



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA



**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE
RECORRIDOS HISTORIO – ECOLÓGICOS EN LANCHAS POR EL MEDIO Y
BAJO SINÚ – LORICA.**

AUTORES:

KAROL JULIANA DORIA BALLESTA.

ANDREA CAMILA ORTEGA MONTALVO.

ASESOR:

RAMIRO ANTONIO MARRUGO GONZÁLEZ.

Facultad De Ciencias Jurídicas, Económicas Y Administrativas.

Administración en Finanzas Y Negocios Internacionales.

Universidad de Córdoba.

Sede – Lorica.

2023.



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA



**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE
RECORRIDOS HISTORIO – ECOLÓGICOS EN LANCHAS POR EL MEDIO Y
BAJO SINÚ – LORICA.**

AUTORES:

KAROL JULIANA DORIA BALLESTA

ANDREA CAMILA ORTEGA MONTALVO

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de Administración en
Finanzas y Negocios Internacionales.**

ASESOR:

RAMIRO ANTONIO MARRUGO GONZÁLEZ.

Facultad De Ciencias Jurídicas, Económicas Y Administrativas.

Administración en Finanzas Y Negocios Internacionales.

Universidad de Córdoba.

Sede – Lorica.

2023.

AGRADECIMIENTOS.

Deseo expresar mi más profundo agradecimiento a Dios por permitirme llevar a cabo este trabajo de grado. Quiero extender mi gratitud especial a mi amada familia, en especial a mi madre Dollys Doria, mi hermano Juan Daniel Pupo, mi abuela Julia Ballesta y mi pareja Deiber Cuadrado, así como a mis queridos amigos, quienes han sido mi apoyo incondicional y fuente de aliento en cada etapa de este camino.

También quiero agradecer sinceramente a mi asesor académico Ramiro Antonio Marrugo González por su valiosa orientación y dedicación, ya que han sido fundamentales para el desarrollo exitoso de este trabajo.

No puedo dejar de reconocer a todas las personas que participaron en mi investigación, cuya colaboración y aportes han enriquecido significativamente este proyecto.

Por último, pero no menos importante, deseo expresar mi gratitud a mis profesores, compañeros de clase y a todas aquellas personas que me brindaron su apoyo y estímulo a lo largo de esta travesía académica.

Su presencia ha sido invaluable y ha contribuido en gran medida a mi crecimiento intelectual

KAROL JULIANA DORIA BALLESTA

AGRADECIMIENTOS.

Todo el trabajo realizado fue posible gracias a Dios primeramente y así mismo al apoyo incondicional de mis padres Ángel Ortega y Yudilsa Montalvo que estuvieron a mi lado en los momentos difíciles y cuya paciencia fue puesta a prueba en innumerables ocasiones.

Gracias, también, a mis amigos, que me dieron su contención y apoyo en momentos críticos.

Gracias infinitas a la colaboración de todas aquellas personas de la Universidad de Córdoba en especial al cuerpo de profesores que hicieron parte del proceso y por su disposición y apoyo en la identificación y construcción participativa de mi proceso como profesional.

Nada de esto hubiera sido posible sin ustedes. Este trabajo es el resultado de muchos procesos que aportaron en gran manera a mi desarrollo como persona, académico y profesional.

ANDREA CAMILA ORTEGA MONTALVO.

TABLA DE CONTENIDO.

1. INTRODUCCIÓN.....	14
2. RESUMEN EJECUTIVO.....	17
3. REFERENTE TEÓRICO Y CONCEPTUAL.	18
3.1. REFERENTE TEÓRICO.....	18
3.1.1. Transporte fluvial:	18
3.1.2. Turismo fluvial.	18
3.1.3. Creación de empresa.	19
3.2. REFERENTE CONCEPTUAL.....	23
4. MÓDULO DE MERCADO.....	29
4.1. SERVICIO.	29
4.1.1. Características.	29
4.1.2. Beneficios.	32
4.1.3. Servicios complementarios.	33
4.2. USUARIO O CONSUMIDOR.	33
4.3. DELIMITACIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA.	34
4.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.	35
4.4.1. Diseño muestral.	35
4.4.2. Encuesta.....	36
4.4.3. Análisis de la demanda actual.	37
4.4.4. Proyección de la demanda actual.	39

4.5.	ANÁLISIS DE LA OFERTA.	40
4.5.1.	Cálculo de la oferta actual.	41
4.5.2.	Proyección de la oferta actual	41
4.6.	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EXISTENTE.	42
4.6.1.	Tipo de demanda.	42
4.6.2.	Proyección de Demanda Insatisfecha.	43
4.7.	ANÁLISIS DE PRECIOS.	43
4.8.	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.	44
4.9.	Imagen corporativa.	45
4.9.1.	Nombre de la empresa.	45
4.9.2.	Logo.	46
4.10.	ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD.	47
5.	MÓDULO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL.	49
5.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO.	49
5.1.1.	Variables que defienden el tamaño del proyecto.	50
5.2.	LOCALIZACIÓN.	53
5.2.1.	Macrolocalizacion.	54
5.2.2.	Microlocalizacion.	56
5.3.	DISTRIBUCIÓN EN PLANTA.	59
5.4.	PROCESOS DEL SERVICIO.	60
5.5.	SELECCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO.	65
5.5.1.	Especificación de equipos, muebles y enseres.	67

5.6.	BALANCES DE INSUMOS NECESARIOS PARA UN AÑO.	74
5.7.	NATURALEZA JURÍDICA.	74
5.8.	MISIÓN.....	77
5.9.	VISIÓN.....	77
5.10.	ORGANIGRAMA.....	78
5.11.	VALORES.	78
5.12.	PRINCIPIOS.	79
5.13.	POLÍTICAS.....	79
5.14.	MANUAL DE FUNCIONES.....	80
6.	<i>MÓDULOS DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL.</i>	<i>90</i>
6.1.	Impacto socioeconómico.	90
6.2.	Impacto Ambiental.	90
7.	<i>MÓDULO FINANCIERO.</i>	<i>95</i>
7.1.	INVERSIONES.	95
7.1.1.	Inversión en activos fijos.	95
7.1.2.	Inversiones diferidas.....	98
7.2.	COSTOS OPERACIONALES.....	98
7.3.	CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.	108
7.4.	PROYECCIONES FINANCIERAS PARA EL PERIODO DE EVALUACIÓN... ..	112
7.4.1.	Presupuesto de inversión en activos fijos.	112
7.4.2.	Cálculo y proyección del capital trabajo.....	113

