Azafranal, Condominios, Jalisco, Lomalta, Noruega, Panamá, Quebrada Honda, San José, San Luis, Santa Rita, Subia, La Victoria, Yayatá y dos agrupaciones de Vivienda Comunitaria Sasipa y San Eduardo

Figura 10. Municipio de Silvania



Fuente: Silvania en Cundinamarca página web del Municipio

Figura 19. Panorámica Silvania



Fuente: Foto el autor

4.4.- MARCO LEGAL

Cuadro 1. Normograma

N.	DOC.	FECHA EMISION	DESCRIPCION	ENTIDAD EMISORA
1	CODIGO	1999	CODIGO ETICA MUNDIAL PARA EL TURISMO	ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL
2	NORMA	04-jul-91	CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA. Artículos 8, 63, 79, 80 y	REPUBLICA DE COLOMBIA
3	LEY 99	22-dic-93	LEY GENERAL AMBIENTAL DE COLOMBIA	CONGRESO DE LA REPUBLICA
4	LEY 165	09-nov-94	Por medio de la cual se aprueba el "Convenio sobre la Diversidad Biológica", elaborado en Río de Janeiro el 5 de junio de 1992. Reglamentada por el Decreto Nacional 2372 de 2010, Congreso de la Republica.	NACIONES UNIDAS
5	LEY 300	26-jul-96	LEY GENERAL DE TURISMO. Modificada por la Ley 1101 de 2006. Reglamentada por el Decreto Nacional 2590 de 2009	CONGRESO DE LA REPUBLICA
6	LEY 1558	10-jul-12	Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo, y la Ley 1101 de 2006.	CONGRESO DE LA REPUBLICA
7	DECRETO LEY 2811	1974	Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente. Reglamentado por el Decreto Nacional 1608 de 1978 , Reglamentado parcialmente por el Decreto Nacional 1715 de 1978, por el 704 de 1986, por el 305 de 1988 , por el 4688 de 2005, por el 2372 de 2010	PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA
8	RESOLUCION 0890	JULIO 6 DE	Por la cual se establece la forma y requisitos para solicitar ante las autoridades ambientales la certificación de que trata el numeral 5 del artículo 207-2 del Estatuto Tributario	MINISTERIO DE AMBIENTE, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL
9	PLAN ESTRATEGICO	2007-2019	PLAN ESTRATEGICO PARQUES NACIONALES NATURALES DE COLOMBIA	MIN. AMBIENTE, VIVIENDA Y DES. TERRITORIAL.
10	DOCUMENTO	sep-12	Documento Final después de Consulta Pública, preparado por la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo del Viceministerio de Turismo	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
11	DOCUMENTO	2013	Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
12	MESAS DE TRABAJO	2016-2017	Mesa Regional de Turismo de la Región del Sumapaz	Cámara de Comercio de Bogotá

Fuente: El Autor

4.5.- MARCO METODOLOGICO

4.5.1.- Área y línea de investigación:Según lo encontrado en la guía de opciones de grado y en el acuerdo 001 de Febrero de 2011 podemos analizar que este trabajo monográfico pertenece a:

1.- Área de investigación:Económica y competitividad de las empresas. Se eligió esta área porque creemos que encierra todo el contexto de este estudio en su parte económica como competitiva de la creación de empresas.

2.- Línea de investigación: Crecimiento y Desarrollo Económico Regional.Analizando el enfoque que tiene este trabajo se eligió esta línea de investigación porque se cree que este proyecto genera en la región un crecimiento socioeconómico.

El proyecto que se está desarrollando en este trabajo de grado pertenece a la actividad investigativa y dentro de ella a la modalidad “Proyecto monográfico tipo investigación” porque en él se desarrollan trabajos investigativos que integran reflexión, exploración y propuestas de solución o innovación con una estructura determinada y dirigida hacia un área específica, metodología por medio de la cual el estudiante pone en práctica los conocimientos adquiridos durante su proceso de formación.

4.5.2.- Programa de investigación:El programa en el cual se encuentra la estudiante que presenta este anteproyecto es en la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Programa Contaduría Pública.

4.5.3.- Metodología de la investigación

La metodología que se utilizó dentro del campo exploratoria de este proyecto fue tener conversaciones con habitantes de Municipios como Fusagasugá, Granada, Tibacuy,

Pasca, Soacha, pero especialmente de Silvania en su sector urbano y rural, también con el Alcalde, Concejales, personas que trabajan con el Turismo en el Municipio de Silvania, sobre la opinión que tienen acerca de la creación del Parque ecoturístico “las lajas”.

Después de dichas conversaciones e investigando sobre el tema, se llegó a la conclusión que es estrictamente necesario realizar un estudio de viabilidad, con el fin de conocer de una manera más veraz la opinión de los habitantes del Municipio y porque no de algunos Municipios aledaños, todo ello partiendo de la buena fe de los encuestados, también para realizar un estudio económico de lo que habría que invertirse en este proyecto para que se hiciera realidad.

Dentro del tipo de investigación que vamos a aplicar para conseguir la información se realizara una investigación exploratoria y cuantitativa. Se pretende aplicar muestreo poblacional por medio de una fórmula para así saber cuántas encuestas debemos aplicar a la población.

$$m = \frac{N}{(N-1) \cdot K^2 + 1}$$

N= Población (21.172 habitantes Municipio Silvania)

K= Margen de error (El máximo 10%)

La fórmula se desarrolló así:

$$M = \frac{21.172}{(21172-1) \cdot 10^2 + 1}$$

El resultado al desarrollar esta fórmula es que se deben aplicar 100 encuestas aproximadamente a la población del Municipio de Silvania, o en su defecto al 1% de la población total, en ese caso sería a 211 habitantes.

Se elaboró el modelo de la encuesta, siendo aprobado por el Asesor interno y la Coordinadora del Programa de Contaduría, se analizó una forma más práctica y económica de llegar a los habitantes para aplicar la encuesta, creando así una encuesta por la aplicación Google Forms, la cual es totalmente gratis y en línea. El link de dicha encuesta es:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfzmYmmYq8DcH731B0gjYU17FcIG4DMBs-Praymbst2DVZIRg/viewform>

Otro factor que se analizó es, ¿a quién va dirigida la encuesta? Lo que determinó que la aplicaríamos aleatoriamente a quienes quisieran contestarla, teniendo en cuenta:

- a.- Estudiantes de los diferentes colegios de la región de grados 11.
- b.- Comerciantes, conductores, amas de casa, pensionados, docentes y profesionales del Municipio y algunos Municipios aledaños como Granada, Soacha, Fusagasugá.

Para llevar a cabo la realización de dicha encuesta, se tomó el link que dio al crearla y se envió por medios electrónicos (whatsapp, Facebook, correo electrónico). También se aplicaron varias encuestas de forma impresa, especialmente a los estudiantes y comerciantes, luego se ingresaron por el link habilitado.

ESTADO DEL ARTE

4.6.- MARCO TEORICO

La historia del turismo data desde los principios de la humanidad, cuando a las personas pertenecientes a los grandes imperios y Monarquías del mundo, tenían el privilegio de viajar por todos aquellos lugares en los que existían catedrales, esculturas y riquezas de tipo cultural, así como bosques con fauna y flora sin explorar, las que eran interesantes conocer y visitar. Con el paso del tiempo, el avance de las diferentes civilizaciones y el descubrimiento de nuevos mundos como América, fueron surgiendo nuevos sitios a donde viajar, por otros medios de transporte como el barco. En el siglo XIX con el invento del ferrocarril y los vehículos motorizados, los habitantes fueron conociendo otros lugares mucho más interesantes por visitar. Luego en el siglo XX el invento de las aeronaves o aviones revolucionó totalmente tanto la economía a nivel mundial, como las formas en que se podía llevar a cabo una actividad turística. Es así como los viajes para a cualquier lugar del mundo se realizaban en menos tiempo.(Redacción, 2017)

Por esta razón surge el Ecoturismo o turismo ecológico que es la actividad que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Es una tendencia que busca compatibilidad entre la industria turística y la ecología, se trata de tener ética en el desarrollo de esta ya que, más allá del disfrute del viajero, intenta promover el bienestar de las comunidades locales, la preservación del medio natural y estimular el desarrollo sostenible.(Porto & Merino., 2009).

Enfocándonos un poco más en nuestro país podemos ver que el principio del turismo tuvo mucho que ver con los inmigrantes que llegaban de países vecinos y visitantes de Europa y Asia, dando como resultado que en el año 1954 se creó la Asociación Colombiana de Hoteles (Acotel), por el Gerente del Hotel Tequendama en Barranquilla;

luego se formó la Asociación Colombiana de Líneas Internacionales en Bogotá (Alaico)(Bligoo.com, 2016)

A partir de este momento el desarrollo del turismo en Colombia se realizaba de manera informal, según lo investigado no registran datos antiguos sobre entidades que regularan el desarrollo de esta actividad en nuestro país. Hay información sobre el crecimiento de visitantes extranjeros el cual aumento progresivamente hasta los años 80, después de esta época hasta el año 1990 el turismo tuvo un proceso de recesión bastante alto, por cuenta del narcotráfico y la violencia en el país.(Pareja, 1995).

A partir del año 1990 empieza a crearse normatividad para el ejercicio del turismo en Colombia y lo primero que encontramos es la ley 32 de 1990, por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de agentes de viajes en Colombia. De ahí en adelante el gobierno nacional ha creado normatividad para regular y controlar el desarrollo organizadodel turismo. Con la Ley 7 de 1991 se crea el Ministerio de Comercio Exterior que dentro de sus funciones tenía el hecho de manejar el sector del turismo en Colombia.(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2017).

Después de esta fecha encontramos muchos cambios a nivel de turismo en nuestro país, normas, leyes, entidades que se han preocupado por darle más fuerza dentro del sector socioeconómico a esta actividad. Tanto así, que el turismo en la actualidad ocupa el segundo lugar económico tanto a nivel mundial como en Colombia.

El turismo se ha convertido en eje fundamental en el desarrollo socioeconómico de cualquier lugar del mundo, de cierta manera un derecho adquirido a través del tiempo “derecho a disfrutar voluntariamente de actividades culturales, recreativas, contacto con el medio ambiente, entre otras de una manera sana y responsable”. Es por ello, por la diversidad que existe en nuestro país, que se ha convertido en un lugar atractivamente muy turístico, donde se práctica el contactos con la naturaleza en sus diferentes formas, ya que tiene muchas riquezas naturales, variedad en su geografía y ecosistemas diversos. (Aviatur, 2016).

Es así como se han creado diferentes maneras de acceder a estos atractivos, parques turísticos, parques naturales, turismo cultural e histórico, deportivo, gastronómico, religioso, parques de diversiones y otros, los cuales son disfrutados por extranjeros de todas partes del mundo, que vienen intrigados por conocer las maravillas que ofrece Colombia. (Bligoo, 2016)

Figura 26. Biodiversidad colombiana



Fuente: <http://www.aviatur.com/contenidos/colombia-biodiversidad>

En nuestro país, se dieron legalmente las primeras actividades de tipo turístico hacia el año 1954 gracias a los grandes atractivos turísticos que tiene Colombia. El auge de visitantes empezó a aumentar al través de los años hasta principios de los años 80, cuando el flagelo del narcotráfico y la violencia afecto social, política y económicamente las grandes ciudades y pequeños pueblos, fue una época en la cual el ingreso de extranjeros disminuyo ostensiblemente, aumentando el desplazamiento de nacionales llegando a ser, según estadísticas un país altamente peligroso para ser visitado.

Luego se inició por parte del estado la recuperación de la seguridad ciudadana, llegando a bajar los índices de violencia hacia los años 90. Los siguientes presidentes implementaron estrategias para recuperar la paz y tranquilidad en todo el país. Con el paso de los años esto se fue logrando, con lo cual se incrementaron los índices de turismo hacia el año 2000, época en la que estaba terminando el mayor período de violencia que vivió nuestro país. Se puede decir que la disminución de estos factores sociales, ayudo a que la imagen turística de Colombia fuera aumentando a nivel internacional, mejorando en aquellos sectores económicos en los que se vio más afectada. Ellos, los gobernantes de nuestro país después de esa época se han preocupado mucho por generar estrategias sociales, políticas, económicas, que ayuden al mejoramiento de la imagen de Colombia ante el mundo y al interior, fortaleciendo las fuerzas armadas, los organismos de control y apoyo civil, para que lleven a cabo su principal función “proteger a los habitantes del país, salvaguardar la integridad y la vida de la población civil”(Universidad Externado de Colombia, 2013).

Partiendo de lo macro a lo micro y habiendo realizado un pequeño resumen sobre antecedentes del turismo a nivel nacional, nos enfocaremos en el Departamento de Cundinamarca a nivel turismo. Los atractivos turísticos que posee este Departamento data de la época de la colonización, donde las diferentes tribus tenían su asentamiento, con innumerables riquezas, las que eran codiciadas por los conquistadores; también se habla de muchas leyendas las cuales hoy vemos reflejadas en sitios turísticos muy atractivos, como la Laguna de Guatavita, las Piedras del Tunjo, entre otras. De la misma manera, se puede entender que por su ubicación geográfica en el centro del país y a lo ancho de la cordillera oriental, posee una gran diversidad de pisos térmicos, albergando gran variedad de flora, fauna, paisajes naturales, espectaculares montañas, rocas, siendo los más nombrados, en casi toda la extensión de su territorio. Es así como se puede indicar que su fortaleza económica se base en su biodiversidad y gran práctica de deportes extremos por su variada geografía y relieve.(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015)

Según la información recopilada la mayoría de sectores turísticos de índole ecológico se encuentran ubicados hacia el norte del Departamento de Cundinamarca, lo que nos hace pensar, reflexionar y analizar en la creación de un lugar similar hacia el sur del Departamento. Naturalmente nos enfocamos en el Municipio de Silvania, a 65 Km de la ciudad de Bogotá, donde se tiene un clima de 23°, una geografía de Cordillera y en la cual se podrían desarrollar actividades de ecoturismo y deportes extremos.

4.7.- ANTECEDENTES

En el proceso investigativo para la realización de este documento, se han podido encontrar diferentes trabajos sobre el tema de turismo nacional y regional, todos ellos haciendo énfasis sobre la importancia del turismo como eje de la economía mundial, proporcionando estadísticas sobre el aumento o disminución del mismo. Todas estas estrategias que se han implementado las ha desarrollado la OMT (Organización Mundial de Turismo), organismo que fue creado en 1974, con el fin de promover el turismo en el mundo vinculado a las Naciones Unidas en el año 1976, teniendo como estados miembros 154, con sede en Madrid España

Figura 31. Edificio Organización Mundial de Turismo



Fuente: <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>

En Colombia se han realizado muchos informes, estudios, investigaciones sobre el desarrollo del Turismo Nacional, Regional y local, evidenciando que la mayoría de estos son elaborados como Tesis de Grado en diferentes áreas de la Educación. También las diferentes entidades como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se ha enfocado en realizar estudios que lleven a los Gobiernos Nacionales, Departamentales y Municipales a implementar estrategias que ayuden al aumento del Turismo, pero no solo con la creación de nuevas empresas dedicadas a ello, sino también reforzando la Seguridad Nacional. Un paso muy importante para que el Turismo tuviera mucha más pujanza en nuestro país ha sido “El proceso de Paz”. A continuación daremos a conocer algunos de dichos estudios y sus conclusiones y aportes a dichos procesos.

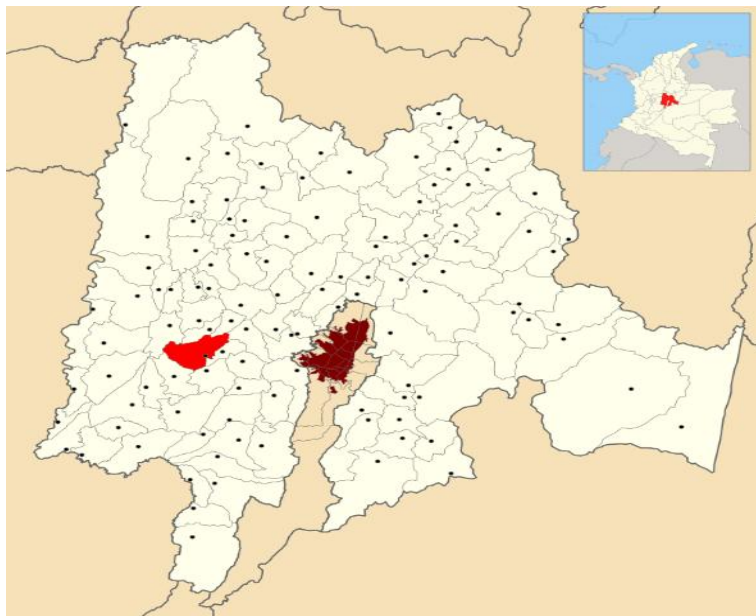
Después de la creación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el año 1991 como producto de la Fusión de los Ministerio de Comercio Exterior y de Industria, la responsabilidad de dicho Ministerio se ha extendido hasta el ámbito del Turismo el cual antes estaba a cargo del Ministerio de Comercio Exterior, pero según anotamos un

poco abandonado por falta de políticas o planes que hicieran que las actividades Turísticas en nuestro país tuvieran legalidad, control y vigilancia de una manera más estricta afín de practicar un Turismo Responsable y con seguridad para sus practicantes. Este Ministerio ha creado leyes como la Ley 99 de 1993. (Colombia, 1993)

El Ministerio creó como pilar en el área del Turismo un documento que lleva por nombre “Plan Sectorial de Turismo”, el cual cada gobierno debe estructurarlo dentro de su Plan de Desarrollo, teniendo en cuenta toda la normatividad vigente y otras recomendaciones de estudios realizados por el mismo, para su estructuración. Para este periodo de Gobierno se llama “Turismo para la construcción de la Paz” 2014-2018. (MINCOMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, 2014).

En otros documentos encontramos una investigación realizada por la Estudiante de la Universidad Nacional, Facultad de Agronomía, Juliana Andrea Combariza González, quien presentó este trabajo como requisito para obtener el Título de Magister en Ciencias Agrarias con énfasis en Desarrollo Empresarial Agropecuario, con el título de “El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa (Cundinamarca)”. En esta investigación se hace referencia y énfasis sobre las riquezas turísticas que tiene este Municipio, lo cual mejoraría notablemente las estadísticas de pobreza que se tienen sobre él, menciona que el Municipio es netamente agropecuario y sus habitantes por la falta de conocimiento sobre el tema de turismo, su cultura y tradiciones no alcanzan a dimensionar los beneficios y las ventajas económicas, sociales y otras que se pueden llegar a obtener como Municipio al explotar las riquezas turísticas que tienen a su alrededor, en este trabajo la investigadora realiza un recorrido cronológico al través del tiempo en el desarrollo rural que ha tenido este Municipio.

Figura 40. Ubicación Municipio de la Mesa-Cundinamarca



Fuente: <http://www.Municipio de la Mesa-Cundinamarca>

Al final del documento da sus conclusiones y recomendaciones acerca del tema, dentro de las cuales tenemos la más importante y es que el Municipio adopte alternativas de turismo que no generen conflicto, no afecten el ecosistema, no intervengan en el desarrollo económico de forma negativa, pero que sirvan para aprovechar la riqueza histórica, cultural, y natural que este tiene. (Juliana Andrea Combariza González, 2012)

El siguiente documento del cual se tomó información a nivel de turismo para este trabajo se llama “Plan de negocios para la creación de una empresa de servicios turísticos en la Ciudad de Bogotá”, elaborado por Guillermo José Arenas Blum y Daniel Montes Arboleda de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. En este documento ellos realizan una investigación sobre los servicios que las diferentes empresas de turismo prestan a los turistas nacionales y extranjeros en la ciudad de Bogotá. En esta investigación se dictamina que las empresas de turismo en Bogotá realizan énfasis básicamente en

tiquetes aéreos, hospedaje, alimentación, pero no ofrecen paquetes en los cuales promocionan recorridos por la sitios culturales, arquitectónicos, religiosos, diversión u otros que se ofrecen en la ciudad capital, los cuales son de gran interés e importancia a nivel global. En caso que turistas extranjeros o nacionales pretendan visitar los sitios turísticos y culturales deben recurrir a empresas particulares que tienen guías especializados en estos temas.

Los autores realizaron una investigación a través de la Secretaria de Turismo de Bogotá en el cual encontraron los siguientes datos: “el turista que visita la ciudad pernocta en promedio 4 noches y las principales actividades que realizan son: asistir a eventos culturales (33%), visita a sitios turísticos (24%), ir de compras (12%), comer en restaurantes (11%) y diversión nocturna (2%). Los principales factores que motivan a los turistas a regresar a Bogotá son: atractivos turísticos (47%), amabilidad de los bogotanos (34%), oferta cultural (28%), oferta gastronómica (19%) y diversidad de centros comerciales (9%)”. Con base a esta investigación pretenden saber si existe o no la viabilidad para la creación en la Ciudad de Bogotá de una empresa que ofrezca paquetes turísticos completos. Para saber si la Empresa D.C. Tours Ltda., es una buena inversión en el área del turismo en la ciudad de Bogotá, se aplicaron unas encuestas en los sitios más visitados turísticamente por colombianos y extranjeros en la Ciudad de Bogotá. (Instituto Distrital de Turismo, 2007)

A través de ella llegaron a realizar unas estadísticas de los productos que se pueden ofrecer, para ampliar y mejorar el servicio turístico en la Ciudad de Bogotá. De acuerdo con el resultado de estas encuestas, esta empresa cree que su mayor fortaleza son los servicios que aún no se prestan con frecuencia y ese será su valor agregado en el cual trabajaran para que se convierta en su principal producto a vender. Ellos realizaron también análisis de mercados, administrativo, técnico, financiero y ambiental, todo esto

con el fin que este estudio tenga más enfoque local y se convierta en un valor agregado a los trabajos de investigación en el sector turismo.