7.4.3.	Resumen programa de inversión.....	115
7.4.4.	Valor residual.	115
7.4.5.	Flujo neto de inversión.	116
7.4.6.	Presupuesto y programa de ingresos.....	117
7.4.7.	Presupuestos de los costos operacionales y gastos administrativos y de ventas de la prestación de servicio.	118
7.4.8.	Flujo neto de operación y flujo financiero neto del proyecto.....	122
7.5.	EVALUACIÓN FINANCIERA.	127
7.5.1.	Valor Presente Neto.....	127
7.5.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	129
7.5.3.	Relación Beneficio Costo (R B/C).....	130
8.	<i>FUENTES DE FINANCIACIÓN.</i>	131
9.	<i>CONCLUSIONES.</i>	132
10.	<i>RECOMENDACIONES.</i>	136
11.	<i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.</i>	138

LISTA DE TABLAS.

Tabla 1: Datos para el cálculo de la demanda.	37
Tabla 2: Frecuencia de utilización del servicio.	37
Tabla 3: Cálculo de la demanda.	38
Tabla 4: Proyecciones de la demanda actual.	40
Tabla 5: Cálculo de la oferta actual.	41
Tabla 6: Proyecciones de la oferta actual.	42
Tabla 7: Análisis de precios.	44
Tabla 8: Estrategia Publicitaria.	48
Tabla 9: Tamaño del proyecto.	50
Tabla 10: Macrolocalizacion.	54
Tabla 11: Microlocalizacion.	56
Tabla 12: Balance de equipos y maquinaria,	65
Tabla 13: Balance de muebles y enseres.	66
Tabla 14: Balance de insumos mensuales.	74
Tabla 15: Manual de funciones del director general.	80
Tabla 16: Manual de funciones del asistente administrativo.	81
Tabla 17: Manual de funciones del contador.	83
Tabla 18: Manual de funciones para el jefe de marketing y ventas.	85
Tabla 19: Manual de funciones de los pilotos.	86
Tabla 20: Manual de funciones de los guías turísticos.	88
Tabla 21: Inversiones en Obras Físicas.	95
Tabla 22: Inversión en activos para la prestación del servicio.	96

Tabla 23: Inversión en activos de administración.	97
Tabla 24: Inversión en activos intangibles.	98
Tabla 25: Costos de mano de obra (primer año de operación).....	99
Tabla 26: Insumos necesarios para la prestación del servicio (primer año de operación).100	
Tabla 27: Costo de servicios (primer año de operación).....	100
Tabla 28: Gastos por depreciación.	102
Tabla 29: Remuneración al personal administrativo.	105
Tabla 30: Otros gastos administrativos primer año de operación.	105
Tabla 31: Gasto de venta.	106
Tabla 32: Amortización gastos diferidos.....	106
Tabla 33: Distribución de costos de prestación del servicio.	107
Tabla 34: Programa de inversión fija del proyecto.	112
Tabla 35: Costo de operación anual COPA.....	113
Tabla 36: Inversión en capital de trabajo en términos corrientes.	114
Tabla 37: Programa de inversión términos constantes.....	115
Tabla 38: Valor residual de activos al finalizar el periodo de evaluación.....	115
Tabla 39: Flujo neto de inversión.....	116
Tabla 40: Presupuesto de ingresos por prestación de servicio.	117
Tabla 41: Presupuesto de costos de prestación del servicio (Término constantes).....	118
Tabla 42: Presupuesto de Gastos de Administración.	119
Tabla 43: Presupuesto gastos de ventas.	120
Tabla 44: Programa de costos operacionales.....	120
Tabla 45: Flujo neto de operación.	122
Tabla 46: <i>Flujo financiero neto del proyecto.</i>	123

Tabla 47: Estado de resultados ECOHISTOUR S.A.S.	125
Tabla 48: Balance General ECOHISTOUR S.A.S.....	126
Tabla 49: Cálculo del VPN.	128
Tabla 50: Cálculo de la TIR.	129
Tabla 51: Cálculo Relación Beneficio - Costo R B/C.....	130
Tabla 52: ¿Cree usted que el río Sinú está en óptimas condiciones para realizar este tipo de recorridos?	151
Tabla 53: ¿Utilizaría usted el servicio de recorridos histórico – ecológicos en lanchas por el río Sinú	152
Tabla 54: ¿Utilizaría usted el servicio de recorridos histórico – ecológicos en lanchas por el río Sinú	153
Tabla 55: ¿Por qué no utilizaría el servicio?	154
Tabla 56: ¿Con que frecuencia usaría usted el servicio de tours en lanchas por el río Sinú?	156
Tabla 57: ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por la prestación del servicio?	158
Tabla 58: Preferencia de asistencia al recorrido.....	159
Tabla 59: ¿En qué horario le gustaría realizar el recorrido?	160
Tabla 60: De los dos destinos de llegada ¿Cuál es de su preferencia?	162
Tabla 61: Cuál sería su mayor miedo o preocupación durante el recorrido?	163
Tabla 62: ¿A qué factores le daría mayor relevancia al momento de escoger una empresa que le ofrezca este tipo de servicios?.....	164
Tabla 63: Cálculo del índice de crecimiento promedio para los próximos 5 años de acuerdo con las proyecciones del DANE.....	167

LISTA DE GRÁFICOS.