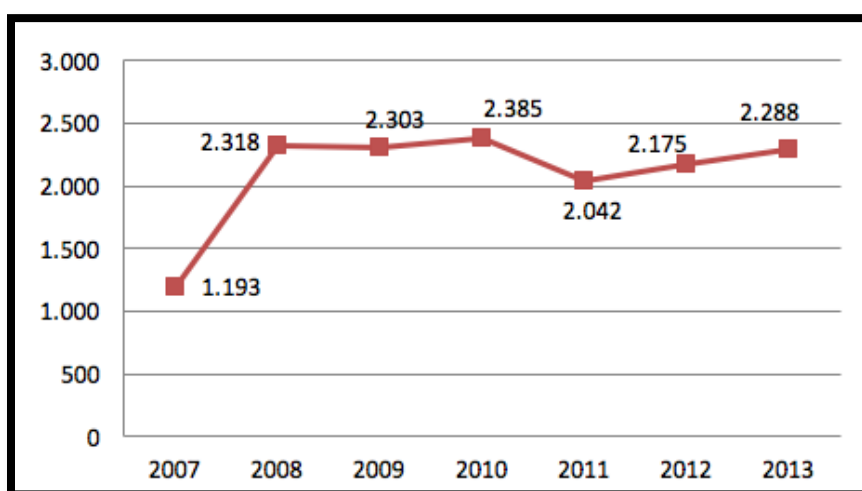
Después que realizaron este proyecto, ellos concluyeron que es viable ya que tienen ventajas comparativas, como planes que llevan a desarrollar turismo religioso, cultural, deportivo, ecoturístico, etc., con planes completos que incluyen transporte, alimentación, hospedaje y otros servicios que otras empresas no ofrecen aún, ellos pretenden competir con precio y calidad en la prestación de sus servicios. (Arenas & Montes, 2008).

En relación con el temas del turismo se han conocido otros documentos, en este caso un artículo que se denomina “Turismo en Colombia: resultados del sector (2007-2010)”, elaborado por Alexander Zúñiga Collazos y Marysol Castillo Palacio, de la Universidad Santiago de Cali y Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Colombia, respectivamente. En este artículo los autores pretenden verificar las investigaciones que se encuentran sobre el turismo en Colombia, para conocer los resultados de las mismas en el sector. Todo ello realizando un análisis reflexivo de dichas investigaciones.

Ellos realizan un breve recorrido por el turismo a nivel internacional, sus diferentes clases, plasman estadísticas referenciadas de otros textos. Después de ello hacen énfasis sobre el sector turístico en Colombia con concepto de varios autores, en estos conceptos dicen que para el año 2010, Colombia ampliando la cobertura en el sector del turismo, ha crecido significativamente en la última década. Hacer referencia a los datos obtenidos de información dada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2010). “En el año 2000 llegaron a Colombia 557.280 viajeros extranjeros,

y de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (2011) el número de turistas internacionales que visitaron Colombia en 2010 fue 2,38 millones, lo que supone haber multiplicado por cuatro el número de visitantes en la última década”.(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011).

Fuente: Organización Mundial de Turismo (2014)



Fuente: Organización Mundial de Turismo (2014)

En dicha investigación los autores desarrollaron una metodología de antecedentes y referentes, basándose en la recolección de datos emitidos por la Organización Mundial de Turismo (OMT) y del Ministerio de Comercio, Industria y Comercio (MCIT) entre los años 2008-2010. Ellos, para realizar sus investigaciones sobre el ámbito turístico y su competitividad consultaron la base de datos de la página SciVerseScopus, la que es considerada la mayor base de datos de compendios sobre muchos temas, realizando énfasis en el sector del turismo. Es así como en las conclusiones muestran que las publicaciones sobre turismo en Colombia son mínimas, que se han incrementado respecto a años anteriores, que los problemas de economía mundial y local afectaron el crecimiento del sector turístico para los años 2007-2010, aunque después de las

políticas que el Estado tomo, las condiciones para desarrollar turismo en Colombia han mejorado. Este análisis presentó “claras indicaciones del crecimiento del sector turístico en los últimos años a pesar de las deficiencias existentes y de acuerdo a los índices de competitividad donde Colombia ocupa el lugar 77 de 139 países”. (Zuñiga & Castillo, 2010)

Continuando con el desarrollo de la temática encontramos un documento muy interesante emitido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, dirección de calidad y desarrollo sostenible, llamado “Sistemas de Indicadores de Competitividad para el Turismo Colombiano (2008)”. En este documento el Ministerio pretende dar a conocer cómo ha evolucionado el turismo en nuestro país, habla sobre el hecho que a pesar que en nuestranación existen ventajas comparativas en el sector, aun nos vemos afectados en su crecimiento por factores externos, también hace énfasis sobre el Plan Sectorial de Turismo y las estrategias que en él se encuentran para hacer que el turismo en nuestro territorio sea más competitivo a nivel mundial.(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011).

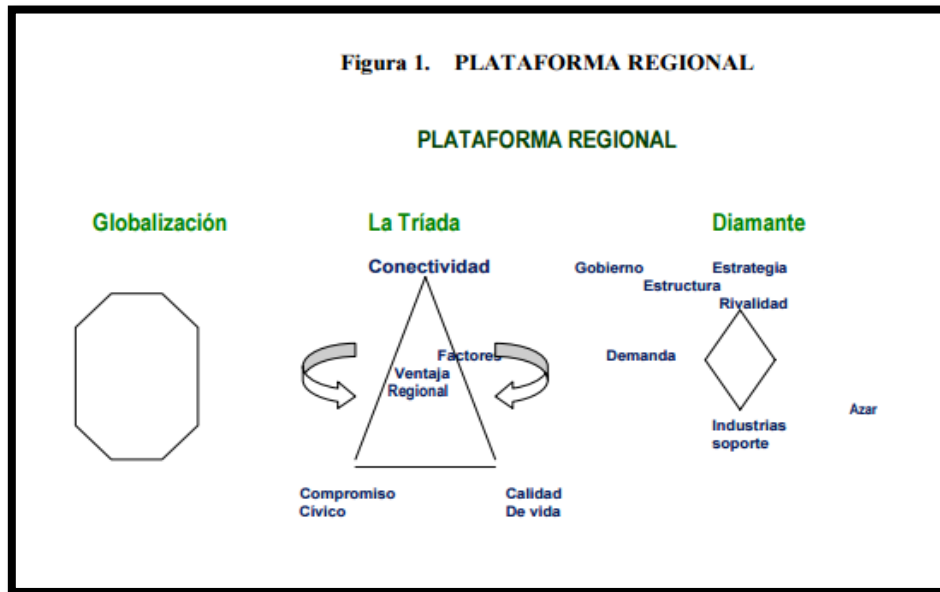
Dentro del desarrollo de las políticas públicas por parte del estado, se ha incorporado un enfoque conceptual, que debe tener coherencia entre los proyectos y las acciones regionales, nacionales e internacionales; estas metodologías han permitido desarrollar varios enfoques: de determinantes, de estructura o sistemático y con énfasis regional. El desarrollo de estos enfoques viene de estudios realizados por diferentes entidades entre ellas MCIT, sobre el resurgimiento gradual del turismo en Colombia a partir del año 2000. Estos estudios muestran otros factores que el estado a partir de sus diferentes planes debe desarrollar para que el turismo se convierta en uno de los principales componentes económicos en nuestro país, ya que como sabemos tenemos la mayor biodiversidad étnica, cultural y natural del mundo.

En el enfoque determinante propuesto por el MCIT, podemos relacionar todos los factores de competitividad a largo plazo, como la oferta, la demanda y las empresas relacionadas con el sector, que deben dar lo máximo de su propia capacidad competitiva, uniendo fuerzas para alcanzar mayores niveles competitivos. Para llegar a la realización de las estrategias de este enfoque se tuvieron en cuenta estudios como: “Bases para una política turística” formulado desde el año 1991 de manera anual por el MCIT; “Política Turística 1995-1998”; “Estudio de Competitividad del sector Turismo” 1996. Todos estos documentos han generado estrategias que quedaron plasmadas allí, pero que muchas de ellas aún no se han desarrollado.(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011).

El enfoque sistemático o de estructura, que propone el MCIT habla del análisis de las condiciones estructurales que se necesitan para ser más competitivos y está conformado por cuatro niveles fundamentales: La meta, implementar estrategias para la construcción de los lugares; los recursos, el mercado al que se pretende llegar; macro, se apoya en la economía fiscal, la consecución de recursos por medio de políticas públicas económicas (privado y estatal), deben incidir en la redistribución de los ingresos y ayudar al crecimiento económico; meso, genera la investigación, el desarrollo de productos, procesos y mercados que se deben convertir en sectores potencialmente competitivos (clústers) aumentando las exportaciones; micro, aquí vemos lo regional, las pequeñas organizaciones beneficiadas con la asociación de los niveles (la meta, lo macro y lo meso)(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011)

En el Enfoque regional el MCIT realiza énfasis sobre las deficiencias que se tienen en el desarrollo del turismo en Colombia, (Porter y Fairbanks 1999), en los que determinan falta de cooperación entre empresas, dependencia de factores básicos, falta de conocimiento de clientes, falta de integración, actitud defensiva, entre otros. De acuerdo con estudios realizados por la firma Monitor para la Cámara de Comercio de Bogotá (1997), se debe trabajar sobre dos grandes niveles: Plataforma Regional, que

Figura 49. Sistemas indicadores para la Competitividad Turismo Colombiano



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia

tiene inmerso 7 formas de capital (globalización, conectividad, compromiso, calidad de vida, estrategias, gobierno, estructura, el desempeño de las regiones y el ambiente competitivo que conserva los pilares básicos de la Teoría Porteriana (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011)).

Lo que el MCIT pretende con la elaboración de este documento es dar unas pautas para la implementación de cualquier tipo de actividad turística en nuestro país, siguiendo un proceso lógico a nivel corporativo, siendo este una guía para mejorar las falencias que se han detectado a través del tiempo en el sector.

4.8.- REFERENTES

En esta parte, nos enfocaremos en evidencias particulares existentes en la investigación actual del Turismo, en la manera como el gobierno nacional a través del MCIT, ha creado normas favorables para la práctica del turismo en nuestro país, también

haremos énfasis en la evolución y el crecimiento que ha tenido el sector a partir del año 2012, los factores externos e internos que han contribuido al mejoramiento de la seguridad, la economía, la sociedad y otros sectores de gran importancia en el país para un desarrollo sostenible.

Vemos que muchas revistas a nivel local realizan diversos artículos sobre el tema del turismo nacional e internacional, el siguiente fue elaborado por Giovanny Fernando Benavides y publicado en la Revista “Suma de Negocios”, se llama “Las Políticas públicas del turismo receptivo Colombiano”. En ese documento el aborda los elementos claves de la política turística implementada en Colombia durante la última década, que se inició al tiempo con el plan de seguridad democrática, en la cual se generó una presencia más fuerte de las instituciones de seguridad en el territorio nacional, generando un ambiente más favorable para la inversión y el turismo. Es así como, la política turística en Colombia va dirigida al mejoramiento de los indicadores de competitividad y el aprovechamiento de los recursos. El concepto del autor sobre la responsabilidad del estado en el desarrollo del tema de turismo es: “Como primer paso, el gobierno es quien debe estimular el comienzo del sector turístico dando lugar a la creación de la oferta turística, suministrando la infraestructura que se requiera para iniciarla; a su vez, es quien debe promover el país como destino turístico tanto a nivel interno como externo, la gestión del conocimiento y superar los modelos de competencia basados en el precio (Molina, 2007, p. 20)”(Benavides, 2012).

También el autor hace referencia a las funciones que tiene el estado en sus políticas públicas aplicadas al sector del turismo. Dice que tiene factores importantes y en orden jerárquico que beneficia el cumplimiento de las metas propuestas en el sector:

Debe estimular, promover, planificar, armonizar, coordinar y garantizar el crecimiento del sector por medio de la creación de empresas que cumplan con los lineamientos establecidos.

En el artículo el autor menciona algunas normas o leyes básicas que ha creado el MCTI para el Sector del Turismo en Colombia, y hace énfasis sobre la responsabilidad del Estado en el cumplimiento de las mismas. Al final del documento el autor da recomendaciones sobre la aplicación de las políticas públicas creadas por el Gobierno, con el fin de se haga énfasis al turismo a nivel interno aprovechando los recursos que se tienen en el país y no sobrecargando los sectores turísticos más conocidos como las zonas costeras o playas, también hace énfasis en procesos de investigación sobre el tema, la innovación, creación de empresas con calidad y servicio, tratar de internacionalizar el turismo ya que se está convirtiendo en una actividad económica importante, todo ello conservando el medio ambiente y respetando la normatividad vigente creada por el MCIT.(Giovanny Fernando Benavides, 2015).

El observatorio de desarrollo económico de la ciudad de Bogotá, también ha realizado publicaciones acerca del turismo regional, en este caso sobre Bogotá, haciendo énfasis sobre el turismo rural, el Artículo se llama “El turismo rural: una oportunidad para Bogotá” elaborado por Deison Luis dimas Hoyos.

Figura 58. Turismo Rural en Bogotá



Fuente: Observatorio de Desarrollo Económico

Dentro del plan de desarrollo de la ciudad de Bogotá, la actual administración, da al sector del turismo una gran importancia ya que representa la oportunidad de desarrollo social y económico, llegando a los sectores de reserva forestal, parques, humedales, etc., para darlos a conocer como atractivos turísticos de gran importancia. La administración distrital en cabeza del alcalde Enrique Peñalosa ha dicho de la Ciudad de Bogotá que: “La ciudad tiene un gran potencial por sus atractivos, servicios y la calidad de sus gentes al acoger al visitante sin embargo, falta reforzar y mejorar estos potenciales y generar grandes ventajas competitivas, para que se consolide la condición de la ciudad con sus atractivos, para aumentar la permanencia de los viajeros en ella.

Sobre el auge del turismo en la ciudad de Bogotá el autor Deison Luis Dimas después del análisis dice: “Actualmente los análisis económicos realizados sobre el sector turístico, solo han realizado monitoreo sobre la demanda y muy poco sobre la oferta. Las variables de seguimiento de la demanda son: la duración, el tipo de viajero, el modo de transporte y el alojamientos de los turistas”(Hoyos, 2016)

En este documento el autor concluye que la ciudad de Bogotá por la calidad de sus suelo rural tiene mucho que ofrecer en materia de turismo ecológico, que las Administraciones de los últimos 15 años se han preocupado mucho por invertir en este sector para su crecimiento económico con el fin de conocer los servicios a ofrecer, por tanto se debe realizar un trabajo de campo en el cual se lleve a cabo un diagnóstico y recopilación de la información de los sitios con los cuales cuenta la ciudad para practicar el Turismo rural.(Hoyos, 2016).

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo durante los últimos años ha enfocado un poco más su trabajo hacia crear normatividad para el desarrollo de un turismo responsable a nivel nacional y regional, a través de muchos procesos ha dado una caracterización especial a sitios de reserva forestal, embalses, lagunas, áreas de recreación parques naturales, etc., todo ello con el fin de tener mayor control sobre la utilización del medio ambiente. Dicha normatividad la podemos conocer en la página del Ministerio.

Continuando con el desarrollo de este artículo, se puede analizar que en la última década en Colombia el sector del turismo ha sido visto con ojos diferentes, los numerosos y diferentes estudios estadísticos, investigaciones y otros sobre el tema han dado a conocer que es un buen sector para invertir, por su alta rentabilidad, el auge que presenta y el factor más importante la biodiversidad natural que tiene Colombia. Es así como el principal objetivo ha sido, después de ver un enfoque global sobre el turismo en Colombia, llegar al análisis de la Región del Sumapaz, específicamente el Municipio de Sylvania.

Hace 6 años la Asociación Asocentro, realizó un estudio sobre el turismo en la Región del Sumapaz en cabeza del Dr. Gustavo Toro y la Dra. Ayda Suescún, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá. En este estudio tuvieron en cuenta lo siguiente: fase diagnóstica, fase estratégica y el plan operativo de cada Municipio en el tema de turismo, también analizaron los diferentes prestadores de servicios turísticos, competitividad, sostenibilidad, promoción, comercialización, planes de ordenamiento territorial. Dicho estudio llamado “Plan de desarrollo turístico. turismo + deporte + suma paz” dio como resultado que el enfoque turístico en la Región del Sumapaz es el deporte y se dio a conocer a todos los prestadores de servicios turísticos de la provincia el viernes 25 de Marzo, en el Hotel Catama, salón de eventos en Fusagasugá como

“Consejo provincial de turismo zona suma paz”.(Asociación de Municipios de la Sabana, 2016).

En los últimos tres periodos el gobierno Municipal de Silvania Cundinamarca, en especial en el del alcalde William Mahecha Sasipa se ha dado especial importancia al sector del turismo, implementándolo en el Plan de Desarrollo Municipal, creando el cargo de jefe de turismo, persona encargada hasta la fecha de recopilar, analizar e interpretar información acerca de las ideas de desarrollo turístico que pueden tener los habitantes del Municipio en sus diferentes sectores, tanto rural como urbano. Es así como en el año 2010, dentro del banco de proyectos de inversión del Municipio se creó un proyecto llamado “Turismo para el Desarrollo” (Alcaldía Municipal de Silvania, 2013).

El sector turismo en el municipio de Silvania ha venido creciendo paulatinamente después de la época de violencia que también lo afectó, ayudando a este crecimiento la realización de la doble calzada Bogotá-Girardot, que cruza por el municipio, disminuyendo el tiempo de desplazamiento desde la ciudad de Bogotá, lo que ha sido muy favorable.

Figura 67. Las Lajas Subia Pedregal



Foto tomada por el autor

Es así como muchas veredas se han convertido en ejes turísticos, ya que los propietarios de grandes haciendas, las han convertido en lugares de contacto con la naturaleza, descanso y desarrollo de actividades recreativas. Realizando un análisis global según un informe de Sinap 2014, las áreas protegidas en nuestro país tienen una descripción específica de acuerdo a su ubicación. En Silvania el área ubicada en la Cordillera de Subia, va desde Subia Oriental, hasta Peñas Blancas en la Vereda San José, está dentro de la Reserva Forestal Protegida Regional, lo que quiere decir que su conservación y explotación está a cargo del Municipio, quien debe cumplir con la normatividad vigentes(Sinap, 2014).

En los últimos meses la Ministra de Industria, Comercio y Turismo María Claudia Laucature, está preparando un documento en el cual propone que en las Áreas del Sistema de Parques Nacionales de Colombia, se cree para sus visitantes infraestructuras que permitan su hospedaje y alojamiento, el gobierno mediante este documento, pretende darle mayor importancia a las necesidades del turista. Considera que la infraestructura turística es un elemento básico para el desarrollo del turismo a nivel regional y nacional. También dentro de este tema la Ministra da importancia a los medios de acceso a los sitios turísticos, vías de comunicación, aeropuertos, servicios públicos, servicios médicos y otros factores importantes que surjan en el desarrollo de dicha actividad en cualquier lugar de nuestro país. Ella hace referencia también a que la normatividad sobre la conservación del medio ambiente no está de acuerdo con la actividad turística lo cual afecta mucho al sector en el desarrollo de la misma.(Periodico El Tiempo, 2017)

Toda esta investigación nos lleva a concluir que en el Municipio de Silvania por su ubicación estratégica, se necesita implementar un proyecto turístico de gran envergadura que ayude a la población a fortalecer los sectores agropecuarios,

económicos y sociales del Municipio. Por ello, se ha creado un proyecto llamado “Parque ecoturístico “Las Lajas” ubicado en la vereda Subia Pedregal, sobre la cordillera oriental. Actualmente se está implementando el estudio de la viabilidad para la creación del mismo, conociendo que para la aprobación de un proyecto en cualquier sector económico de nuestro país se deben realizar unos estudios previos de viabilidad y factibilidad.