Gráfico 1: Canal de comercialización.	45
Gráfico 2: Diagrama de procesos de la empresa.	61
Gráfico 3: Organigrama.....	78
Gráfico 4: Flujo Neto del Proyecto.	124
Gráfico 5: ¿Cree usted que el rio Sinú se encuentra en óptimas condiciones para realizar este tipo de recorridos?	152
Gráfico 6: ¿Por qué no utilizaría el servicio?	155
Gráfico 7: ¿Con que frecuencia usaría usted el servicio de tours en lanchas por el rio Sinú?	157
Gráfico 8: ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por la prestación del servicio?	158
Gráfico 9: Preferencia de asistencia al recorrido.....	160
Gráfico 10: ¿En qué horario le gustaría realizar el recorrido?	161
Gráfico 11: De los dos destinos de llegada ¿Cuál es de su preferencia?.....	162
Gráfico 12: ¿Cuál sería su mayor miedo o preocupación durante el recorrido?	163
Gráfico 13: ¿A qué factores le daría mayor relevancia al momento de escoger una empresa que le ofrezca este tipo de servicios?.....	165
Gráfico 14: ¿Conoce usted alguna empresa que ofrezca este servicio en el Municipio de Lorica?	166

LISTA DE ILUSTRACIONES.

Ilustración 1: Imagen Corporativa.....	47
Ilustración 2: Distribución en planta 2D.....	59
Ilustración 3: Distribución en planta 3D.....	60

LISTA DE ANEXOS.

ANEXO 1: ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	147
ANEXO 2: CÁLCULO DEL ÍNDICE DE CRECIMIENTO POBLACIONAL SEGÚN LAS PROYECCIONES DEL DANE.	167
ANEXO 3: REGLAMENTO INTERNO DEL TRABAJO.	168

1. INTRODUCCIÓN.

En este proyecto, se llevó a cabo un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de recorridos histórico-ecológicos en lanchas por el medio y bajo Sinú, en el municipio de Lorica. Esta propuesta surge en respuesta a la necesidad existente en el municipio de Santa Cruz de Lorica de contar con actividades recreativas y educativas que promuevan la interacción con el río Sinú, a la vez destaquen los aspectos históricos y culturales del municipio y resalten la importancia del río para la comunidad.

También, a las investigaciones en curso en el departamento de Córdoba, que buscan conservar y utilizar de manera sostenible el río Sinú, y a la observación del éxito que ha tenido la implementación de actividades turísticas relacionadas con el recorrido por el río Sinú en la ciudad de Montería, las cuales han sido bien recibidas tanto por los residentes locales como por los turistas.

Es importante destacar que el municipio de Lorica se encuentra estratégicamente rodeado por el río Sinú, lo cual lo convierte en un lugar ideal para desarrollar este tipo de recorridos turísticos. Por tanto, esta iniciativa permitiría aprovechar al máximo el potencial económico que ofrece este recurso, al mismo tiempo que se promovería una mayor interacción con el río tanto por parte de los residentes locales como de los visitantes. Además, estos recorridos contribuirían significativamente a resaltar los aspectos culturales del municipio, mostrando su riqueza y singularidad.

El objetivo principal de este proyecto se enfocó en evaluar si es viable crear una empresa de este tipo en el municipio de Lorica.

Para el proyecto, se utilizó una metodología descriptiva basada en el enfoque cuantitativo para llevar a cabo el estudio. Esta metodología se centró en la recopilación y análisis de datos numéricos con el propósito de comprender y describir un fenómeno específico. Para ello, se emplearon dos instrumentos fundamentales: encuestas e investigaciones sobre normativas. Las encuestas se utilizaron como técnica para recabar información valiosa sobre el público objetivo, con el objetivo de analizarla y comprender aspectos importantes del mercado objetivo.

Por otro lado, las investigaciones sobre normativas resultaron esenciales para comprender las regulaciones legales y fiscales aplicables a la creación de la empresa. La información primaria por medio de las unidades muestrales seleccionadas de los habitantes del municipio de Santa Cruz de Lorica a través de una encuesta directa, mientras que la información secundaria se obtendrá a través de documentos y opiniones publicadas en sitios web y blogs.

Asimismo, se llevaron a cabo diversos estudios para determinar la viabilidad del proyecto. Entre ellos, se realizó un estudio de mercado para conocer la demanda y oferta actual y proyectada, identificando así la demanda insatisfecha como punto de partida para evaluar la posible oportunidad de la empresa en el mercado. Además, se analizaron los precios de referencia en el mercado, los canales de comercialización y las preferencias del consumidor. Se llevó a cabo un estudio técnico para determinar el tamaño del proyecto, la ubicación de la planta, la selección de maquinaria y equipo, así como el proceso de prestación del servicio. Por su parte, el estudio administrativo definió el tipo de sociedad, la estructura organizacional, la misión, visión, valores y políticas de la empresa. En cuanto al estudio financiero, se estableció la inversión inicial necesaria para poner en marcha el

proyecto, considerando que los equipos y enseres serán comprados y no alquilados, a diferencia del local que será alquilado. Luego se realizó una evaluación financiera que incluyó el cálculo del valor presente neto, la tasa interna de retorno y la relación costo-beneficio. Estos análisis permitieron determinar la factibilidad del proyecto de inversión, demostrando que la empresa podría generar beneficios superiores a los requeridos. Finalmente, se formularon conclusiones y recomendaciones basadas en los resultados obtenidos.

El contexto de este proyecto de investigación brinda la oportunidad de comprender los fundamentos que avalan la creación de la empresa, así como todos los aspectos relevantes que deben considerarse para lograr resultados exitosos con dicha empresa.

2. RESUMEN EJECUTIVO.

Nombre de la empresa: ECOHISTOUR S.A.S.

Oportunidad de negocio: Santa Cruz de Lorica, un municipio estratégicamente ubicado a lo largo del río Sinú, ofrece un entorno ideal para recorridos turísticos que exploran la cultura y la naturaleza de la zona. Sin embargo, existe una escasez de actividades que satisfagan esta demanda. Por lo tanto, se ha desarrollado un proyecto para evaluar la viabilidad de establecer una empresa en Lorica que ofrezca recorridos histórico-ecológicos en lancha por el río Sinú. El proyecto se divide en cuatro módulos.

El primer módulo incluyó una investigación de mercado que reveló una demanda significativa sin satisfacer, respaldando la creación de la empresa. Actualmente, solo existe una empresa en el municipio, Goutour, que ofrece servicios similares de manera limitada. En el segundo módulo, se determinó la ubicación óptima para la empresa en el Barrio Cascajal de Lorica, específicamente en el Malecón. Se estableció la estructura organizativa y legal necesaria, con un equipo de 8 trabajadores: 5 empleados permanentes y 3 contratados para servicios en un espacio de 180 m². El tercer módulo evaluó el impacto económico, social y ambiental que la empresa tendría en la zona, concluyendo que generaría efectos positivos en estos ámbitos. El cuarto módulo se centró en los cálculos financieros para evaluar la viabilidad del proyecto. Se identificó que se requeriría una inversión inicial de \$180.389.955. Durante el primer año de operación, se proyectó un flujo neto de operación de \$90.371.974 y un flujo neto del proyecto de \$88.529.900. La evaluación financiera demostró que la empresa es viable, con un Valor Presente Neto (VPN) de \$67.882.642, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 48,77% utilizando una tasa de descuento del 32%, y una Relación Beneficio-Costo (RB/C) de \$1,38.

3. REFERENTE TEÓRICO Y CONCEPTUAL.

3.1. REFERENTE TEÓRICO.

3.1.1. Transporte fluvial:

El transporte fluvial es un modo de transporte, es decir el traslado de productos o pasajeros de unos lugares a otros, que se realiza a través de ríos y canales fluviales con una profundidad adecuada. El transporte fluvial es una importante vía de comercio interior, por lo que, en ríos con las infraestructuras suficientes son muy importantes. (Ministerio de Transporte, s.f.)

Actividad de desplazamiento de personas y cosas por ríos, canales o cualquier otra vía similar. (juridico, s.f.)

3.1.2. Turismo fluvial.

Se puede hablar de turismo fluvial cuando el atractivo se encuentra en la práctica de actividades en un río. Dentro de este turismo fluvial encontramos múltiples actividades como el rafting, el hidrospeed o las travesías en piragua que suponen un aprovechamiento económico de los recursos naturales de las zonas donde se desarrollan, pero también una fuente de emociones que hacen que cambie radicalmente nuestra relación con los ríos. Las actividades ligadas al turismo fluvial resultan rentables económica y socialmente, a la vez que resultan respetuosas con el medio ambiente, por lo que constituyen un medio de desarrollo deseable. (FUERTES & TORICES, 2006).

El turismo fluvial ha logrado posicionarse en diferentes zonas del mundo para consolidar una oferta de calidad, auténtica, diversificada y ajustada a las necesidades de los clientes. Sin embargo, en Colombia, dichas potencialidades no han sido aprovechadas de manera adecuada para el desarrollo en los ríos. Este ha demostrado tener una aceptación

mayor en las comunidades receptoras debido a que la oferta que se genera en un municipio o región impacta de manera directa e indirecta a los diferentes negocios de servicios turísticos: hoteles, restaurantes, agencias de viajes y artesanías, entre otros. (Galvis-Rivera, 2017)

3.1.3. Creación de empresa.

3.1.3.1. Empresa.

Según el artículo 25 del código de comercio de Colombia “Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio”. (Codigo de Comercio de Colombia, s.f.)

Asimismo, según (Cámara de comercio de Bogotá) una empresa es “Es toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. La empresa puede ejecutar actividades de naturaleza industrial o productiva; comercial o de prestación de servicios”.

Una empresa es una organización que apoyada en recursos económicos y logísticos busca percibir ganancias mientras cubre la demanda de un servicio o de una necesidad en un entorno determinado; de esta manera, se convierte en una entidad productora en beneficio de la sociedad.

Su creación puede ser a partir de una sola persona, pero por lo general es un grupo que se asocia para alcanzar una serie de objetivos haciendo uso de los factores productivos: trabajo, tierra y capital. (Excel para todos, s.f.)

3.1.3.2. Plan de negocio.

Según (Enciclopedia de Negocios, s.f.), Es un documento que describe un nuevo negocio, sus producto o servicios, cómo ganará el dinero, los líderes y el personal, las finanzas, el modelo de operaciones y otros detalles que son esenciales tanto para operar como para el éxito. Los emprendedores lo crean como para del proceso de emprendimiento mientras que los negocios existentes a menudo lo escriben cuando cambian de dirección la estrategia. La mayoría de los planes de negocio cubre los primero tres o cinco años de la compañía. Los planes de negocios son requerimientos por cualquier que busque fondos, ya sea de instituciones financieras o de inversionistas, es recomendable para todos los emprendimientos porque sirve como un mapa de negocio. El proceso de escritura del plan de negocio también puede ayudar al emprendedor a descubrir debilidades en el concepto, malas percepciones del mercado y otras especificaciones que puedan causar un cambio en cómo el negocio está posicionado o construido.

Según (Cámara de Comercio de Medellín), Un plan de negocios es un documento que ilustra las ideas e insumos que dan a una empresa la capacidad de participar y competir exitosamente en los mercados. Es un marco de referencia de los pilares estratégicos sobre los que se soporta una iniciativa empresarial, los escenarios en los que se desarrolla y su horizonte de planeación. Asimismo, comprende fundamentalmente una articulación de la empresa con las personas, sus oportunidades, su entorno, su contexto, sus riesgos y promesas de recompensa. Además busca darle a una empresa, potencial, emergente o

existente, elementos que le permitan disfrutar de una posición competitiva y sostenible en el largo plazo.

Estudio de mercado.

El estudio de mercado constituye la primera etapa de todo proyecto de inversión, el cual consiste en una serie de técnicas y procedimientos útiles para obtener y analizar la información referente a la demanda, oferta, precios y comercialización de un bien o servicio. Esta etapa es determinante ya que permite conocer las perspectivas reales que debe afrontar un determinado bien o servicio al pretender ingresar a un mercado específico. Por lo anterior, el conocimiento del mecanismo del mercado resulta imperiosamente necesario para la aceptación o rechazo de la asignación de los recursos a una determinada iniciativa. Este tiene como objetivo primordial comprobar la existencia de demanda insatisfecha que justifique la creación del proyecto y que a su vez sea una base sólida de información para etapas posteriores de esta investigación. (UNAM)

Estudio Técnico.