También se analiza que el auge en los últimos años del ecoturismo se debe a varias causas, entre ellas, fundamentalmente al hecho que es más barato que cualquier otro tipo de turismo, lo que ha llevado a que muchas personas de acuerdo con la situación económica mundial que se está viviendo, elijan este como medio para disfrutar de unas vacaciones sin necesidad realizar una gran inversión económica. Pero esta no es la única ventaja del turismo ecológico, también existen otras como las siguientes:

- ❖ Permite descubrir rincones naturales y rurales de gran valor y belleza.
- ❖ Da la oportunidad de tener contacto con la naturaleza alejándose del bullicio y la contaminación de las grandes ciudades.
- ❖ Es ideal para relajarse y descansar.
- ❖ Hace que los turistas que se atrevan a conocerlo realicen un sinnúmero de actividades al aire libre tales como rutas de senderismo, paseos a caballo, escalada en roca, contacto con la naturaleza, etc.

Se debe tener en cuenta que el turismo ecológico, practicado en pequeñas poblaciones o Municipios, reactiva la economía, la sociedad y todo su entorno, siendo así lugares más prósperos económicamente hablando.

5.- CRONOGRAMA

Cuadro 2. Cronograma

		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																														
		2016														2017																
		AGOSTO		SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				FEBRERO				MARZO				ABRIL			MAYO					
FASES	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
FASE PREPARATORIA	1.- Presentación del Anteproyecto ante el Comité de Opciones de Grado	■	■																													
	2.- Presentación de correcciones			■	■																											
	3.- Revisión preliminar del Anteproyecto por parte del Asesor.					■	■	■																								
	4.- Reunión entre el Asesor y estudiante para proporcionar las observaciones respectivas, y realizar las correcciones.								■	■	■																					
	5.- Presentación de las estrategias para el cumplimiento del objetivo del Trabajo.											■	■																			
FASE MEDIA	6.- Revisión y Aprobación de la encuesta a aplicar.																	■														
	7.- Incorporación de la encuesta a medios tecnológicos. (wasap)																		■													
	8.- Aplicación del Estudio de Mercado (Encuesta)																			■	■											
	9.- Recopilar, tabular y analizar la información del Estudio de Mercados																				■	■	■									
FASE FINAL	10.- Consolidación de la información en el Proyecto y aprobación del Trabajo de Grado por parte del Asesor																							■	■	■	■	■				
	11.- Presentación del Trabajo de Grado ante el Comité de Opciones de Grado																												■			
	12.- Sustentación y aprobación del Trabajo de Grado																													■		
Elaborado		por														el																Aut

6.- DESCRIPCION DEL PROYECTO

6.1.- CONSTITUCION Y ACTIVIDAD ECONOMICA DE LA EMPRESA.

El parque ecoturístico “Las Lajas”, será un sitio natural, ubicado en la vereda Subia Pedregal, Municipio de Silvania, Departamento de Cundinamarca que tendrá como actividad económica principal la prestación del servicio de turismo, entretenimiento

Figura 74. Foto Subia Pedregal La Laja



natural y practica de deporte extremo, en la Región del Sumapaz.

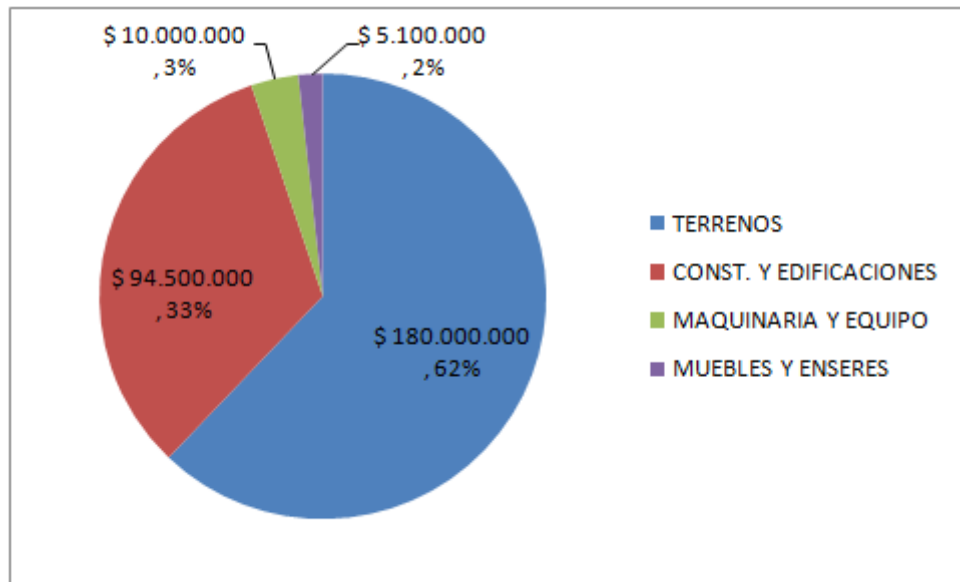
Foto tomada por el autor

La forma de constitución de la empresa parque ecoturístico “Las Lajas”, será por una sociedad de Acciones simplificada o S.A.S., ya que es la más acorde para el cumplimiento de los objetivos de esta. Se constituirá con el cumplimiento de todos los requisitos que contempla la ley 1258 de 5 de diciembre de 2008, sobre creación de S.A.S., vigente en la actualidad. (Congreso de la República de Colombia, 2008).

El costo total de la inversión inicial será el siguiente:

RESUMEN TOTAL INVERSION INICIAL	
AÑO	1
CONCEPTOS	
TERRENOS	\$ 180.000.000
CONST. Y EDIFICACIONES	\$ 94.500.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 10.000.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5.100.000
TOTAL INVERSIONES	\$ 289.600.000

Es así como se generará un total de 28960 acciones a un valor de \$10.000 cada una esto con el fin de que la adquisición de dichas acciones sea más asequible y genere la participación de los habitantes y comerciantes de la zona.



Además de los requisitos de dicha ley, se debe cumplir con los siguientes para la creación de empresa:

- ❖ Formulario RUT (Registro Único Tributario), el cual es expedido por la DIAN
- ❖ Documento por medio del cual fue constituida la empresa bajo la figura de persona natural o jurídica.
- ❖ Fotocopia del documento de Identidad del Representante Legal de la Empresa.
- ❖ Diligenciar el Registro Único Empresarial.

Cuando se tienen estos documentos se debe ingresar a la página www.rue.com.co para verificar que el nombre que se le da a la nueva empresa, no esté siendo utilizado por otra empresa. Se debe solicitar con estos documentos la Matricula Mercantil ante la Cámara de Comercio que corresponda de acuerdo al lugar donde se creará la empresa. (Cámara de comercio, 2017)

La actividad turística como tal no tiene un Código CIIU específico, pero la que más aplica en este caso es:

94908 Circos, pistas de patinaje y otros servicios de diversión y esparcimiento.(Cámara de comercio, 2017)

En cuanto a beneficios económicos que existan en el Municipio de Silvania en este momento para la creación de empresa o generación de empleo no encontramos ninguno estipulado por ley norma o decreto que pueda aplicarse en el caso que se cree el Parque Ecoturístico “Las Lajas”.

6.2.- DESCRIPCION DEL LUGAR

Figura 79. Paisaje camino a la Laja



Fuente: Foto tomada por el autor.

El parque ecoturístico “Las Lajas”, será un sitio turístico natural, estará ubicado en la vereda Subia Pedregal, Municipio de Silvania, Departamento de Cundinamarca, a 30 minutos de la capital, por la vía Bogotá-Girardot Km.37; funcionaran sus instalaciones en un área de 6.400 M2; de la vía principal hasta la entrada al parque son 2.800 metros,

por una carretera destapada en muy buen estado, caminando, el recorrido se hace en 30 minutos y en carro de 10 a 15 minutos. Los paisajes que se observan por el camino son muy exóticos rodeados de piedras con formas extrañas y diferentes tamaños, árboles, cascadas, riachuelos que no son comunes, también cultivos de los frutos de la región. En este lugar se tendrán inicialmente atracciones naturales, caminatas, agroturismo para visitantes de la Región del Sumapaz. Posteriormente se pretende implementar la práctica de los deportes extremos.

6.3.- ESPECIFICACIONES DE LOS SERVICIOS

El Parque ecoturístico “Las Lajas”, ofrecerá al turista dentro de su portafolio los siguientes servicios:

6.3.1.- Zona de caminata ecológica

Figura 88. Foto base de la Laja



Foto tomada por el Autor

Caminos en piedra que rodea la base de la laja y sus alrededores, es un camino antiguo, según cuenta la historia elaborado por los indígenas y habitantes de la región hace más de 40 años, con el fin de comunicarse con el Municipio de Tibacuy, en este

recorrido los visitantes puedan disfrutar de la naturaleza, los diferentes paisajes que ofrece el parque. Tiene una extensión de 1200 metros a la redonda y de ancho 2 metros.

6.3.2.- Zona de comidas

Figura 97. Modelo Restaurante



Restaurante “Mama vieja” donde se encontrarán comidas típicas de la región y de las regiones aledañas, o también típicas nacionales. Se construirá en un área de 80 mt², construcción en guadua, estilos invernadero, con acabados en esterilla de caña, la teja eternit estilo colonial, los pisos en baldosín y granito.

6.3.3.- Zona bebidas

Se construirán tres kioscos en guadua ubicados en puntos estratégicos en el camino que rodea el parque, en los cuales se venderán bebidas, jugos típicos de la región y golosinas para mayor comodidad de los turistas.

6.3.4.- Zona de camping

Se ubicará en la parte plana y alta del Parque, con una extensión de 80 mts cuadrados debidamente adecuado para tal fin. Se instalarán camping de diferentes capacidades para el alquiler de los visitantes.

6.3.5.- Escalada a la laja

Los visitantes que deseen bajo su responsabilidad subirán la laja con acompañamiento de un guía turístico especializado, los cuales han sido entrenados con anterioridad y darán a los visitantes todas las indicaciones al respecto, se calcula que subirán en grupos de 10 personas con dos guías. También colaborarán en el ascenso y descenso de la laja los voluntarios de la Defensa Civil, ya que también han sido capacitados para ello.

Figura 106. Escalando la laja



Foto tomada por el autor.

6.3.6.- Caballerizas

Se prestará también el servicio de caminata ecológica en caballo, se contará con seis animales de raza normal y totalmente amaestrados, los cuales serán de algunos propietarios de fincas aledañas. Las caballerizas se ubicarán en un área de 80 mts cuadrados, este servicio se prestará especialmente los fines de semana.

Figura 121. Caballeriza actual



Foto tomada por el Autor

Figura 112. Modelo caballeriza remodelada



Foto tomada Jhon Jairo Garzón

6.3.7.- Vivero

Figura 130. Foto modelo vivero



Foto tomada Jhon Jairo Garzón

Se creara un vivero, estilo invernadero cuya construcción será en guadua o hierro, en un área de 20mts cuadrados, lugar en el cual se tendrán flores exóticas típicas de la región, plantas ornamentales, frutales y de gran variedad, para que los visitantes puedan adquirirlas con precios moderados.

6.3.8.- Zona de tienda y artesanías

En Silvania existen muchos artesanos, se contará con ellos para que elaboren diferentes manualidades para que los visitantes se lleven un recuerdo de la región. Este se construirá en ladrillo a la vista, con teja de eternit y en baldosín, en un área 20 mts. cuadrados.

6.3.9.- Lanzamiento en rapel:

Figura 139. Modelo lanzamiento en rapel



Fuente: Rapel. www.radiorn.m

Esta actividad será innovadora en la región del Sumapaz ya que en la actualidad no existe un sitio donde se pueda realizar, del desarrollo de la misma estará encargada la Defensa Civil, quienes están capacitados para manejar este tipo de deporte extremo y tienen los implementos necesarios para ello.

7.- ANALISIS DEL ENTORNO

Este análisis se desarrolló teniendo en cuenta las últimas informaciones obtenidas por parte de habitantes de la región a quienes se les pregunto de manera verbal su opinión sobre dicho proyecto, también se realizaron investigaciones sobre el Sector del turismo en nuestro país y la región en diferentes páginas virtuales. Se llevó a cabo como requisito para el estudio de la viabilidad para la creación del Parque.(HISPAVISTA, 2016)

7.1.- DEBILIDADES: Es muy difícil saber que debilidades se pueden tener sin estar funcionando, por el momento se deben evaluar las posibles debilidades que llegasen a existir de acuerdo con las investigaciones realizadas en el sector turismo en el Municipio de Silvania, encontramos las siguientes:

- Desconocimiento sobre el tema del ecoturismo por parte de los habitantes de la región. Falta de conocimiento del lugar donde se creará el parque.
- Pocos profesionales en el tema del ecoturismo en la región o el Municipio.
- Falta de conciencia ambiental en el cuidado de los Recursos Naturales

7.2.- OPORTUNIDADES: Las oportunidades que podemos encontrar en la creación del Parque ecoturístico son las siguientes:

- La variedad de paisajes que existen en el sector, lo que es muy llamativo para los practicantes del Ecoturismo en la región
- Involucrar a las habitantes del Sector y del Municipio en el desarrollo de esta Actividad, personas que se verán beneficiadas, conocer sus ideas para mejorar estrategias de mercadeo o ideas para crecer
- Incentivar el Turismo en este sector, donde hasta ahora no existe un parque ECOTURISTICO con estas características, que pretenda conservar el medio ambiente y la biodiversidad.

- Dar a conocer el Municipio de Silvaniaa nivel de la Zona del Sumapaz, en el Departamento y la Nación, ya que este proyecto generaría empleo en la región, reactivando la Economía del sector y del Municipio.

7.3.- FORTALEZAS: Las fortalezas las podemos identificar principalmente en:

- El fácil acceso al lugar y la biodiversidad que existe allí.
- Las personas gestoras de este proyecto, tienen un gran sentido de pertenencia con el Municipio, han nacido y vivido la mayor parte de sus vidas en la Región, por tanto su mayor interés es la prosperidad de los habitantes del Municipio.
- Los habitantes del sector son personas con gran valor humano, carisma, amabilidad, quienes tienen mayor interés que los visitantes se lleven una imagen positiva de la región y sus gentes.

7.4.- AMENAZAS: Las amenazas pueden estar involucradas con la situación económica y social que este atravesando el sector en el momento de la creación del Parque, y pueden ser las siguientes:

- La falta de apoyo de las entidades del Estado en los temas turísticos frenando el normal desarrollo de dichas actividades en la región.
- Que se incorporara en este mercado sectorial una empresa que tuviera las mismas o similares características y dentro de la misma región.
- Que el servicio prestado no sea satisfactorio para algunos clientes y dañen la imagen del Parque ante los demás que pretendan visitarnos.

8.- PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

El proceso organizacional es la parte fundamental de una empresa y se complementará con el avance de la viabilidad del proyecto en toda su estructura.

8.1.- PROCESO ORGANIZACIONAL.

8.1.1.- Misión

El parque ecoturístico “Las Lajas” está ubicado en la Vereda Subia Pedregal del Municipio de Silvania, es una empresa que pretende satisfacer las necesidades de una sociedad en el tema turístico, laboral, ambiental, social y económico, ofreciendo diferentes servicios, contando con un talento humano de calidad, para que nuestros clientes puedan aprovechar el tiempo de permanencia en nuestro parque, teniendo como principal objetivo mejorar la calidad de vida de nuestros visitantes, siempre preservando el medio ambiente como eje vital para la existencia del ser humano.

8.1.2.- Visión

El parque ecoturístico “Las Lajas” se consolidará a nivel de Ecoturismo en el año 2025 como una empresa pionera dentro del Municipio de Silvania y la región del Sumapaz, ofrecerá a los habitantes y turistas la mejor opción de nuevas experiencias en contacto con la naturaleza y el medio contando con un talento humano que tiene amplia experiencia en temas de diversión recreación y contacto con la naturaleza.

8.2.- ORGANIGRAMA

Figura 148. Organigrama Parque Ecoturístico "Las Lajas"

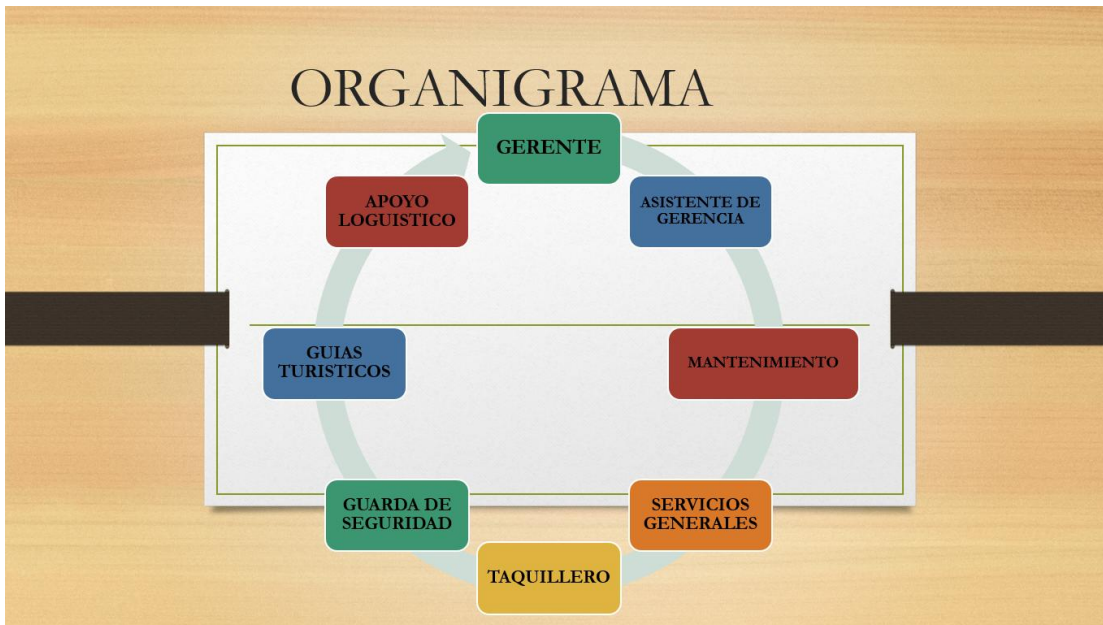


Figura elaborada por el Autor

Este estará enfocado hacia la parte organizacional de la empresa nueva con todos sus conceptos y teniendo en cuenta el recurso humano que tendremos a disposición de nuestros clientes. De acuerdo a la organización de la empresa estos serán los cargos y el talento humano que formara parte de la misma. Se contratará personal adecuado, profesional, capacitado para cada uno de los cargos:

8.2.1.- Gerente: O administrador, es la persona encargada del manejo interno del parque. Ofrecerá los servicios puerta a puerta, ventas por teléfono etc. Llevará a cabo un plan de ventas con estrategias de mercadeo y publicidad. El perfil es Profesional en Administración de empresas, Tecnólogo en Ventas o en Contabilidad y finanzas.

8.2.2.- Asistente de Gerencia: Es la persona encargada de estar al frente del parque cuando el gerente este desarrollando su actividad como tal, será su asistente y mano derecha del mismo. Su perfil es de un Aprendiz Sena en etapa productiva de las Tecnología de Asistencia Administrativa.

8.2.3- Mantenimiento:Es la persona encargada de mantener el parque en buen estado, mantenimiento de las zonas de la caminata, de las plantas, adecuación del terreno, etc. Para este cargo se cuenta con una persona que tiene experiencia en el mantenimiento de este tipo de lugares, experiencia en el manejo de plantas, y que sepa de todo un poco. Es un hombre de la región.

8.2.4-. Servicios Generales:Persona que está encargada de la limpieza, mantenimiento del restaurante, parte administrativa, y todo lo que concierne a su cargo. Para esto se cuenta con una mujer de la región.

8.2.5- Taquilla:En este sitio esta una persona que expenda las boletas en el horario de entrada al parque, o sea de las 7:00 a.m. a 3:00 p.m. El perfil para este cargo es Técnico o Tecnólogo en Contabilidad, Auxiliar Contable del Sena, en Etapa Productiva.

8.2.6- Guías turísticos:Estas personas están disponibles en el parque o por medio telefónico, el perfil es un estudiante de guianza turística del SENA en etapa productiva, o alguien quien ya haya terminado y tenga experiencia en el tema y pueda tener a cargo 30 personas, para lo cual se necesitan 2 personas entre semana, y cinco personas los fines de semana.

8.2.7- Celaduría:Para este tema se tiene la contratación por medio de una empresa de celaduría, con un turno, en un horario de 6:00 a.m. a 6:00 p.m.

8.2.8.- Instructor deportes extremos: Se contará con un profesional en el tema, el cual será vinculado solamente los fines de semana, días en los cuales la práctica de dichos deportes tendrá más público

8.2.9.- Otros:Se tienen vinculados estudiantes de noveno grado de los colegios aledaños, quienes prestan servicio social en el parque como parte de su formación académica también se tiene el apoyo de la Policía, Ejercito y Defensa Civil, los cuales

son personal de apoyo en la seguridad que se necesita dentro del parque y para las actividades como rapel y escalada a la laja con vigilancia permanente.

8.3.- PLANIFICACION DE LA PUESTA EN MARCHA

8.3.1.- Recursos: Los recursos que se necesitarán para el montaje del parque ecoturístico “las lajas” serán el terreno; el dueño del lote hará parte de la Empresa, colocando como parte de su inversión el terreno. Se adecuarán las construcciones que allí existían como primera parte del proceso, para lo que se contratará mano de obra calificada en el tema de la construcción (Arquitectos, ingenieros y contratistas de construcción). Se dialogará con comerciantes de la región con el fin de venderles el proyecto y que así formen parte de la sociedad que ejecute el Proyecto.