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios

para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización. (UNAM)

Estudio administrativo.

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas. (Parra, López, Pellat, & Puerta).

Estudio Financiero.

Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción. (Pérez, 2021)

El estudio financiero está integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de las operaciones necesarias para que una empresa marche y visualizando

a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo. De ahí la importancia que al iniciar cualquiera idea de proyecto o negocio contemple las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, consideran el costo efectivo que con lleva el operar el proyecto en términos financieros que implica el costo de capital de trabajo, adquisiciones de activo fijo y gastos preoperativo hasta obtener los indicadores financieros en los Estados Financieros como son. El Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias y Flujo de Efectivo. (Navarro, Navarro, Figueroa, Fraijo, & López)

Tamaño de proyecto.

El tamaño del proyecto expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado. (Universidad Santo Tomas, s.f.)

El tamaño muchas veces deberá someterse, más que a la cantidad demandada del mercado, a la estrategia comercial que se defina como la más rentable o segura para el proyecto. Por ejemplo, es posible que al concentrarse en un segmento del mercado se logre maximizar la rentabilidad del proyecto. El plan comercial deberá proveer la información para poder decidir el tamaño óptimo económico. (ZENE, 2009)

3.2. REFERENTE CONCEPTUAL.

Atractivo turístico: Los atractivos turísticos son lugares llamativos y acondicionados para generar interés y atraer a la mayor cantidad de turistas. Además, existen diversas atracciones que se adaptan a diferentes perfiles turísticos. Un atractivo turístico es un sitio de interés para los turistas, el cual destaca por su particularidad cultural, histórica, artística,

arquitectónica, natural, recreativa, gastronómica, lingüística, arqueológica o astronómica. A menudo, un destino tiene más de un valor turístico para ofrecer. (Chavez, CEUPE, s.f.)

Calidad: Es entendida como el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos. (Norma ISO 9000, 2016)

Clientes: Es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa. (Quiroa, 2019)

Competencia: Se entiende por competencia aquella situación en la que existe un indefinido número de compradores y vendedores que intentan maximizar su beneficio o satisfacción. Así, los precios están determinados únicamente por las fuerzas de la oferta y la demanda. (Gil, 2020)

Costos: Se define como coste o costo al valor que se da a un consumo de factores de producción dentro de la realización de un bien o un servicio como actividad económica. (Galán, 2020)

Demanda: Es la solicitud para adquirir algo. En economía, la demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir. (Alfonso, 2020)

Ecológico: Según la RAE, ecológico significa “Que no es perjudicial para el medio ambiente”. En realidad son unas palabras que hablan por sí sola, se refiere a la ecología. Es decir, cuando algo es ecológico se dice que contribuye a una vida ecológica o a prácticas que ayudan a conservar recursos como el agua y la energía. (Girosalut, 2022)

Guía turístico: Es un profesional capacitado para brindar a los turistas orientación e información relevante acerca de las virtudes turísticas que posee un determinado destino. El objetivo es ofrecer una experiencia agradable a los visitantes, guiándolos y dotándolos de

los recursos informativos necesarios para que puedan aprovechar al máximo su tiempo de estadía. (Centro Europeo de Postgrado, s.f.)

Histórico: Perteneciente o relativo a la historia. Dicho de una persona o de una cosa: Que ha tenido existencia real y comprobada. (Real Academia Española, s.f.)

Histórico es aquello vinculado con la historia: el conjunto de acontecimientos sociales, políticos, culturales y económicos de una nación; la exposición y explicación de sucesos del pasado; o la disciplina científica dedicada al estudio y la narración cronológica de eventos pretéritos. (Definicion de, s.f.)

Macrolocalizacion: La macrolocalizacion de un proyecto consiste en decidir la región más ventajosa para ubicar una empresa o negocio; describe la zona geográfica donde se encontrará proyecto. El lugar debe ser elegido por los beneficios que se generan a partir de la conjunción de los factores que participan. Sirve como base para hacer atractivas las ubicaciones de propiedades y es un requisito muy importante previo para una inversión. (Rubio, 2021)

Marketing: Según Jerome McCarthy, «es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente». (Fuente, 2022)

Microlocalizacion: La microlocalizacion se enfoca en la elección del lugar específico donde se ubicará el negocio o proyecto dentro de la macrozona seleccionada. La elección de la microlocalizacion puede ser vital para el éxito de un negocio o proyecto, por lo que

también requiere un análisis detallado que tome en cuenta factores como la visibilidad, el entorno, el flujo de tráfico, la competencia directa, entre otros.

En la microlocalización se busca un lugar específico para el establecimiento de la empresa o proyecto, que permita la eficiencia operacional y el contacto directo con el público. Un error en la microlocalización puede llevar a que un negocio fracase, aun si se encuentra en una buena zona macro local. (Daniel, 2023)

Oferta: La oferta, en economía, es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos. (Pedrosa, 2020)

Precio: En economía el significado de precio es la cantidad de dinero que la sociedad debe asumir a cambio de un bien o servicio. También se le define como el monto de dinero asignado a un artículo o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de utilizar o disfrutar de un servicio o bien.

El concepto precio hace referencia al valor monetario fijado a un determinado artículo o servicio, que implica elementos como el esfuerzo, dedicación, utilidad, materia prima o tiempo. (García, 2018)

Público objetivo: Es el conjunto de consumidores, clientes ideales o compradores a los que se dirige una empresa con el objetivo de seducirlos con un producto o servicio determinado. (Peiró, 2020)

Rentabilidad: Es un indicador que abarca el conjunto de beneficios o ganancias procedentes de una inversión determinada, de modo que comprende el resultado entre lo invertido y la utilidad. A partir de que la rentabilidad proyecta el resultado de la administración de una inversión, no debe confundirse con la utilidad, ya que son términos

desiguales: mientras que la utilidad es el valor de la ganancia obtenida por la inversión en un período de tiempo, la rentabilidad es un indicador de la gestión y eficacia de dicha inversión. (Frederick, 2023)

Río: Es una corriente de agua que fluye desde su nacimiento hasta su desembocadura en otro río, lago o en el mar. Un río puede ser más o menos caudaloso dependiendo de las partes del río, y se pueden alimentar de varias formas: Precipitaciones, Escorrentía terrestre, Manantiales y filtraciones, Agua de deshielo en zonas con nieve y en glaciares. (Valdidielso, s.f.)