Los orígenes de los recursos económicos para la creación del parque serán invertidos por el sector privado, con inversionistas a quienes les interesa el tema del turismo. Se propondrá a los inversionistas la creación de una Sociedad por Acciones Simplificada, el total de la inversión de cada socio se determinará en el momento de la puesta en marcha de dicho proyecto.

8.3.2.- Infraestructura: Después del análisis de los recursos técnicos que necesitamos para la puesta en marcha del proyecto, se crearan la siguiente infraestructura para su funcionamiento.

A.- Entrada y camino de acceso al parque: La entrada al parque será estilo muralla con dos columnas en piedra de 3 metros de altura y en su parte superior el nombre e imagen corporativa. El camino de acceso hasta el restaurante y donde inicia la zona de caminata ecológica es de 300 metros, los cuales serán en piedra y rodeados de árboles exóticos y adecuados con la naturaleza y el medio ambiente.

B.- Taquilla: Estará ubicada en la parte central de la entrada del parque en un área de 5 M2. Será una caseta construida en guadua y bloque, con vidrios laterales.

C.- Restaurante: Se llamará Restaurante “Mama vieja”, funcionará en un área de 80 M2, con una construcción en guadua, estilo invernadero, con acabados en esterilla de caña, la teja eternit estilo colonial, los pisos en baldosín y granito. Contará con 40 mesas en madera, con 4 sillas cada una, se encontrarán allí comidas típicas de la región y de las regiones aledañas, o también típicas nacionales. Este funcionará en Comodato con una persona particular, quien contará con Aprendices Sena en etapa productiva de la Tecnología de Gastronomía y de mesa y Bar.

D.- Casa Administrativa: Estará ubicada en seguida del Restaurante, constará de una oficina con baño privado y estará en un área 15 mts2, en este es el lugar se manejará administrativamente todo el parque.

E.- Casetas de bebidas, artesanías: Serán 3 casetas tomadas en arriendo por personas conocidas y ubicadas en puntos estratégicos a través del recorrido de la caminata ecológica, allí venderán las bebidas típicas de la región, artesanías, etc.

F.- Baños públicos: Estarán ubicados en la parte izquierda del Parque, se cobrará \$500 por la entrada y serán atendidos por una persona de la región.

G.- Vivero: Estará ubicado al final del camino que rodea el parque, con el fin de que los turistas que lo visitarán también obtengan plantas ornamentales y frutos de la región.

9.- MERCADEO Y PROMOCION

9.1.- ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Las estrategias de promoción están dirigidas a todas las personas que les guste explorar la naturaleza y estar en contacto con ella. Se harán descuentos del 10% por grupos que sean mayores de 60 personas. Se manejarán clientes especiales como grupos de empleados de: Alcaldías, Profesores, Empresas, que realizan celebraciones especiales que tengan que ver con sus cargos. El cubrimiento geográfico inicialmente serán Colegios y Empresas de los Municipios de Sylvania, Soacha, Fusagasugá, Tibacuy, Cumaca, Sibaté, Pasca, Arbeláez, etc., llegaremos a Colegios, Universidades, Empresas privadas y Entidades del estado ubicadas en la ciudad de Fusagasugá, Soacha, Sibaté, Bogotá y otros Municipios de la región del Sumapaz, organizaciones que tengan que ver con la promoción del turismo a nivel nacional, todos esto se realizará en varias etapas de una manera organizada y paulatina.

Estos datos fueron sacados de varias cotizaciones que se realizaron a dos empresas de litografía en la ciudad de Fusagasugá, tomando la información de la más económica, que nos dio más valor agregado y calidad en el trabajo a realizar. Cotización entregada por la Empresa Publicorp en Fusagasugá, en agosto del 2014 y actualizada en marzo del 2017.

Cuadro 3 Cotización costo Publicidad

CONCEPTO	UNIDADES	VALOR
Volantes: 1/2 carta, papel propalcote 115 gr., full color.	1000	150.000
Tarjetas Comerciales: Doble cara, full color.	1000	60.000
Pancarta entrada al Parque: Material Banner, 3 mts. X 1 mts. Full color.	1	195.000

Valla a la entrada de la Vereda: Material Banner, 2 mts X 5 mts. Full color.	1	850.000
Folletos informativos: Plegables, 3 cuerpos, carta, papel propalcote, full color.	1000	400.000
Botones: Tamaño 5.5 cms. Full color.	1000	600.000
Boletas de Entrada: Perforadas, 1 tinta, No. consecutivo.	1000	100.000
Perifoneo: 1 hora diaria, repartida en 6 secciones. 9 horas al mes.	9	270.000
Cuñas Publicitarias: En las emisoras locales se hacen paquetes semanales.	1	60.000

Dichos precios pertenecen a una cotización del año 2015 y variaran de acuerdo al año en el cual se ponga en marcha esta idea de negocio. Esta estrategia publicitaria está presupuestada para 3 meses, sin incluir las vallas y pancartas que están destinadas a durar de 1 a 2 años.

9.2.- ESTRATEGIAS DE PRECIO

De acuerdo con un sondeo realizado a otros parques de la región del Sumapaz ya estructurados como Ecoparque Chinauta en Melgar, Quinta Saroco en Sylvania, se realizó una consulta en los precios a nivel nacional y los servicios que ofrecen; de acuerdo con esto se pudo estructurar los siguientes planes:

- El precio de la entrada al Parque será de \$10.000, como precio de lanzamiento que incluirá el acompañamiento de un Guía Turístico y un recordatorio de la visita al Parque. Además se hace un descuento del 10% sobre grupos de más de 30 personas.
- Los precios de los alimentos del Restaurante, de las bebidas, las caballerizas, entrada al baño, y otros servicios que preste el parque, serán adicionales al valor

de la entrada. El pago de la entrada es manejado por medio de boletas y de contado.

- También se venderán planes desde otras ciudades (Bogotá, Girardot, etc.) de acuerdo como vaya creciendo el volumen de visitantes, los que incluyen transporte, entrada al Parque, recorrido total, 2 refrigerios, almuerzo, que tendrían un costo básico de \$23.000= por persona, se le adicionaría el valor del pasaje dependiendo el lugar desde donde se desplacen.
- En el caso del desplazamiento hasta el parque, los turistas particulares que no vienen con planes específicos tienen dos opciones; los que deseen caminar de la carretera principal al parque, estarán acompañados por un Guía Turístico y los que no lo desean, pueden contratar vehículos para llevarlos hasta la entrada del Parque

De acuerdo con el nivel de aceptación incremento de visitantes que vaya adquiriendo el parque. Este es un estudio de proyección de acuerdo al número de habitantes de la región del Sumapaz y del número de personas que les gusta el ecoturismo extremo.

9.3.- PLAN DE VENTAS

Teniendo en cuenta el análisis que se ha llevado a cabo en cuanto al plan de ventas que se piensa ejecutar, se pretende vender 2000 entradas al mes, se creará un paquete turístico para personas que lo deseen, incluye la entrada (guíaturístico para la caminata ecológica y recordatorio), el desayuno (opcional), el almuerzo y 2 refrigerios, el cual tiene un incremento del 5% cada seis meses y en temporada alta.

10.- ORGANISMOS DE APOYO

Los organismos de apoyo con los que se cuenta son los siguientes:

10.1.- EJÉRCITO NACIONAL:

Se invita al ejército nacional para que nos apoye logísticamente en la seguridad del lugar tanto en el día como en la noche, para esto tenemos estrategias como darles un refrigerio o el almuerzo.

10.2.- POLICÍA NACIONAL:

En la policía existe un grupo de muchachos que hacen horas de acción social en esta entidad, pretendemos invitarlos a que nos colaboren con la seguridad y el acompañamiento de nuestros turistas y visitantes, también los queremos involucrar en jornadas de mantenimiento y conservación del medio ambiente, nosotros les daremos su respectiva certificación de la labor realizada.

10.3.- DEFENSA CIVIL:

Ellos se involucrarán con nosotros en el funcionamiento del rapel y escalada a la laja, ya que están capacitados para ello y poseen el material necesario y la experiencia, básicamente su apoyo será en estas dos áreas.

10.4.- COLEGIOS:

Se invitarán a los Colegios aledaños como son Santa Inés y Subia, del Municipio de Silvania, Valsálce que pertenece a Fusagasugá pero está muy cerca de Silvania, Gustavo Uribe Ramírez de Granada y con los estudiantes de noveno grado, quienes deben prestar servicio social, se realizara apoyo logístico ya que dentro del Municipio no hay muchas actividades que ellos puedan realizar y de esa manera nos beneficiaremos mutuamente. Este apoyo es continuo y permanente.

11.- IMPACTO SOCIAL, ECONOMICO, CULTURAL, AMBIENTAL DEL PROYECTO.

11.1.- METAS SOCIALES DEL PROYECTO

La principal y única meta social que se pretende con este plan de negocio es incorporar a la sociedad del Municipio de Silvania, pero especialmente a los habitantes de la Vereda Subia Pedregal, para que mejoren su calidad de vida, ya que esto generara mucho empleo directo e indirecto, reactivando la economía del sector y a la vez mejorando la calidad de vida de los habitantes del sector. Además será una forma de enseñar a los jóvenes y niños el sentido de pertenencia con su sitio de vivienda.

Figura 157. Pozo Antiguo ubicado en la laja



Foto tomada por el Autor

11.2.- VALORES AGREGADOS

11.2.1.- Proximidad a la Ciudad Capital Bogotá:

Silvania es el primer Municipio de clima templado cerca de la Ciudad Capital Bogotá, a 68.7 Km de distancia y desde Soacha 42.3 Km de distancia, la movilidad ha mejorado con la culminación de la doble calzada Bogotá-Girardot, este parque quedara ubicado en el Km 33 vía Bogotá-Girardot a 30 minutos de la ciudad y de fácil acceso.

11.2.2.- Proyecto nuevo: Resaltamos que será un proyecto INNOVADOR en la región del Sumapaz, específicamente en este Municipio, que no tiene competencia cercana en este nivel de turismo ecológico.

11.2.3.- Atención al cliente: En este tipo de proyectos este punto es uno de los principales, ya que cliente satisfecho trae más clientes, por tanto nos concentramos en que las personas que trabajan allí, atiendan a nuestros visitantes y turistas de la mejor manera y con la mayor educación.

11.3.- VENTAJAS COMPETITIVAS

Tenemos dos puntos que consideramos nuestro fuerte a nivel competitivo en este tipo de turismo en la región del Sumapaz.

11.3.1.- Arte Rupestre: Según nuestras investigaciones este sitio tiene una historia sobre indígenas que habitaron allí, por este motivo encontramos una gran cantidad de arte rupestre, de gran antigüedad e interés para nuestros visitantes. Este se encuentra en una finca perteneciente a uno de los habitantes de la Vereda.

Figura 166. Flecha. Arte Rupestre



Figura 174. Huella Arte Rupestre



Foto tomada por el autor



11.3.2.- Lanzamiento en Rapel desde la Laja:

En esta parte de la región del Sumapaz no existe un sitio donde se pueda realizar esta actividad por tanto, se nos convierte en una ventaja competitiva en este tipo de turismo. Para esta actividad se tiene el asesoramiento de personas especializadas en el tema, como Empresas dedicadas a la práctica del deporte extremo que tienen los implementos necesarios para ello. Ellos nos asesoraran en la adecuación del lugar para la práctica de dicho deporte. Así mismo tendrán a cargo el ascenso y descenso a la laja.

Figura 1917. Modelo Lanzamiento Rapel

Figura 28. Lanzamiento Rapel



12.- RESULTADOS

Los resultados de este estudio están sustentados en la investigación que se realizó por medio de entrevistas con diferentes actores, visita al lugar donde se cree puede llegar a funcionar el parque ecoturístico.

Los resultados de este trabajo no se circunscribieron al desarrollo de la encuesta sino que fue alimentado mediante reuniones y conversaciones personales con personas dedicadas al turismo, quienes han visitado otros parque ecoturístico, líderes comunales, quienes con sus aportes personales enriquecieron este trabajo.

12.1.- OBJETIVO

El objetivo principal en la aplicación de la encuesta es determinar la viabilidad que tiene el Proyecto Ecoturístico y su estructuración en el Municipio de Silvania, también analizar el conocimiento que tienen los habitantes de la Region, especialmente del Municipio de Silvania, sobre el turismo, los sitios turísticos existentes, identificar si están de acuerdo o no con el proyecto Turístico.

12.2.- IDENTIFICACION DE LA POBLACION

Se realizó un análisis poblacional, para determinar el número de encuestas que se debe aplicar en este caso, conociendo que la población total del Municipio de Silvania es de 21.895 habitantes, de los cuales 15763 pertenecen a su parte rural y, 5.132 habitantes a su parte urbana y una población flotante de 1000 habitantes. Esto nos indica que de

acuerdo a un cálculo numérico para muestreo, se debe aplicar al 1% de la Población del Municipio de Sylvania, en este caso a 218 personas en diferentes sectores, barrios o veredas. Si utilizamos una fórmula nos arrojaría que se deben aplicar 99 encuestas a la población.

Figura 29. Estudiante Subia



Foto tomada por el Autor

Figura 30199. Entrevista Docente Subia

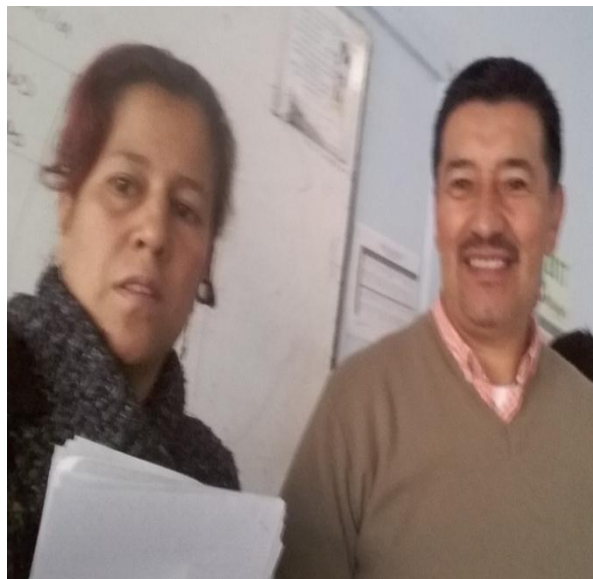


Foto tomada por el Autor

12.3.- SELECCIÓN DE LA POBLACION

Figura 31215. Estudiantes Valsálce



Foto tomada por el Autor

Figura 32208. Colegio Granada



Foto tomada por el Autor

La población a la cual se aplicó la encuesta en su mayoría fueron estudiantes de grado 11 de los colegios más cercanos a la cabecera Municipal, quienes serán los futuros usuarios del Proyecto. También se aplicó a personas que conocen sobre el tema de turismo, docentes, presidentes de Junta de Acción Comunal del Municipio, amas de casa, padres de familia, comerciantes y habitantes de la región.

12.4.- ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA

Se estructuró la encuesta con 15 preguntas, de tipo cerrado, con respuestas dicotómicas (respuesta única, sí o no) y políticas (con varias opciones de respuestas). En dicha encuesta no se implementaron respuestas de tipo abierto o mixto.

Esta encuesta está estructurada en dos partes. La primera parte requiere la información personal, edad, género, lugar de residencia, estrato, profesión, estos datos se establecieron de manera obligatoria, para así obtener más precisión en los resultados de la información. La segunda parte desarrolla con una estructura de 15 preguntas, de la misma manera se establecieron de manera obligatoria pensando en que a todas las preguntas se les diera respuesta. El modelo de la encuesta aplicada esta anexo a este trabajo.

12.5.- IMPLEMENTACION DE LA ENCUESTA

Se implementó la encuesta por medios electrónicos a través del programa formularios Google, para aquellas personas que manejan sistema de datos móviles. Para aplicar la encuesta a los estudiantes de los colegios y a los comerciantes del casco urbano, se aplicó en forma física, luego se ingresaron a la base de datos para así consolidar la información. Este programa muestra ya consolidado todos los resultados, para varias de

las respuestas se le implementaran cambios en la forma de presentarlo por medio de gráficas.

12.6.- DURACIÓN

Para el desarrollo de la aplicación de la encuesta se realizó un trabajo de campo, inicialmente se publicó el link de la encuesta por medios electrónicos como WhatsApp, de manera que todos los contactos existentes a su vez lo enviaron a otras personas; otro medio fue el Facebook, mediante el cual se publicó el link para que los amigos y conocidos contestaran dicha encuesta.

Se envió también a dos periodistas del Municipio, Félix Rodríguez Torres del periódico Nuevo Milenio y Miguel Castañeda León, se tuvieron conversaciones con el Jefe de Prensa de la Alcaldía Municipal, Rafael Medina quien por medio de la página interna de la Alcaldía envió el link a los funcionarios de la misma. Se realizó también el trabajo de ir a los colegios: Institución Educativa Departamental “Subia”, Institución Educativa Departamental “Gustavo Uribe Ramírez” Granada, Instituto Técnico Agrícola Salesiano “Valsálce” Fusagasugá. También se aplicaron encuestas puerta a puerta en el Sector del comercial del municipio de Silvania. Este proceso se inició con autorización de la Coordinación Académica de la Facultad de Contaduría el 20 de Marzo y finalizó el 7 de abril.

12.7.- ANALISIS DE LA INFORMACION

Se finalizó la aplicación de la encuesta el viernes 7 de abril teniendo un total de 301 encuestados habitantes de diferentes Municipios de la Región, especialmente Silvania, Granada y Fusagasugá. De dichos encuestados aproximadamente 211 fueron del Municipio de Silvania y los otros de municipios aledaños, dejando un margen de error del 10%, según datos estadísticos para un muestreo poblacional. A continuación

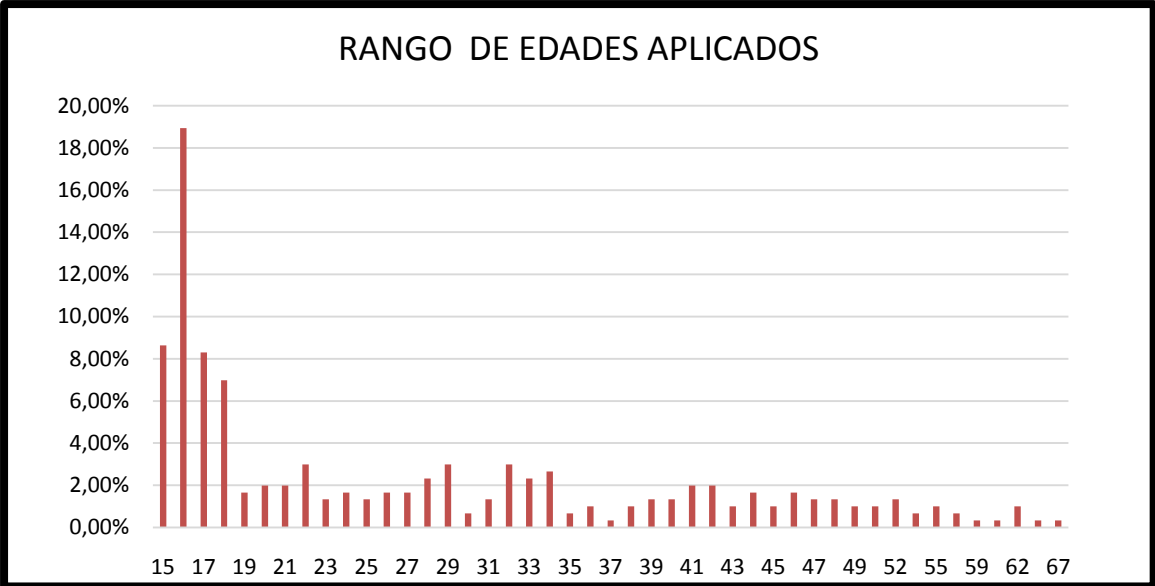
analizaremos los resultados ya consolidados para cada pregunta de acuerdo con la información recopilada en la encuesta. La primera parte del análisis está conformado por los siguientes puntos:

PRIMERA PARTE

A.- EDAD

Aquí tendremos en cuenta que la encuesta fue aplicada en un rango de edades entre los 15 y los 67 años.

Grafica 1. Rango de Edades



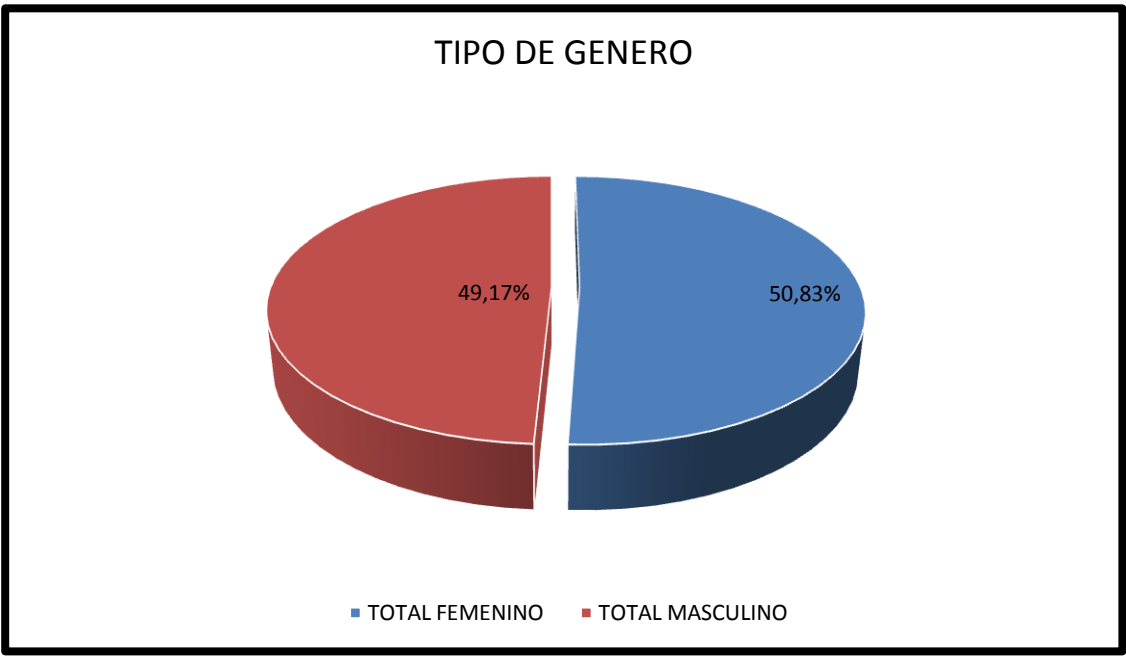
ANALISIS: La encuesta fue aplicada en un rango de edades entre los 15 y los 67 años, teniendo en cuenta que el sector específico donde se aplicaron fueron los colegios, ya que ellos serían los futuros clientes más interesados en acceder a los servicios del parque. En los resultados podemos analizar que la población de edad más representativa son los jóvenes de 16 años con un 18,94%, seguido de los 15 años, con un 8,64%, de los 17 años con un 8,31%. En el rango de las edades de los 18 a los 67 años, podemos analizar que las personas de 18 años tienen un 6,98% siendo muchos

estudiantes universitarios y jóvenes recién egresados del colegio. En las edades de 22, 29, 32 años tenemos un 2.99%, siendo ellos el siguiente porcentaje más alto. El resto de los encuestados tienen edades promedio con mayor participación entre los 40 a los 50 años.

En el análisis de la edad nos damos cuenta que la encuesta fue aplicada y tiene los conceptos de jóvenes, adultos, adultos mayores, lo que nos indica que existe un interés general sobre el tema del turismo sin importar la edad.

B.- GENERO:

Grafica 2. Tipo de Genero

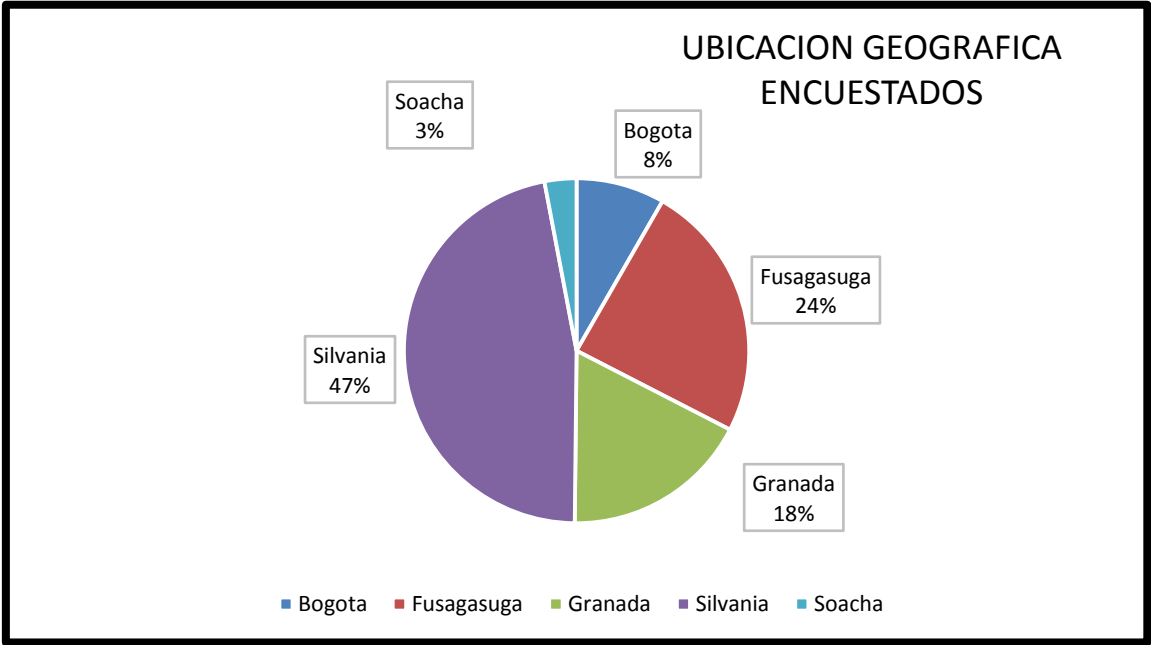


ANALISIS: En el trabajo realizado nos damos cuenta que existe un equilibrio en el tema del género al cual se le aplico la encuesta, arrojando como resultado un 50.83% del género Masculino y un 49.17% del género Femenino. Observamos que existe equilibrio entre los dos géneros, ya que en la actualidad tanto los hombres como las mujeres participan activamente en todas las actividades sociales y económicas que se

desarrollen en el hogar y la sociedad, también nos damos que aunque en este tema se colocó la opción de “Otro”, ninguno de los encuestados se identificó con esta opción.

C.- MUNICIPIO (Ubicación Geográfica)

Grafica 3. Ubicación Geográfica



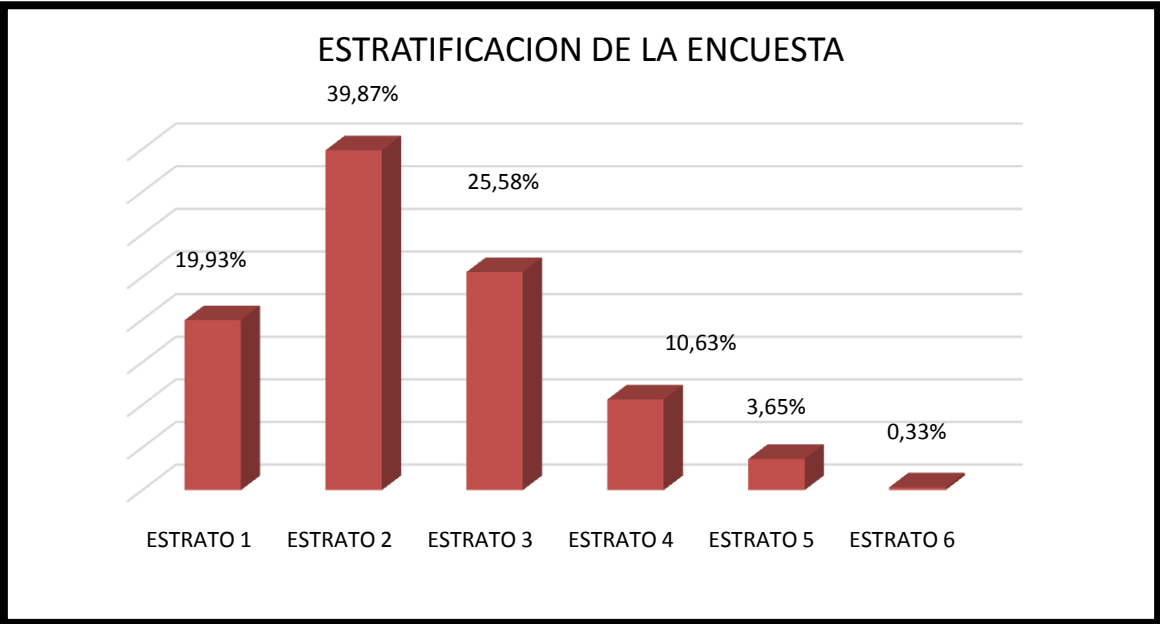
ANALISIS:En esta información encontramos que los municipios de residencia de las personas a las que se les aplicó la encuesta son: Silvania con un 47%, Fusagasugá con un 24%, Granada con un 18%. Estos resultados nos enfocan un poco hacia el sector del mercado primario, siendo el lugar de mayor relevancia el municipio en el cual se desarrollará el Proyecto.

Con menos encuestados tenemos los Municipios de Soacha y la capital Bogotá, a los cuales se llegó por medio de la encuesta en línea con conocidos que en fines de semana vienen al Municipio de Silvania como turistas.

Es de resaltar que en el trabajo de campo, aplicando la encuesta en los colegios, las respuestas de los estudiantes en el tema de la ubicación Geográfica, nos permitió identificar deficiencias en el sentido que: no conocen el lugar donde viven, no están ubicados en la región, el Municipio, la Vereda o Barrio, muchos de ellos contestaron incorrectamente la ubicación, otros no identifican las zonas geográficas del Departamento, datos que al ingresarlos a la encuesta virtual fueron corregidos. Nos sorprendió en este proceso el desconocimiento de la zona o región del Sumapaz, que puede ser por falta de información o de atención por parte de los estudiantes encuestados.

D.- ESTRATO

Grafica 4. Estrato

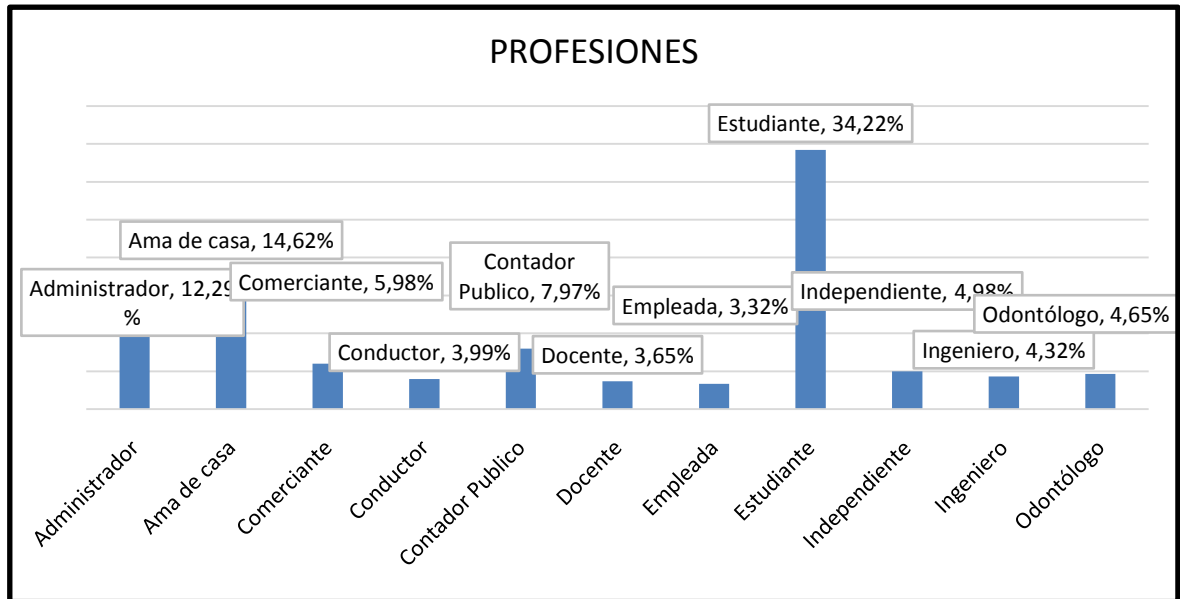


ANALISIS: Se pretendió analizar con el resultado de esta pregunta ,el Estrato Socioeconómico de las personas que más accederían a los servicios del Parque, arrojándonos como resultado que el Estrato de mayor influencia es el 2 con un 39.87%, seguido del 3 con un 25,58% y el 1 con un 19.93%. Los de menor influencia son los

estratos 4, 5 y 6, quienes argumentaban que no conocían mucho el Municipio, por no vivir en este lugar.

E.- PROFESION

Grafica 5. Profesiones



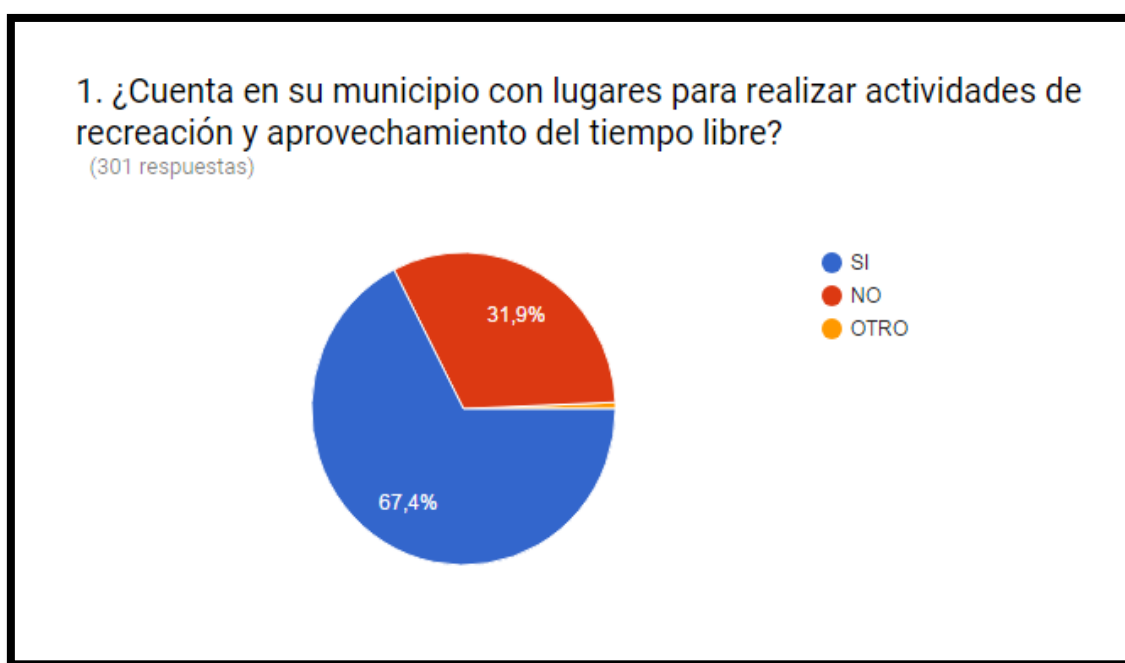
ANALISIS: En cuanto a este elemento observamos que la profesión o situación de los encuestados es muy diversa, teniendo como el principal el de ser estudiante con un 34.22%, en esta categoría se identifican estudiantes de grado 11 de los tres colegios encuestados, universitarios, tecnólogos y otros; en la siguiente categoría tenemos las amas de casa con un 14,62%, Administrador Empresas con un 12,29%, Contadores Públicos con un 7,97, los comerciantes con un 5,98% y otras con menos porcentaje. Con esta información tratamos de conocer el punto de vista sobre el tema del turismo de todos ellos, concluyendo que son muy diversas las profesiones o labores que desempeñan muchos de los habitantes de la región que se verían beneficiados con este proyecto.

PARTE SEGUNDA

De aquí en adelante se inicia la segunda parte de la Encuesta que son las preguntas sobre el tema del turismo en el Municipio de Sylvania, conocimiento, práctica y otros factores de importancia para el presente estudio.

F.- A la pregunta No. 1. ¿Cuenta en su municipio con lugares para realizar actividades de recreación y aprovechamiento del tiempo libre?

Grafica 6. Pregunta No.1



ANALISIS: Esta pregunta se aplicó para conocer la información que los habitantes de la Zona tienen sobre lugares de diversión en su lugar de residencia, arrojándonos como resultado que: SI con un 67,4% y que NO con un 31.9%.

Si la respuesta era SI, se preguntó que describiera que sitios existen que cumplen este propósito, teniendo como mayor incidencia los polideportivos, canchas municipales, parques infantiles, parques de la vida (ejercicios con máquinas). Esto permite analizar que este tipo de lugares han sido instalados o construidos en la mayoría de

Municipios de Cundinamarca con un apoyo de la Gobernación, por tanto es lo que más existe se utiliza y se conoce.

G.- A la pregunta No.2. ¿Considera que en su lugar de residencia se necesitan espacios recreativos diferentes a los ya existentes para usted y su familia?

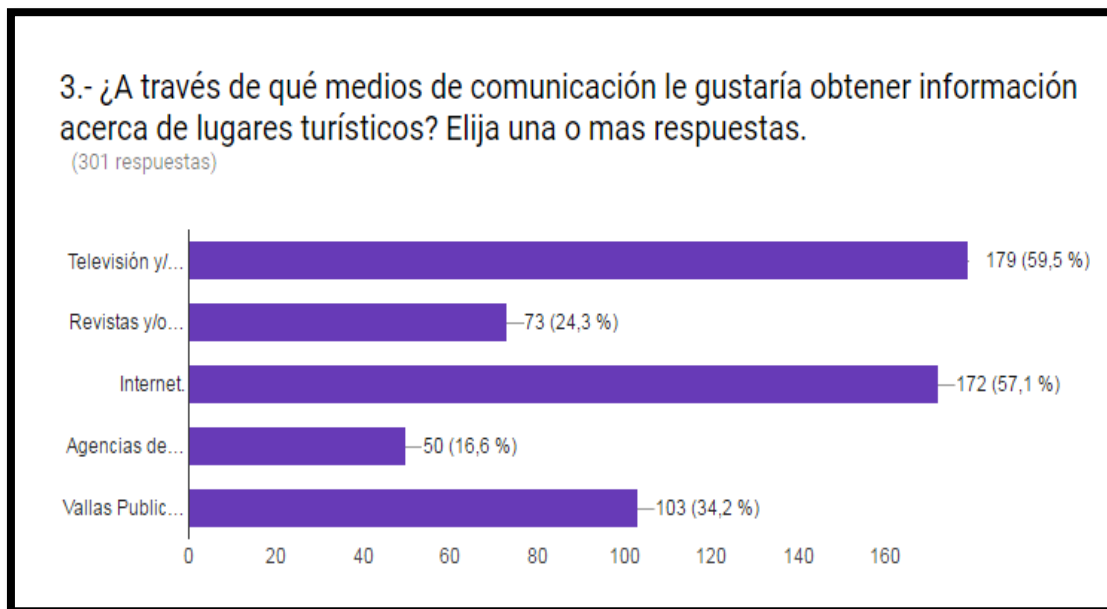
Grafica 7. Pregunta 2



ANALISIS: Observamos que del total de los habitantes encuestados el 85,4% contestó que Sí y el 14,6% contestó que NO. Lo que nos lleva a analizar que los habitantes no están conformes con los sitios actualmente existentes. Para conocer la forma de pensar de los encuestados se les preguntó acerca de otros espacios que les gustaría tener y en su mayoría proponen parques temáticos, de diversiones, ecoturísticos, cines, piscinas entre otros. El porcentaje que contestó que NO, son personas de los 50 años hacia adelante a quienes no les gusta este tipo de actividades. Esto identifica que los habitantes de la Zona tienen ya un pensamiento más enfocado hacia el compartir con la naturaleza y la conservación del medio ambiente.

H.- A la Pregunta No. 3. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría obtener información acerca de lugares turísticos? Elija una o más respuestas.

Grafica 8. Pregunta 3

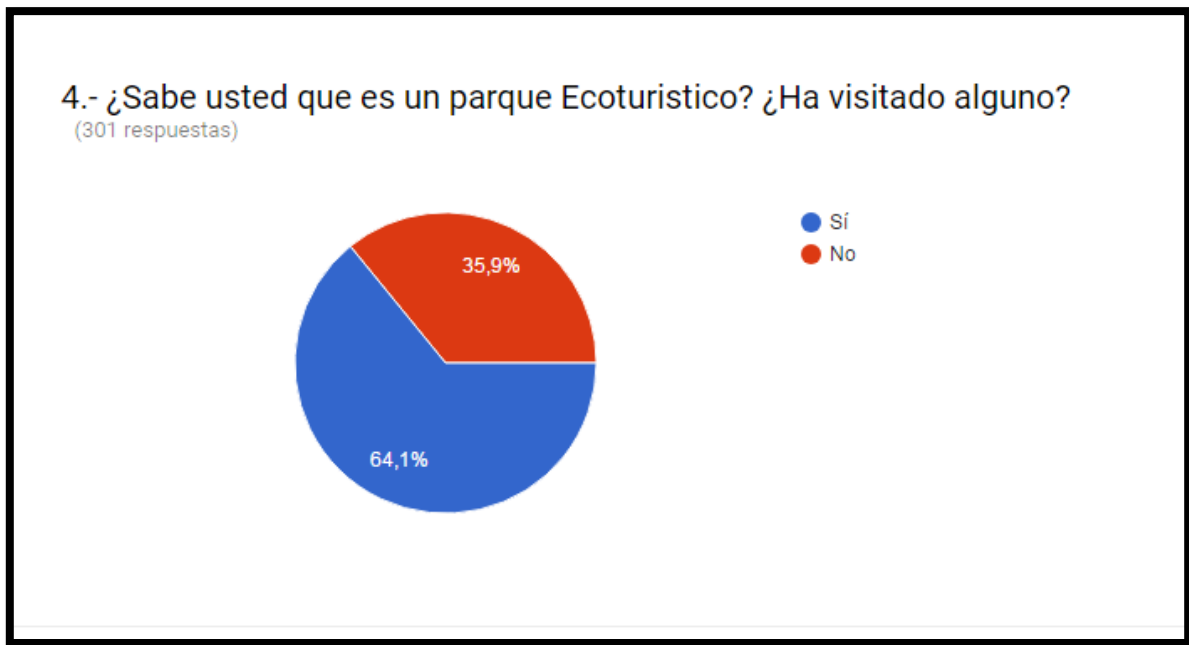


ANALISIS: En este caso los encuestados se inclinaron más por conocer la información por medio de Televisión y/o radio con un 59,5%, seguido del Internet con un 57,1% y de las vallas publicitarias con un 34,2%. En un menor porcentaje tenemos las revistas y/o periódicos y las Agencias de viajes.