Río Sinú: El río Sinú nace en el departamento de Antioquia y está ubicado principalmente en el departamento de Córdoba, Colombia. Debido a su extensión y a la dimensión de su cuenca es considerado el tercer río más importante del país entre los que desemboca en el mar Caribe.

En total recorre 415 km desde su nacimiento y tiene una extensión de aproximadamente 13 mil km². Sus valles son sumamente fértiles, llegando a la altura de los valles del río Nilo. Por estos motivos, los 16 municipios que irriga en Córdoba se ven beneficiados a nivel económico. (Cajal, 2020)

Ruta turística: Una ruta turística es un camino que permite apreciar las virtudes más destacables que posee un lugar turístico. Se trata de un recorrido planificado para que los turistas puedan descubrir particularidades de carácter natural, cultural, histórico, arqueológico, artístico, recreativo o gastronómico.

Esta ruta es representada a través de un itinerario turístico, el cual se encarga de orientar a los visitantes durante el camino, además de señalar y describir los puntos de interés de la zona. (Chavez, CEUPE, s.f.)

Servicio: es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado. (Galán, Javier Sánchez, 2020)

Sensibilización ambiental: hace referencia al proceso de crear conciencia entre los ciudadanos de todos los países en materia medioambiental. Su objetivo es crear una filosofía de vida que esté basada en el respeto al planeta, su protección y conservación y en un uso sostenible de los recursos naturales que tenemos disponibles. (Rolleat, s.f.)

Turismo: Según la OMT, el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (Universidad Autónoma de Quevedo)

4. MÓDULO DE MERCADO.

4.1.SERVICIO.

4.1.1. Características.

La empresa de recorridos histórico-ecológicos en lanchas por el medio y bajo Sinú ofrecerá, como su nombre indica, paseos en lancha desde el municipio de Lorica hacia dos destinos principales: la ciudad de Montería y la desembocadura del río en Boca Tinajones. Durante el recorrido, un guía turístico mostrará los diferentes corregimientos, pueblos y municipios que se encuentran en la ruta, además de contar las historias que se esconden detrás de estos y la importancia del río Sinú para estos lugares. También habrá paradas en lugares estratégicos y turísticos para que los pasajeros puedan tomarse fotos y ser partícipes de los atractivos turísticos de estos lugares. La duración del recorrido será de aproximadamente medio día, por lo que los pasajeros podrán elegir entre los horarios de la mañana o tarde.

Las diferentes rutas que se cubrirán serán:

- ✓ Desde el malecón de Lorica hasta Montería, esta ruta cubrirá municipio y veredas como: El Playón, Nariño, Palo de Agua, Cotoca Arriba, Sarandelo, Mata de Caña, Sabana nueva, Carillo, Bohórquez, los Canos, Retiro de Los Páez, El Descanso, Niza, entre otros.
- ✓ Desde el malecón de Lorica hasta Boca Tinajones, esta ruta cubrirá municipios como: Cotoca Abajo, San Nicolás de Barí, San Miguelito, Santa Lucía, La Doctrina, Marín, entre otros.
- ✓ Ruta personalizada desde el malecón de Lorica hasta donde el cliente lo desee.

Los requisitos que se deben cumplir para acceder al servicio serán ser mayor de edad. En caso de no serlo y tener más de 14 años contar con una autorización de padres, si se tiene menos de esa edad se debe ir acompañado de padres o de un adulto responsable.

La empresa tiene como principal objetivo fomentar la conciencia sobre la importancia y el papel fundamental que juega el río en el medio y bajo Sinú. Se quiere que tanto los habitantes del municipio de Lorica como los turistas que utilicen los servicios de recorridos comprendan la relevancia de este recurso natural y su impacto en el medio ambiente y en la economía local. Además de esto, durante el recorrido en las lanchas, se buscará que los clientes disfruten de una experiencia agradable y diferente, en la que puedan conocer y aprender sobre las diversas culturas que rodean a Lorica y los municipios que cubren las rutas que se ofrecerán. Se desea que los clientes tengan la oportunidad de sumergirse en la rica historia y patrimonio cultural de la región a través de las historias y anécdotas compartidas por el guía turístico. Dicho guía ofrecerá una visión detallada de la cultura e historia de los municipios que se encuentran en las rutas, así como de la importancia del río Sinú para la región del medio y bajo Sinú. Otra de las metas de la empresa será que los pasajeros puedan disfrutar de los hermosos paisajes que se pueden encontrar en las rutas. A lo largo del recorrido, se podrá apreciar la belleza natural de los alrededores del municipio, lo que permitirá a los clientes conectarse con la naturaleza y desconectarse del bullicio de la ciudad.

En la empresa, la seguridad de los clientes será una prioridad fundamental. Por esta razón, el servicio estará equipado con todo lo necesario para garantizar la protección durante el recorrido. Entre los equipos y elementos que se ofrecerán se encontraran los chalecos salvavidas, los cuales son esenciales para la seguridad en caso de emergencia.

Asimismo, se garantizará contar con combustible suficiente para todo el recorrido, evitando cualquier tipo de imprevisto. También se contará con personal capacitado y entrenado en técnicas de rescate y primeros auxilios, por lo que se estará preparado para actuar en caso de alguna emergencia. Además de estos elementos, se asegurará el cumplimiento de todas las normas y regulaciones establecidas por la ley para garantizar la seguridad de los clientes. Esto incluye la inspección periódica de las lanchas y los equipos de seguridad, así como el cumplimiento de todos los requisitos legales necesarios para operar el servicio.