Esto nos indica que las personas encuestadas utilizan mucho más los medios tecnológicos como sistemas informativos, además sobre las vallas publicitarias indicaban que se leen cuando están estratégicamente bien ubicadas y son llamativas.

I.- **A la Pregunta No.4** ¿Sabe usted que es un parque Ecoturístico? ¿Ha visitado alguno?

Grafica 9. Pregunta No. 4

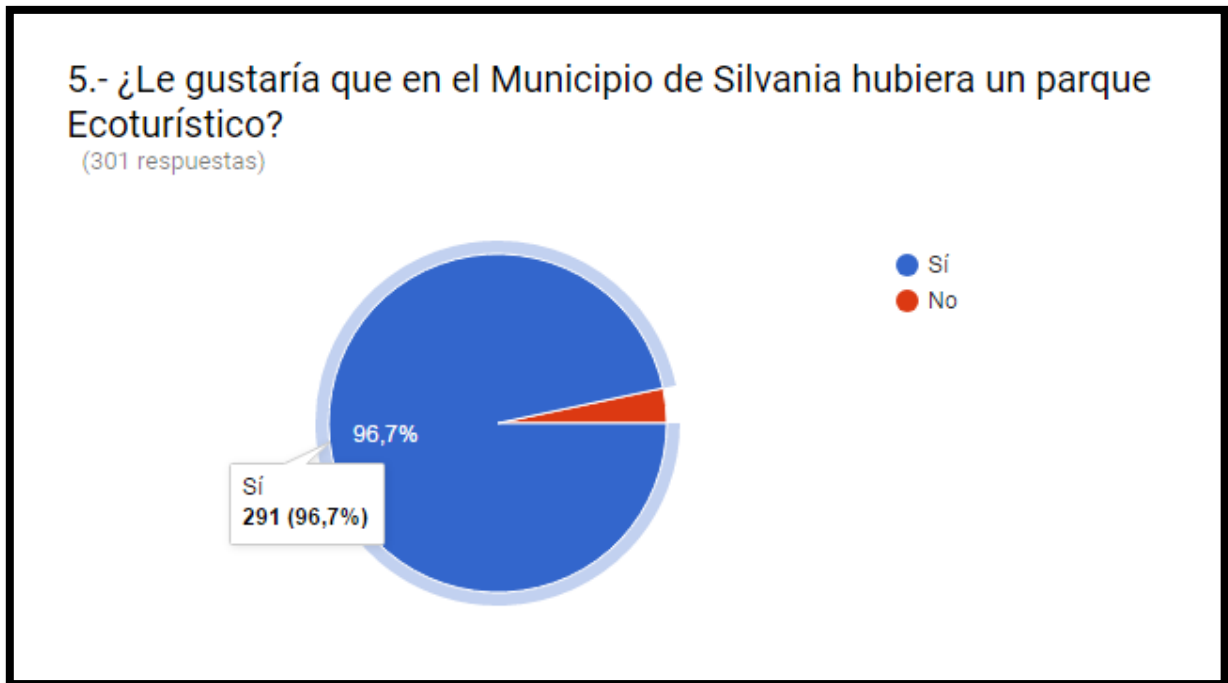


ANALISIS: Las respuestas de los encuestados fueron con el SI un 60,3% y con el NO un 35,9%. Quienes contestaron SI hacen referencia en la Zona al Cerro del Quinini en Tibacuy, al EcoaldeaVarsana, propiedad de los Hare Krishna en el Municipio de Granada, Ecoparque Chinauta, Parque del Café en el Quindío, Los Ocarros en Villavicencio y algunos confunden Piscilago con una Parque Ecoturístico.

Respecto a algunas de las respuestas analizamos que también existe desconocimiento sobre que es un Parque ecoturístico en su mayoría por los estudiantes de los Colegios, quienes no tienen conciencia sobre el tema de la conservación del medio ambiente y tampoco les interesa conocer sobre este tema.

J.- A la pregunta No. 5. ¿Le gustaría que en el Municipio de Sylvania hubiera un parque Ecoturístico?

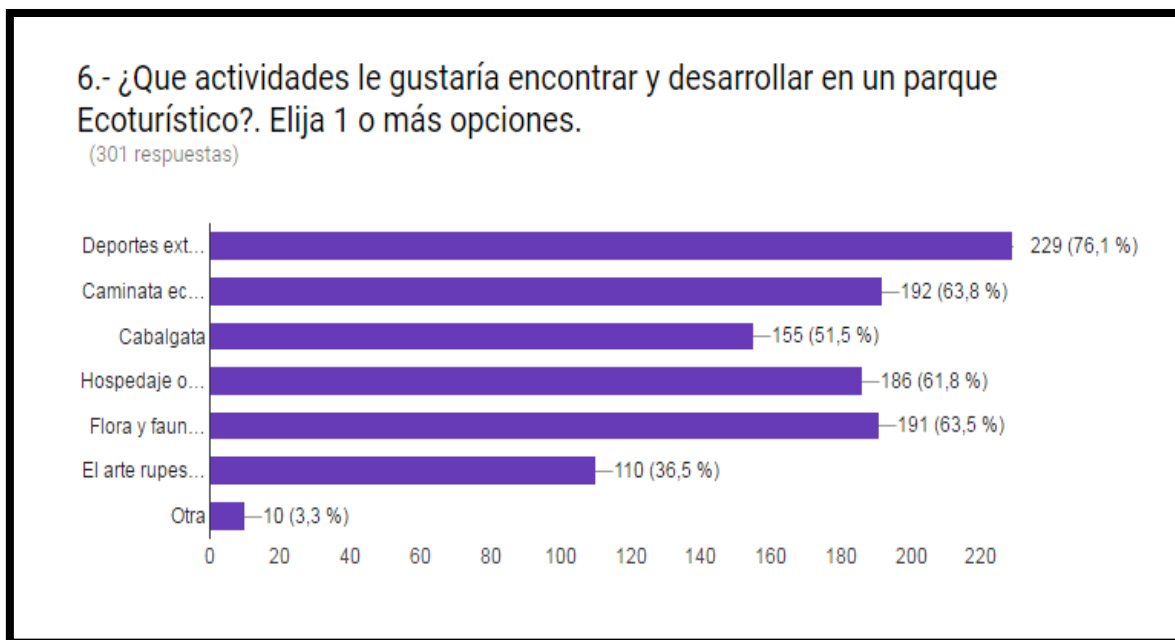
Grafica 10. Pregunta 5



ANALISIS: Con previa explicación sobre el tema de la investigación, los encuestados respondieron SI con el 96,7% y NO con el 3,3%. Esto nos lleva a analizar que la mayoría de personas desean que en el Municipio de Sylvania exista una actividad de carácter recreativo y Turístico diferente a las ya existentes.

K.- A la pregunta No.6. ¿Qué actividades le gustaría encontrar y desarrollar en un parque Ecoturístico? Elija 1 o más opciones.

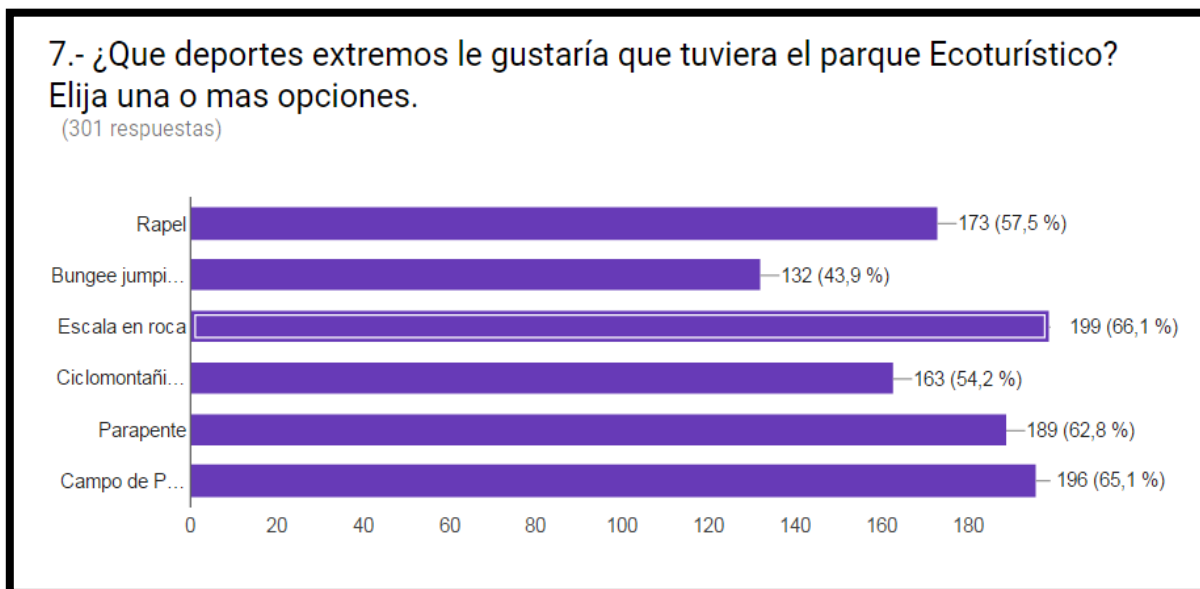
Grafica 11. Pregunta 6



ANALISIS: Este tipo de pregunta es de respuesta múltiple. Analizando dichas respuestas vemos que el 76,1% les gustan los deportes extremos, que el 63,8% las caminatas ecológicas, el 63,5% el contacto con flora y fauna exótica, el 61,8% les gustaría que el sitio tuviera zona de hospedaje y camping y en un menor porcentaje la cabalgata y el arte rupestre (por desconocimiento del tema). Es así como podemos considerar de acuerdo a dicha información que los habitantes del Municipio quieren practicar deportes extremos de diferentes índoles ya que la Geografía del Municipio se presta para realizar dichas actividades.

L.- A la pregunta No.7. ¿Qué deportes extremos le gustaría que tuviera el parque Ecoturístico? Elija una o más opciones.

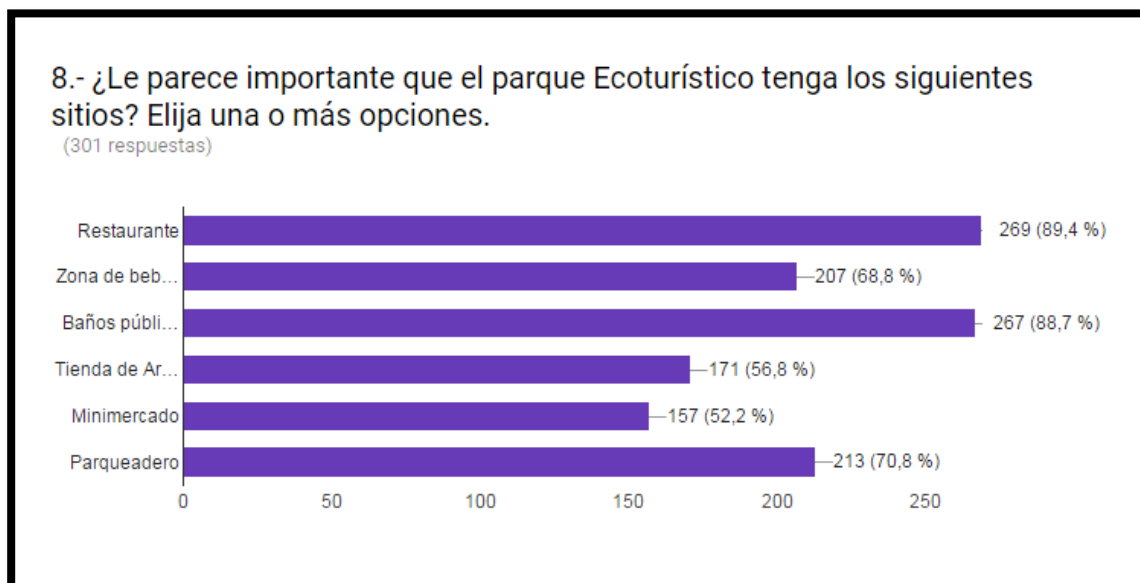
Grafica 12. Pregunta 7



ANALISIS: En cuanto a esta pregunta observamos que el 66,1% eligió la escalada en roca como su preferencia, seguida del campo de Paintball con un 65,1%, parapente 62,8%, Rapel 57,5%, estos como los atractivos con mayor fortaleza, seguidos de ciclomontañismo y bungee jumping con menos porcentaje. Esto nos indica que los encuestados prefieren deportes que se puedan realizar de manera coordinada, dirigida, que les hagan experimentar nuevos sucesos en ambientes diferentes.

M.- A la pregunta No.8. ¿Le parece importante que el parque ecoturístico tenga los siguientes sitios? Elija una o más opciones.

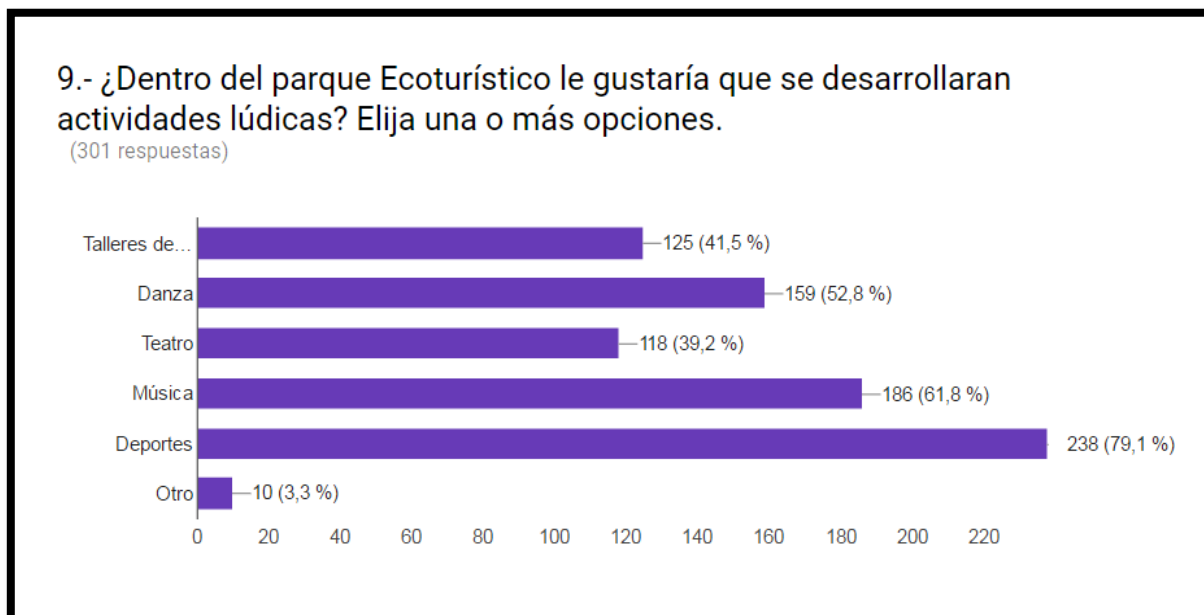
Grafica 13. Pregunta 8



ANÁLISIS: De acuerdo con el análisis de estas respuestas notamos que los posibles visitantes le dan mayor importancia a que el lugar tenga Restaurante con un 89,4%, seguido de Baños públicos con un 88,7%, parqueadero con un 70,8%, zona de bebidas con un 68,8% y en un menor porcentaje la tienda de artesanías y el mini mercado. Según la votación observamos que los encuestados votaron por varias opciones dándoles mayor importancia a la alimentación, seguido de los baños públicos y del parqueadero, lugar para dejar los vehículos de manera segura.

N.- A la pregunta No. 9. ¿Dentro del parque ecoturístico le gustaría que se desarrollaran actividades lúdicas? Elija una o más opciones.

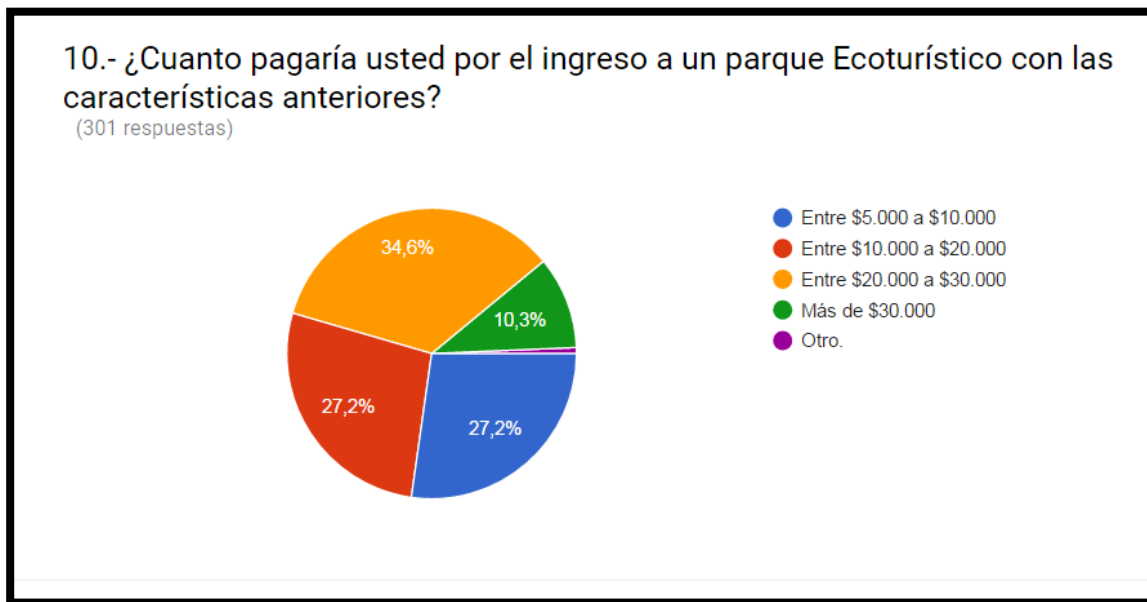
Grafica 14. Pregunta 9



ANALISIS: En esta respuesta vemos que los encuestados prefieren que el lugar tenga deportes con un 79.1%, estos que sean diferentes a los ya existentes para practicarlos, seguido de música con un 61,8%, danza con un 52,8% y con un menor porcentaje los talleres de manualidades y el teatro. A esta pregunta se le dio la opción de proponer otro tipo de actividad a lo cual los encuestados respondieron que les gustaría mucho la práctica de deportes como ciclismo, alpinismo, voleibol, talleres de fotografía, para niños y la tercera edad en un ambiente diferente.

Ñ.- A la pregunta No. 10. ¿Cuánto pagaría usted por el ingreso a un parque ecoturístico con las características anteriores?