Los elementos esenciales del servicio incluyen:

- ✓ El recorrido por los diferentes corregimientos y municipios, donde los clientes podrán disfrutar de los hermosos paisajes y la rica cultura local.
- ✓ Charlas y anécdotas sobre las diversas culturas que rodean la región, para que los clientes puedan conocer mejor la historia y las costumbres de las comunidades locales.
- ✓ Enseñanzas sobre la importancia de generar conciencia para el cuidado del río Sinú, destacando su relevancia para el ecosistema y la necesidad de protegerlo para las generaciones futuras.

La empresa debe cumplir varios requisitos para prestar el servicio de transporte turístico, entre ellos solicitar y obtener el permiso de transporte otorgado por el Ministerio de Transporte, contar con la dotación requerida de equipos de salvamento, incluyendo chalecos salvavidas, equipos de primeros auxilios y bombas de achique, y tener la patente de navegación. Además, los tiquetes de transporte deben incluir información como el nombre de la empresa, número de patente de navegación, fecha de expedición, origen y

destino de la ruta, origen y destino del pasajero, fecha y hora de salida, nivel de servicio, número de silla asignada, tarifa del pasaje, firma del despachador responsable, nombre de la empresa aseguradora y número de póliza. Los pasajeros deben mantener los tiquetes en su poder y exhibirlos cuando se les solicite por parte de la tripulación o autoridades competentes. Es fundamental cumplir con todas las regulaciones y normativas establecidas por las autoridades pertinentes. (Código Nacional de Navegación y Actividades Portuarias Fluviales).

En las épocas en la que la empresa no pueda prestar el servicio por distintas circunstancias como inundaciones optara por buscar otros ingresos con actividades que se enfoquen en mostrar el patrimonio municipal como realizar rutas turísticas por tierra, realizar paseos por el municipio, alquilar las lanchas, entre otras actividades con el fin de no dejar de laborar en ninguna época.

4.1.2. Beneficios.

Mediante la realización de los recorridos histórico – ecológicos se proporcionará a los clientes una experiencia enriquecedora y educativa. La empresa se esforzará por ofrecer a dichos consumidores una experiencia única, donde puedan disfrutar del entorno natural y aprender sobre la rica cultura y la historia de la región. A través de esta experiencia, se quiere ayudar a fomentar la apreciación y la preservación del patrimonio natural y cultural de la zona. En general, el servicio se enfocará en brindar a todos los clientes una experiencia enriquecedora y educativa que les permita conectarse con la región de una manera significativa y memorable.

4.1.3. Servicios complementarios.

Los servicios complementarios estarán diseñados para ofrecer a los clientes una experiencia más completa y conveniente. Entre estos servicios se incluyen la venta de bebidas y aperitivos a bordo de las lanchas, para que los clientes puedan disfrutar de un refrigerio durante el recorrido, y el servicio de traslados particulares o personalizados en caso de que algunos clientes quieran llegar hasta un punto específico y no realizar el recorrido completo.

Con el servicio de traslados particulares en lancha, se busca cumplir todas las necesidades de los clientes, permitiéndoles elegir hasta dónde quieren llegar y brindándoles mayor flexibilidad en su itinerario. Por otro lado, la venta de bebidas y aperitivos a bordo de las lanchas es una forma de ofrecer un servicio adicional de comodidad y conveniencia durante el recorrido.

4.2.USUARIO O CONSUMIDOR.

Se podría afirmar que la totalidad de los habitantes del municipio de Santa Cruz de Lorica, tanto los residentes de zonas urbanas como rurales, tienen el potencial de convertirse en consumidores. La población total de este municipio es de 116.772 personas (Dane, s.f.), y la empresa buscará atraer a clientes de todos los estratos socioeconómicos, incluyendo tanto a aquellos con ingresos bajos como a aquellos con mayores recursos económicos.

Sin embargo, El perfil de los potenciales consumidores para el servicio serían aquellos individuos que disfrutan de actividades vinculadas con la naturaleza y que sienten inclinación por viajar o trasladarse a través de vías fluviales.

Por tanto, el público objetivo estará compuesto por los habitantes del municipio de Lorica y turistas que estén interesados en conocer la cultura y la importancia del río Sinú en la región.

4.3.DELIMITACIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA.

Los usuarios o consumidores del servicio de recorridos histórico – ecológicos en lanchas por el medio y bajo Sinú se encuentran principalmente en el municipio de Lorica, tanto en su zona rural como en la urbana. Sin embargo, los turistas que visiten el municipio también podrán utilizar el servicio y serán bienvenidos como clientes.

El mercado para el servicio será el municipio de Lorica, el cual cuenta con las condiciones ideales para su realización, como puertos adecuados. El puerto de partida se ubicará en el centro del municipio, estratégicamente en el sector amurallado conocido como el malecón, a la orilla del río Sinú ya que este lugar es un atractivo turístico muy visitado por los habitantes y turistas de la zona.

El servicio se prestará en el municipio de Santa Cruz de Lorica, que se encuentra ubicado al norte del departamento de Córdoba en la zona baja del río Sinú y próxima al litoral del mar caribe (a solo 29 km de Coveñas y 60 km de Montería). La cabecera municipal está localizada en la margen derecha del río Sinú. Su posición astronómica es 9°,14" latitud norte y 75°,49" de latitud occidental del meridiano de Greenwich. Limita al norte con los municipios de San Antero, San Bernardo del Viento, Purísima y Momil, en una extensión de 63,1 kilómetros. Al sur con los municipios de Cotorra y San Pelayo con una extensión de 76,7 kilómetros. Al este con Momil y Chima con una extensión de 14,1 kilómetros y al oeste con San Bernardo del Viento, Puerto Escondido y Moñitos con una extensión de 54,5 kilómetros. Cuenta con una extensión total de 1.110 kilómetros

cuadrados. 33 corregimientos y una superficie total de 126.000 hectáreas. La altura promedio es de 23 metros sobre el nivel del mar. (Angelfire, s.f.)

En la hidrografía del municipio se encuentra que el río Sinú atraviesa el territorio del municipio y al mismo tiempo la ciénaga grande baña toda la parte oriental de este.