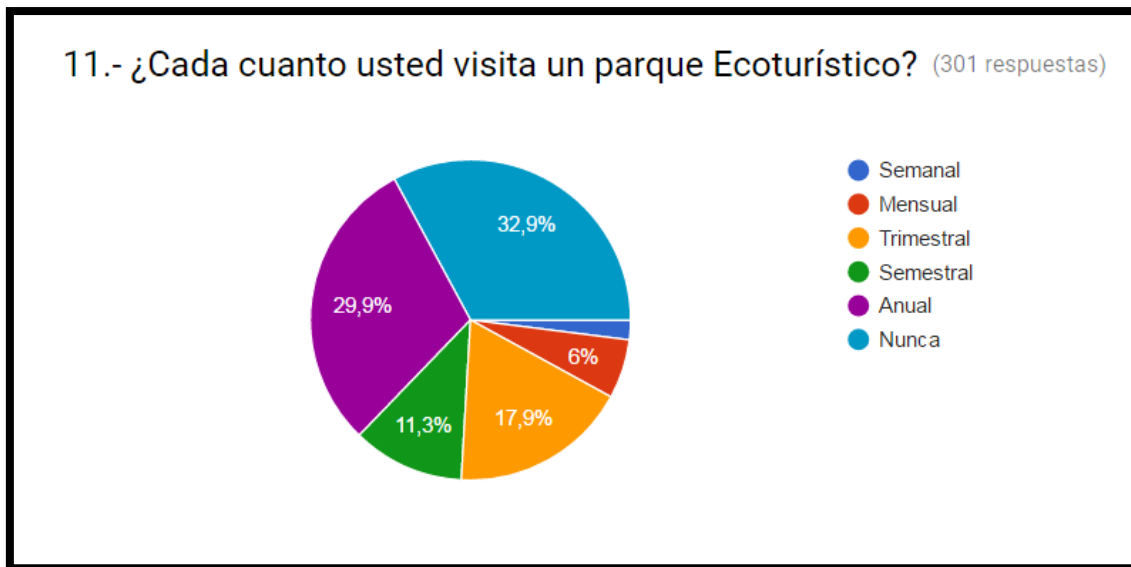
Grafica 15. Pregunta 10



ANALISIS: Vemos que el mayor porcentaje se encuentra entre \$20.000 y \$30.000 con un 34.6%, seguido de entre \$10.000 y \$20.000 con un 27.2%, lo mismo que entre \$5000 y \$10.000 con el 27.2%. Lo que quiere decir que el presupuesto de las familias para el desarrollo de actividades recreativas, está dentro del ingreso de un salario básico.

O.- A la pregunta No. 11. ¿Cada cuánto usted visita un parque Ecoturístico?

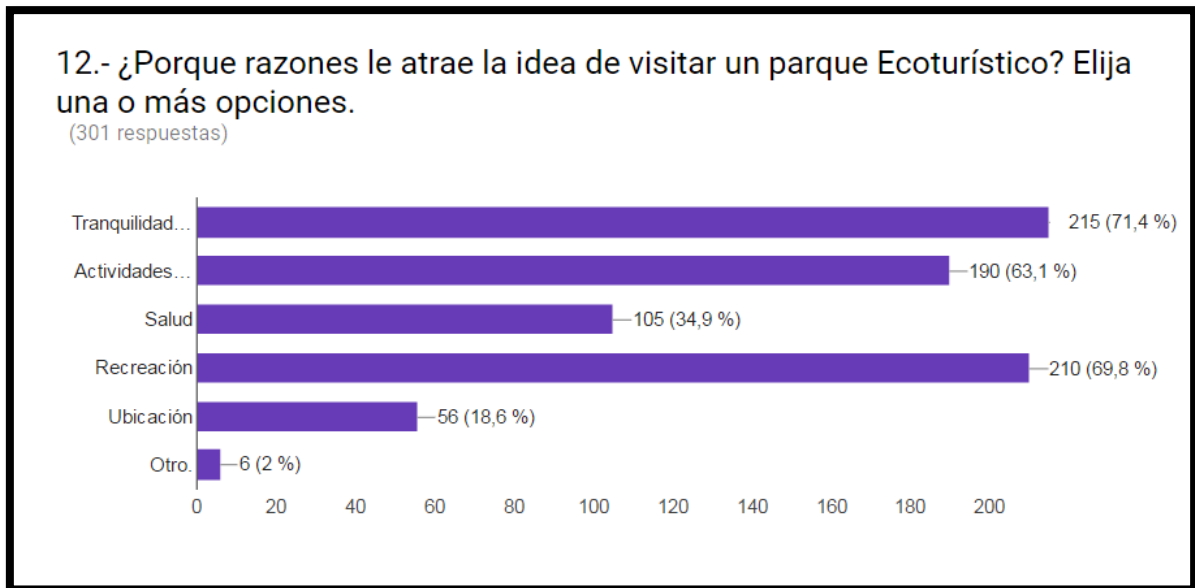
Grafica 16. Pregunta 11



ANALISIS:De acuerdo con las respuestas vemos que un 32.9% de las personas encuestadas, nunca han visitado un parque o sitio de turismo, seguido de anualmente con un 29.9%, trimestral con un 17.9% y con un menor porcentaje los demás factores. Esto quiere decir que la práctica de este tipo de deportes no se realiza con mucha frecuencia en la región.

P.- A la pregunta No. 12. ¿Porque razones le atrae la idea de visitar un parque Ecoturístico? Elija una o más opciones.

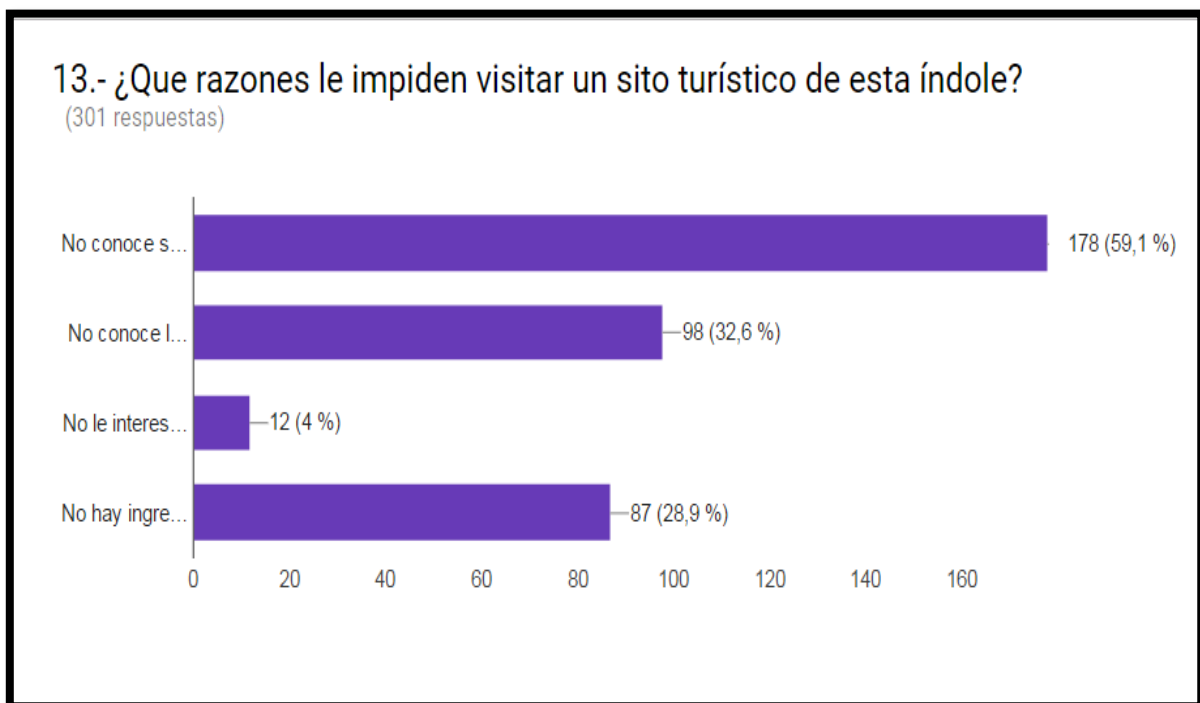
Grafica 17. Pregunta 12



ANALISIS:Analizando las respuestas podemos decir que el 71.4% visita un lugar así por tranquilidad y relax, el 69,84% por recreación, el 63.1% por tener actividades con la naturaleza, el 34,9% por salud y en un menor porcentaje por ubicación y otros motivos. Es así como consideramos que la mayoría de encuestados desarrollan estas actividades por tener espacios para la tranquilidad obtenida a través del cambio de ambiente, los demás por el tema de la recreación, compartir con amigos y familiares, todo ello reforzado con el querer interactuar con espacios llenos de naturaleza, lo cual beneficia la salud en general.

Q.- A la pregunta No. 13. ¿Qué razones le impiden visitar un sitio turístico de esta índole?

Grafica 18. Pregunta 13



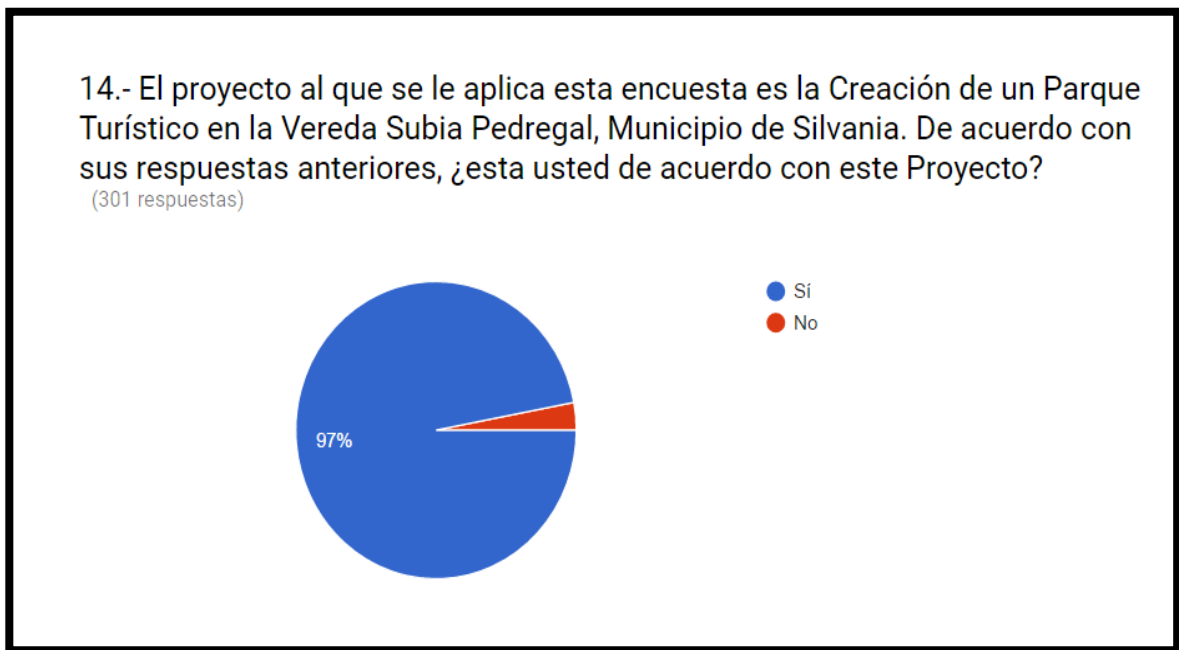
ANALISIS: Al contestar esta pregunta el 59,1% de los encuestados dice que no conoce la ubicación del lugar, seguido del 32,6% que no conoce los servicios que ofrecen dichos lugares, el 28,9% no posee los ingresos para visitar un lugar de esta naturaleza y un 4% no le interesa el tema.

Así nos damos cuenta que existe gran desconocimiento sobre la ubicación de sitios turísticos a nivel general en la región. En el proceso del desarrollo de esta encuesta se pudo observar con mayor veracidad que los habitantes no conocen que en el Municipio existan sitios de contacto con la naturaleza y esparcimiento diferentes, tampoco conocen por ningún medio publicitario los servicios que ofrecen.

R.- A la pregunta No. 14. El proyecto al que se le aplica esta encuesta es la Creación de un Parque Turístico en la Vereda Subia Pedregal, Municipio de Silvania. De acuerdo con sus respuestas anteriores, ¿Está usted de acuerdo con este Proyecto?

Foto tomada por el Autor

Grafica 19. Pregunta 14



ANALISIS:Esta es una de las preguntas de mayor relevancia en el desarrollo de este estudio, a esta el 94,9% contestaron que **Sí** están de acuerdo con el proyecto en mención. También realizaron observaciones de que este proyecto si se llegara a hacer realidad generaría un gran impacto social, económico, cultural y ambiental que sería beneficioso para el Municipio y la región en general.

S.- A la pregunta No. 15. ¿Qué opinión le merece este proyecto?

Grafica 20. Pregunta 15



ANALISIS:En esta respuesta vemos que al 69.86% de los encuestados les parece muy interesante, el 28.6% interesante y en un menor valor no les interesa el proyecto en mención. En el proceso de aplicación observamos en los encuestados de este estudio el interés que demuestran los habitantes en el desarrollo propio del mismo que creen que los beneficios económicos que traería este tipo de proyectos, beneficiaría a la comunidad, porque obtendrían beneficio a nivel propio y para la colectividad.

12.8.- ANALISIS DE LOS RESULTADOS

A continuaremos plasmaremos un análisis de los resultados generados por las respuestas de la encuesta formulada, siendo los siguientes:

- ❖ La población del Municipio de Sylvania demuestra que necesitan espacios de recreación diferentes a los ya existentes. No sectorizan el gusto por las

actividades recreativas con la naturaleza de acuerdo a la edad, género o profesión.

- ❖ Los habitantes encuestados están de acuerdo en la creación del Parque Ecoturístico en el Municipio de Sylvania, dicen que sería socioeconómicamente muy favorable para los habitantes del en especial del sector donde estaría ubicado el parque.
- ❖ Según el resultado de la encuesta también vemos que las personas encuestadas les gustaría un lugar en el cual pudiesen practicar deportes extremos y actividades de riesgo debidamente reglamentado, de lo cual carece la región como tal.
- ❖ Las familias ven restringidas las visitas a parques naturales por la falta de tiempo e ingresos. También el no conocer los sitios donde estos están ubicados y las actividades que ofrecen. Por eso están de acuerdo con la creación de un lugar que tenga actividades y servicios de manera completa.

13.- ANALISIS FINANCIERO

El análisis financiero en un proyecto, es la técnica matemática, financiera y analítica que se utiliza para determinar los beneficios o pérdidas que pudiese general dicho proyecto, también el valor de la inversión, los costos, gastos, ingresos, etc., que se llegan a tener en el momento de la ejecución del Proyecto. Siempre se debe proyectar a 5 años.

En este proyecto se realizó un análisis financiero teniendo en cuenta los siguientes factores de importancia:

- ❖ Los precios actuales que tienen en el mercado nacional los activos no corrientes.
- ❖ El valor actual y proyectado de los Gastos Administrativos y Operativos en los que se incurriría para el funcionamiento del Parque.
- ❖ El valor del ingreso al parque se generó en base a la respuesta de la encuesta en lo que refiere a ¿Cuánto pagaría por el ingreso? Se realizó un valor promedio teniendo en cuenta factores como la edad y frecuencia de ingreso.
- ❖ Los datos del valor de los terrenos, gastos operativos, servicios públicos y otros fueron extraídos de la información personalizada recogida de los propietarios de los terrenos aledaños.

A continuación, mostraremos por medio de ilustraciones el estado financiero elaborado en excel debidamente formulado. En este mostramos el valor de los activos fijos, del pago de gastos de personal, gastos de funcionamiento, los ingresos por ventas, estado de resultados, balance general, todos estos proyectados a 5 años. Se elaboraron indicadores financieros que tienen importancia en la evaluación de proyectos.

Ilustración 1. Activos fijos

ACTIVOS FIJOS

	TERRENOS			
DETALLE		CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
LOTE DE 6400 M2		6400 MTS2		180.000.000
TOTAL				180.000.000

CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES				
DETALLE	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camino de Entrada	Adecuación y limpieza jornales obreros semanas	2 2 600 mts	30.000	2.000.000
Taquilla	CONTRATO	1	30.000	3.000.000
Restaurante	CONTRATO	1	30.000	80.000.000
Baños Públicos	CONTRATO	6	30.000	4.500.000
Caballerizas	CONTRATO			2.000.000
Otras adecuaciones	CONTRATO			3.000.000

TOTAL			94.500.000
-------	--	--	------------

MAQUINARIA Y EQUIPO				
COMPUTADOR		1	1.300.000	1.300.000
IMPRESORA		1	400.000	400.000
CONGELADOR		1	3.500.000	3.500.000
NEVERA		1	2.200.000	2.200.000
MOSTRADOR		2	1.100.000	2.200.000
OTROS		1	400.000	400.000
TOTAL				10.000.000

MUEBLES Y ENSERES				
DETALLE		CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MOBILIARIO RESTAURANTE (Mesas)		20	200.000	4.000.000
MOBILIARIO ADTIVO (Escritorio, sillas)		1	500.000	500.000
OTRO MOBILIARIO (Sala de espera)		1	600.000	600.000
TOTAL				5.100.000

PUBLICIDAD				
DETALLE		CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
VALLA PRINCIPAL		2	200.000	400.000
VALLA ENTRADA VEREDA		1	850.000	850.000

FOLLETOS, VOLANTES Y TARJETAS	1	600.000	600.000
BOLETAS Y RECORDATORIOS	1	700.000	700.000
PERIFONEO, MEDIOS COMUNICACIÓN	1	300.000	300.000
TOTAL			2.850.000

Elaboración propia

Ilustración 1. Gastos preoperativos

Gastos Preoperativos	\$ 4.000.000
GASTOS LEGALES	\$ 2.000.000
PATENTES Y LICENCIAS	\$ 1.000.000
PUESTA EN MARCHA	\$ 1.000.000
Gastos Anuales	\$ 1.000.000
CAPACITACIÓN	\$ 200.000
IMPREVISTOS	\$ 800.000
TOTAL	\$ 5.000.000

Elaboración propia

Ilustración 2. Presupuesto Mensual Gastos de Personal

PRESUPUESTO MENSUAL GASTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO					
CARGO	N°. TRAB.	REMUNERACION MENSUAL	PREST. SOCIALES	TOTAL NOMINA MENSUAL	COSTO NOMINA ANUAL
ADMINISTRADOR	1	\$ 911.140	\$ 466.470	\$ 1.377.610	\$ 16.531.320
ASISTENTE ADTIVO	1	\$ 819.140	\$ 388.725	\$ 1.207.865	\$ 14.494.380
VENDEDOR-TAQUILLA	1	\$ 761.840	\$ 382.359	\$ 1.144.198	\$ 13.730.380
TOTAL GASTOS PERSONAL ADMTIVO		\$ 2.492.120	\$ 1.237.554	\$ 3.729.673	\$ 44.756.080

PRESUPUESTO MENSUAL GASTOS DE PERSONAL OPERATIVO					
CARGO	N°. TRAB.	REMUNERACION MENSUAL	PRESTACIONES SOCIALES	TOTAL NOMINA MENSUAL	COSTO NOMINA ANUAL
OPERARIO MANTENIMIENTO	1	\$ 761.840	\$ 382.359	\$ 1.144.198	\$ 13.730.380
SERVICIOS GENERALES	1	\$ 761.840	\$ 382.359	\$ 1.144.198	\$ 13.730.380
VIGILANTE DIA	1	\$ 773.140	\$ 388.725	\$ 1.161.865	\$ 13.942.380
PERSONAL FIN DE SEMANA	3	\$ 200.000	\$ -	\$ 200.000	\$ 2.400.000
TOTAL GASTOS PERSONAL OPERATIVO		\$ 2.296.819	\$ 1.153.442	\$3.450.262	\$ 41.403.141

NOTA: Personal fin de semana se refiere a las personas que se necesiten de acuerdo

a la cantidad de visitantes en los cargos de guías turísticos, instructores deportes extremos y otros.

Elaboración propia

Ilustración 3. Gastos Mensuales de Funcionamiento

GASTOS MENSUALES FUNCIONAMIENTO (SERVICIOS)				
CONCEPTO	ADMON	OPERACIÓN	MENSUAL	ANUAL
Agua	\$ 10.000	\$ 30.000	\$ 40.000	\$ 480.000
Luz	\$ 30.000	\$ 20.000	\$ 50.000	\$ 600.000
Papelería	\$ 100.000	\$ 20.000	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Insumos agrícolas	\$ 0	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Otros varios	\$ 300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.600.000	\$ 19.200.000
TOTAL	\$ 440.000	\$ 1.470.000	\$ 1.910.000	\$ 22.920.000

Elaboración propia

Ilustración 4. Costos totales proyectados

COSTOS TOTALES PROYECTADOS DE ADMINISTRACION					
AÑOS	1	2	3	4	5
CONCEPTOS					
Salarios	\$ 29.905.436	\$ 31.998.816	\$ 34.238.733	\$ 36.635.445	\$ 39.199.926
Prestaciones Sociales	\$ 14.850.645	\$ 15.890.190	\$ 17.002.503	\$ 18.192.678	\$ 19.466.166
Gastos Preoperativos	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Gastos Funcionamiento	\$ 5.280.000	\$ 5.649.600	\$ 6.045.072	\$ 6.468.227	\$ 6.921.003
TOTAL	\$ 50.836.080	\$ 54.338.606	\$ 58.086.308	\$ 62.096.350	\$ 66.387.094

COSTOS TOTALES PROYECTADOS DE OPERACIÓN					
AÑOS	1	2	3	4	5
CONCEPTOS					
Salarios	\$ 27.561.831	\$ 29.491.160	\$ 31.555.541	\$ 33.764.429	\$ 36.127.939
Prestaciones Sociales	\$ 13.841.309	\$ 14.810.201	\$ 15.846.915	\$ 16.956.199	\$ 18.143.133
Gastos Funcionamiento	\$ 17.640.000	\$ 18.874.800	\$ 20.196.036	\$ 21.609.759	\$ 23.122.442
Imprevistos Anuales	\$ 1.000.000	\$ 1.070.000	\$ 1.144.900	\$ 1.225.043	\$ 1.310.796
SUBTOTAL	\$ 59.043.141	\$ 63.176.161	\$ 67.598.492	\$ 72.330.386	\$ 77.393.513

Elaboración propia

Ilustración 5. Habitantes Zona Sumapaz

En este promedio de ventas mensuales se aplica una tasa de descuento de 10% en el número de visitantes que se pretende llegar a obtener mensualmente.

PARQUE ECOTURISTICO LAS LAJAS				
VEREDA SUBIA PEDREGAL				
SILVANIA- CUNDINAMARCA				
PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES				
	NIÑOS 3 A AÑOS 12	ADULTOS	PROMEDIO	
VALOR INGRESO AL PARQUE	10.000	20.000	15.000	
TOTAL INGRESOS	VISITANTES	NIÑOS (30%)	ADULTOS (70%)	VALOR
ENERO	750	2.251.163	10.505.426	12.756.589
FEBRERO	750	2.251.013	10.504.726	12.755.739
MARZO	938	2.813.954	13.131.783	15.945.737
ABRIL	750	2.251.163	10.505.426	12.756.589
MAYO	750	2.251.163	10.505.426	12.756.589
JUNIO	750	2.251.163	10.505.426	12.756.589
JULIO	938	2.813.954	13.131.783	15.945.737
AGOSTO	750	2.251.163	10.505.426	12.756.589
SEPTIEMBRE	938	2.813.954	13.131.783	15.945.737
OCTUBRE	750	2.251.163	10.505.426	12.756.589
NOVIEMBRE	750	2.251.163	10.505.426	12.756.589
DICIEMBRE	938	2.813.954	13.131.783	15.945.737
TOTAL	9.755	29.264.966	136.569.843	165.834.810

TASA DESCUENTO 10%	8.779			
--------------------------	-------	--	--	--

Elaboración propia

Ilustración 6. Proyección de Ventas

	PROYECCION DE VENTAS					
	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES VTAS AÑO	1,05	8.779	8.872	8.965	9.059	9.154
VALOR ENTRADA	7,00	15.000	16.050	17.174	18.376	19.662
		131.692.349	142.390.377	153.957.459	166.464.193	179.986.912

Elaboración propia

Ilustración 8. Flujo de efectivo

Elaboración propia

FLUJO DE EFECTIVO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo Inicial		\$ -	\$ 17.044.564	\$ 35.582.367	\$ 56.362.222	\$ 79.626.844
ENTRADAS						
Ventas		\$ 131.692.349	\$ 142.390.377	\$ 153.957.459	\$ 166.464.193	\$ 179.986.912
Ventas a crédito		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
C x Cobrar (clientes)			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ENTRADAS		\$ 131.692.349	\$ 159.434.941	\$ 189.539.826	\$ 222.826.415	\$ 259.613.756
SALIDAS						
Costo Venta		\$ 59.043.141	\$ 63.176.161	\$ 67.598.492	\$ 72.330.386	\$ 77.393.513
Gastos de Admón.		\$ 50.036.080	\$ 54.338.606	\$ 58.086.308	\$ 62.096.350	\$ 66.387.094
Imporenta		\$ 5.568.563	\$ 6.337.807	\$ 7.492.804	\$ 8.772.835	\$ 10.190.243
TOTAL SALIDAS		\$ 114.647.784	\$ 123.852.574	\$ 133.177.604	\$ 143.199.572	\$ 153.970.851
Saldo Final		\$ 17.044.564	\$ 35.582.367	\$ 56.362.222	\$ 79.626.844	\$ 105.642.904

		ESTADO DE RESULTADOS					
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	VTAS BRUTAS		\$ 131.692.349	\$ 142.390.377	\$ 153.957.459	\$ 166.464.193	\$ 179.986.912
-	DEV. REB OTROS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	VTAS NETAS		\$ 131.692.349	\$ 142.390.377	\$ 153.957.459	\$ 166.464.193	\$ 179.986.912
-	CTO DE VENTA		\$ 59.043.141	\$ 63.176.161	\$ 67.598.492	\$ 72.330.386	\$ 77.393.513
	UT. BRUTA OP.		\$ 72.649.208	\$ 79.214.216	\$ 86.358.967	\$ 94.133.807	\$ 102.593.399
-	GTOS ADMON		\$ 50.036.080	\$ 54.338.606	\$ 58.086.308	\$ 62.096.350	\$ 66.387.094
-	DEPRECIACION		\$ 6.235.000	\$ 6.235.000	\$ 6.235.000	\$ 6.235.000	\$ 6.235.000
	UT. NETA OP.		\$ 16.378.128	\$ 18.640.610	\$ 22.037.659	\$ 25.802.457	\$ 29.971.304
-	GTOS FINANCIERO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	UT. ANTES IMP.		\$ 16.378.128	\$ 18.640.610	\$ 22.037.659	\$ 25.802.457	\$ 29.971.304
-	IMP. RENTA (34%)		\$ 5.568.563	\$ 6.337.807	\$ 7.492.804	\$ 8.772.835	\$ 10.190.243
	UT. EJERCICIO		\$ 10.809.564	\$ 12.302.803	\$ 14.544.855	\$ 17.029.622	\$ 19.781.061

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
Efectivo		\$ 17.044.564	\$ 35.582.367	\$ 56.362.222	\$ 79.626.844	\$ 105.642.904
TOTAL ACTIVO CTE.	\$ -	\$ 17.044.564	\$ 35.582.367	\$ 56.362.222	\$ 79.626.844	\$ 105.642.904
ACTIVO FIJO						
TERRENOS	\$ 180.000.000	\$ 180.000.000	\$ 180.000.000	\$ 180.000.000	\$ 180.000.000	\$ 180.000.000
CONST. Y EDIFICACIONES	\$ 94.500.000	\$ 94.500.000	\$ 94.500.000	\$ 94.500.000	\$ 94.500.000	\$ 94.500.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5.100.000	\$ 5.100.000	\$ 5.100.000	\$ 5.100.000	\$ 5.100.000	\$ 5.100.000
ACTIVO NO CTE	\$ 289.600.000	\$ 289.600.000	\$ 289.600.000	\$ 289.600.000	\$ 289.600.000	\$ 289.600.000
Dep. acumulada	\$ -	\$ 6.235.000	\$ 12.470.000	\$ 18.705.000	\$ 24.940.000	\$ 31.175.000
TOTAL ACTIVO	\$ 289.600.000	\$ 300.409.564	\$ 312.712.367	\$ 327.257.222	\$ 344.286.844	\$ 364.067.904
PASIVO						
PASIVO NO CTE						
Imporenta	\$ -	\$ 5.568.563	\$ 6.337.807	\$ 7.492.804	\$ 8.772.835	\$ 10.190.243
TOTAL PASIVO	\$ -	\$ 5.568.563	\$ 6.337.807	\$ 7.492.804	\$ 8.772.835	\$ 10.190.243
PATRIMONIO						
Capital	\$ 289.600.000	\$ 289.600.000	\$ 289.600.000	\$ 289.600.000	\$ 289.600.000	\$ 289.600.000
Ut. Del ejercicio	\$ -	\$ 10.809.564	\$ 12.302.803	\$ 14.544.855	\$ 17.029.622	\$ 19.781.061
Ut. Acumuladas			\$	\$	\$	\$

			3.943.757	15.091.563	28.356.387	43.968.600
TOTAL PATRIMONIO	\$ 289.600.000	\$ 300.409.564	\$ 305.846.560	\$ 319.236.418	\$ 334.986.009	\$ 353.349.661
TOTAL PAS. + PAT.	\$ 289.600.000	\$ 300.681.565	\$ 312.184.367	\$ 326.729.222	\$ 343.758.844	\$ 363.539.904

Ilustración 7. Estado de Resultados

Elaboración propia

Ilustración 8. Balance General Proyectado

INDICADORES FINANCIEROS

Los indicadores financieros que presentaremos a continuación son los requeridos en un estudio como el presente.

Ilustración 11. Valor presente Neto y Tasa Interna de Retorno.

INGRESOS POR VENTAS			valor presente
INVERSION INICIAL	AÑO	-289.600.000	-289.600.000
VENTAS AÑO 1	1	\$ 131.692.349	\$ 119.720.317,09
VENTAS AÑO 2	2	\$ 142.390.377	\$ 117.677.997,32
VENTAS AÑO 3	3	\$ 153.957.459	\$ 115.670.517,66
VENTAS AÑO 4	4	\$ 166.464.193	\$ 113.697.283,79
VENTAS AÑO 5	5	\$ 179.986.912	\$ 111.757.711,49
			288.923.827

TASA INTERNA DE RETORNO	42%	
-------------------------	-----	--

Elaboración propia

El valor presente se calculó anualmente y luego se sumó para dar el valor de los 5 años.

La tasa interna de retorno en este proyecto es de 42%. En el Sector de turismo la rentabilidad es más alta, ya que los costos y gastos no son menores que en otros sectores de la economía.

Ilustración 12. Relación costo-beneficio

RELACION COSTO-BENEFICIO		
TOTAL INGRESOS	AÑO	TOTAL EGRESOS
		\$ 289.600.000
\$ 131.692.349	1	\$ 114.647.784
\$ 142.390.377	2	\$ 123.852.574
\$ 153.957.459	3	\$ 133.177.604
\$ 166.464.193	4	\$ 143.199.572
\$ 179.986.912	5	\$ 153.970.851
TASA DESCUENTO		10%
TOTAL INGRESOS		\$ 578.523.827
TOTAL EGRESOS		\$ 500.052.082
COSTO- INV.		\$ 210.452.082
C/B		2,75

Elaboración propia

14.- CONCLUSIONES

Según los estudios que se realizaron en el desarrollo de este trabajo, podemos concluir lo siguiente:

Como resultado de la aplicación de la encuesta podemos decir que el 97% de los encuestados están de acuerdo con el proyecto turístico.

Los habitantes de la región tienen una demanda insatisfecha en el sector de turismo y recreación que está en crecimiento permanente. De otra parte también tienen gran preferencia por la práctica de deportes extremos y de riesgo.

Dentro del desarrollo de este estudio se elaboró la estructura organizacional del parque ecoturístico, tanto en la parte administrativa como operativa y todo lo que ella conforma.

Se ha establecido por medio del estudio el costo de la inversión en cuanto a activos fijos, gastos y costos operacionales y administrativos, investigando los precios y valores actuales en la región, todo ello para tener el sustento real y evidenciado sobre estados financieros proyectados a 5 años.

Se elaboraron los estados financieros, balance general proyectado a 5 años y estado de resultados.

Se realizó también un estudio DOFA por medio del cual pudimos conocer las falencias y fortalezas de dicho proyecto.

En el momento de la ejecución del proyecto el éxito de este dependerá de las estrategias de promoción que sean implementadas de acuerdo con este estudio.

Después de todas estas actividades nos damos cuenta que este estudio demuestra que la Creación del Parque Ecoturístico “Las Lajas” Vereda Subia Pedregal Municipio Silvania Cundinamarca es **VIABLE**.

A nivel departamental este tipo de proyectos elaborados en las regiones, presionan al gobierno a desarrollar y dar impulso a otros que como este proyecto, pretende dinamizar el sector del turismo en la Región.

Permite a nuestra juventud el desarrollo de actividades al aire libre que evita que nuestros jóvenes tomen decisiones equivocadas porque pueden ver en estos proyectos eco turísticos el camino a practicar deportes sanos como los que se pretenden desarrollar en este proyecto.

Para el Alcalde municipal le representaría un proyecto a desarrollar al mediano y largo plazo, con dineros que obtendría de la gobernación y porque no decirlo del gobierno nacional.

Mejoraría los ingresos de la comunidad que giraría sus actividades comerciales alrededor de este parque.

Abriría para el sector turístico internacional que practica las actividades contempladas en el proyecto, una perspectiva al incluir al parque Ecoturístico del Municipio de Sylvania, entre los posibles a visitar gracias a las diferentes actividades a desarrollar al aire libre, practicando deportes dentro de una vegetación propia de la región Andina.

Permitiría el desarrollo económico de la Zona de la Vereda Subía, donde está ubicado el parque en razón a la posibilidad de habilitar hospedajes tipo zona cafetera donde se albergarían los turistas que desean practicar por varios días los diferentes deportes ofrecidos en el parque.

Permitiría el desarrollo de nuevos viveros con producción de flora autóctona de la región y de material vegetal que se adapte al gusto de los visitantes nacionales e internacionales.

Permitiría la implementación de muy buenos restaurantes campestres donde se expendía comida nacional e internacional a precios razonables.

El desarrollo del sector artesanal autóctono de la zona y de aquellos productos que son hechos en regiones cercanas al Municipio de Sylvania

Se dejara este estudio al Municipio de Sylvania y la Universidad de Cundinamarca como base para continuar con el desarrollo de Proyectos Turísticos, los cuales son un sector económico muy fuerte en la actualidad.

BIBLIOGRAFIA

Alcaldía Municipal de Silvania. (2013). *Silvania-Cundinamarca. Turismo*. Obtenido de <http://www.silvania-cundinamarca.gov.co>

Arenas, G., & Montes, D. (2008). *Resumen Ejecutivo*. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis111.pdf>

Asociación de Municipios de la Sabana. (2016). *Asocentro*. Obtenido de <http://asocentro.com/proyectos.html>

Aviatur. (2016). *Colombia, potencia mundial en biodiversidad*. Obtenido de <http://www.aviatur.com/contenidos/colombia-biodiversidad>

Benavides, G. F. (2012). *Revista Suma de Negocios, Fundación Universitaria Konrad Lorenz*. Obtenido de <http://www.konradlorenz.edu.co>

Benavides, G. F. (2015). *Revista Espacios Vol.35*. Obtenido de http://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/articulo_final.pdf?width=740&height=780&inline=true

Bligoo. (2016). *Turismo en Colombia*. Obtenido de <http://turismoencolombia02.bligoo.com.co/tipos-de-turismo>

Bligoo.com. (2016). *Operación Turística y Hotelera*. Obtenido de <http://operacionturisticayhotelera.bligoo.com.co/historia-del-turismo>

Cámara de comercio. (2017). *Cámara de comercio Bogotá. Sobre la CCB*. Obtenido de <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa>

Cámara de comercio. (2017). *Cámara de comercio de Bogotá*. Obtenido de <http://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>

Colombia, C. d. (22 de 12 de 1993). *SECRETARIA GENERAL DE BOGOTA*. Obtenido de LEY 99 DE 1993: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=297>

Congreso de la República de Colombia. (2008). *Secretaria del Senado*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

Hispavista. (2016). *Ecoturismo unab*. Obtenido de <http://ecoturismounab.galeon.com/aficiones512439.html>

Hoyos, D. L. (2016). *Observatorio de Desarrollo Económico*. Obtenido de <http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/base/lectorpublic.php?id=820#sthash.A7y1g0pQ.ruFeE3X6.dpbs>

Instituto Distrital de Turismo. (2007). *Bogotá turismo*. Obtenido de <http://www.bogotaturismo.gov.co/estadisticas/descargas/2007>

Juliana Andrea Combariza González. (2012). *BDIGITAL*. Obtenido de El turismo rural como estrategia de: http://www.bdigital.unal.edu.co/7290/1/790705_2012.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Plan sectorial de turismo 2014-2018*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=71713&name=PLAN_SECTORIAL_DE_TURISMO_2014-2018_16_DE_SEPTIEMBRE_DE_2014.pdf&prefijo=file

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2011). *Mincit.gov.co*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=56953&name=SistemaIndicadores.pdf&prefijo=file>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2015). *Cundinamarca guía Turística*. Obtenido de <https://cdn.colombia.com/docs/turismo/sitios-turisticos/bogota/cundinamarca.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2017). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/13311/normatividad_turismo

Organización Mundial de Turismo. (2017). Obtenido de ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO: https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Mundial_del_Turismo

Pareja, A. d. (06 de 12 de 1995). *Periodico El Tiempo*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-473613>

Periodico El Tiempo. (02 de marzo de 2017). *El Tiempo. Artículo Proyectos de turismo parques naturales de Colombia*. Obtenido de www.eltiempo.com

Porto, J. P., & Merino., M. (2009). *DEFINICION DE*. Obtenido de <http://definicion.de/ecoturismo/>

Pulgarín, E. A. (2011). *Revista Vinculando. Evolución Historica del Turismo*. Obtenido de http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/3_evolucion_historica_del_turismo.html

Redacción, E. E. (2017). *Entorno Empresarial.com*. Obtenido de <http://entorno-empresarial.com/articulo/8107/historia-breve-del-turismo-en-el-mundo>

Silvania, M. d. (23 de Noviembre de 2012). *Página web Municipio de Silvania*. Obtenido de <http://www.silvania-cundinamarca.gov.co/indicadores.shtml#poblacion>

Sinap. (2014). *Parques nacionales. Sistema nacional de áreas protegidas* . Obtenido de <http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2013/08/10-Programa-SINAP-2014.pdf>

Universidad Externado de Colombia. (27 de 11 de 2013). *Turismo y Sociedad*. Obtenido de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3726/4078>

Venemedia. (02 de 03 de 2015). *Concepto definición de*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/estudio/>

Zuñiga, A., & Castillo, M. (2010). *Revista Magazin. Turismo en Colombia: Resultados del Sector (2007-2010)*. Obtenido de revistas.usc.edu.co/index.php/magazin/article/download/77/67

ANEXOS

ENCUESTA DE ECOTURISMO

Esta encuesta tiene como objetivo identificar la aceptación de la población de algunos Municipios de la Zona del Sumapaz sobre la oferta de programas Ecoturísticos y uso del tiempo libre dentro de la misma zona.

Esta información repercutirá en el bienestar de su familia, amigos y el suyo propio, por tal razón es importante que sea lo más sincero y responsable posible en sus respuestas.

Correo electrónico:_____ Edad:_____ Genero:
M___F___ Municipio:_____ Barrio:_____ -
Estrato:_____ Celular:_____ Profesión:_____

1.- Cuenta en su municipio con lugares para realizar actividades de recreación y aprovechamiento del tiempo libre?

- Si
- No

Cuáles? _____

2.- Considera que en su lugar de residencia se necesitan espacios recreativos diferentes a los ya existentes para usted y su familia?

- Si
- No

Cuales? _____

3.- A través de qué medios de comunicación le gustaría obtener información acerca de lugares turísticos?

- Televisión y/ o Radio
- Revistas y/o Periódicos.
- Internet.
- Agencias de viaje.
- Vallas Publicitarias

4.- Sabe usted que es un parque Ecoturístico? Ha visitado alguno?.

- Si
- No

En dónde?_____

5.- Le gustaría que en el Municipio de Sylvania hubiera un parque Ecoturístico?

- Si.
- No.

6.- Que actividades le gustaría encontrar y desarrollar en un parque Ecoturístico?. Elija 1 o más opciones.

- Deportes extremos.
- Caminata ecológica
- Cabalgata
- Hospedaje o camping
- Flora y fauna exótica
- El arte rupestre.
- Otra, cuál?

7.- Que deportes extremos le gustaría que tuviera el parque? Elija una o mas opciones.

- Rapel
- Bungee jumping
- Escala en roca
- Ciclomontañismo

- Parapente
- Campo de Paintball

8.- Le parece importante que el parque ecoturístico tenga los siguientes sitios? Elija una o más opciones.

- Restaurante
- Zona de bebidas
- Baños públicos
- Tienda de Artesanías
- Minimercado
- Parqueadero

9.- Dentro del parque ecoturístico le gustaría que se desarrollaran actividades lúdicas? Elija una o más opciones.

- Talleres de manualidades
- Danza
- Teatro
- Música
- Deportes
- Otros. Cuales?

10.- Cuanto pagaría usted por el ingreso a un parque ecoturístico con las características anteriores?

- Entre \$5.000 a \$10.000
- Entre \$10.000 a \$20.000
- Entre \$20.000 a \$30.000
- Más de \$30.000
- Otro. Cuál? _____

11.- Cada cuanto usted visita un parque Ecoturístico?

- Semanal
- Mensual
- Trimestral

- Semestral
- Anual
- Nunca

12.- Porque razones le atrae la idea de visitar un parque Ecoturístico? Elija una o más opciones.

- Tranquilidad y relax
- Actividades con la naturaleza
- Salud
- Recreación
- Ubicación
- Otro. Cuál?

13.- Que razones le impiden visitar un sitio turístico de esta índole?

- No conoce su ubicación
- No conoce las actividades que ofrecen
- No le interesan
- No hay ingresos

14.- El proyecto al que se le aplica esta encuesta es la Creación de un Parque ecoturístico en la Vereda Subia Pedregal del Municipio de Silvania. De acuerdo con sus respuestas, ¿esta usted de acuerdo con este Proyecto?

- SI
- NO

15.- Qué opinión le merece este proyecto?

- Muy interesante
- Interesante
- Poco interesante
- No me interesa

Agradecemos su colaboración y sus observaciones.

OBSERVACIONES: _____

Esta encuesta fue creada por Google Forms, de manera virtual con el siguiente link.
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfzmYmmYq8DcH731B0gjYU17FcIG4DMBs-Praymbst2DVZIRg/closedform>