Las principales actividades comerciales en el municipio son: La agricultura en donde se explotan cultivos como: la yuca, el plátano, el ñame, el maíz, el frijol, el arroz, entre otros; la ganadería donde predominan las razas del ganado vacuno; la pesca que es una actividad muy importante en la economía bajosinuana; el sector comercial el cual es amplio ya que diariamente llegan productos regionales, nacionales y extranjeros.

(Angelfire, s.f.)

4.4.ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

4.4.1. Diseño muestral.

La población del proyecto estará representada por los habitantes del municipio de Lorica ya que el servicio estará dirigido a todos los estratos del municipio. El número de habitantes del municipio se tomará de las proyecciones del DANE correspondientes al año 2022, por tanto, la población será de 116.772 habitantes. (Dane, s.f.)

Para hallar el tamaño de la muestra se aplicará la siguiente formula:

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

Dónde:

n = Tamaño muestral

Z = Variable de confianza

N = Tamaño de la población

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

e = Margen de error

Los valores asignados para cada una de estas variables serán:

$$Z = 95\% = 1,96$$

$$N = 116.772$$

$$p = 50\% = 0,5$$

$$q = 50\% = 0,5$$

$$e = 5\% = 0,05$$

Reemplazando los valores en la formula se tendría:

$$n = \frac{(1,96)^2(116.772)(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(116.772 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 382,9 \cong 383$$

Luego de aplicar la formula se obtiene que el tamaño muestral del estudio será de 383 habitantes, por tanto, este será el número de encuestas a realizar en el municipio.

4.4.2. Encuesta.

Para la recolección de la información se diseñó una encuesta estructurada con preguntas cerradas y una abierta. (Ver anexo 1).

4.4.3. Análisis de la demanda actual.

Para la realización del análisis de la demanda, se tomó como referencia los resultados obtenidos en la pregunta 2 de la sección 1 de 3 y la pregunta 1 de la sección 3 de 3 de la encuesta aplicada a las personas del municipio de Santa Cruz de Lorica tanto de su zona rural como urbana.

Sección 1: Pregunta 2. ¿Utilizaría usted el servicio de recorridos histórico-ecológicos en lanchas por el río Sinú?

Tabla 1: Datos para el cálculo de la demanda.

Datos para el cálculo de la demanda.				
Población		116.772	Fuente: Elaboración propia.	
Muestra		383		
Utilizaría usted el servicio de recorridos histórico-ecológicos en lanchas por el rio Sinú?				
Opciones	Respuestas	Muestra	Población	Tabla 2: <i>Frecuencia de utilización del servicio.</i>
Si	50,13%	192	58.538	
No	49,87%	191	58.234	
Total	100%	383	116.772	
Frecuencia de utilización del servicio				
¿Con qué frecuencia usted haría uso del servicio?				
Respuesta	Número de personas		%	
Mensual	2		1,04%	

Tabla 2: Frecuencia de utilización del servicio.

Bimestral	4	2,08%
Trimestral	8	4,17%
Semestral	27	14,06%
Anual	151	78,65%
Total	192	100%

Fuente: Elaboración propia.

Con la información anterior se procede a realizar los cálculos para obtener la demanda.

$$Demensualaanual = 58.538 * 1,04\% = 610 * 12 = 7.317$$

$$Debimestralaanual = 58.538 * 2,08\% = 1.220 * 6 = 7.317$$

$$Detrimestralaanual = 58.538 * 4,17\% = 2.439 * 4 = 9.756$$

$$Desemestralaanual = 58.538 * 14,06\% = 8.232 * 2 = 16.464$$

$$Anual = 58.538 * 78,65\% = 46.038$$

$$Demandaactual(sumatoria) = 86.893$$

Tabla 3: Cálculo de la demanda.

	Población	Utilización del servicio	Población que utilizaría el servicio	
	116.772	50,13%	58.538	
Frecuencia	Población	% de respuesta	Nº de personas	Utilización anual
a				

Mensual	58.538	1,04%	610	7.317
Bimestral	58.538	2,08%	1.220	7.317
Trimestral	58.538	4,17%	2.439	9.756
Semestral	58.538	14,06%	8.232	16.464
Anual	58.538	78,65%	46.038	46.038
TOTAL		100%	58.538	86.893

Fuente: Elaboración propia.

El total de la demanda actual es de 86.893 servicios al año a los habitantes del municipio de Santa Cruz de Lorica.

4.4.4. Proyección de la demanda actual.

Para la proyección de la demanda futura se utilizó la siguiente fórmula:

$$Df = Da(1 + i)^n$$

Donde:

DF es la demanda futura.

Da es la demanda actual.

1 es una constante.

I es el índice de crecimiento poblacional.

n es el año para proyectar.

Para el caso de la empresa las variables tendrían los siguientes valores:

DF: Incógnita a encontrar.

Da: 86.893 servicios.

I: 0,60% = 0,0060 el cual se calculó haciendo un promedio del crecimiento poblacional de las proyecciones presentadas por el DANE para el municipio. (Ver anexo 2)

n: será 1,2,3,4,5.

$$D_{f1} = 86.893 * (1 + 0.0060)^1 = 87.414$$

$$D_{f2} = 86.893 * (1 + 0.0060)^2 = 87.939$$

$$D_{f3} = 86.893 * (1 + 0.0060)^3 = 88.466$$

$$D_{f4} = 86.893 * (1 + 0.0060)^4 = 88.997$$

$$D_{f5} = 86.893 * (1 + 0.0060)^5 = 89.531$$

$$Sumatoria(1 + 2 + 3 + 4 + 5) = 442.348$$

Tabla 4: *Proyecciones de la demanda actual.*

Proyecciones de la demanda actual				
1	2	3	4	5
87.414	87.939	88.466	88.997	89.531

Fuente: Elaboración propia.

4.5.ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Para analizar la oferta se indagó mediante la encuesta si las personas del municipio conocían otra empresa que prestara el mismo servicio en este, teniendo como resultado que solo dos personas de doscientas noventa conocen otra. Por tanto para la oferta se tomará dicha empresa como referencia.

4.5.1. Cálculo de la oferta actual.

Tabla 5: *Cálculo de la oferta actual*

¿Cuántas personas utilizan su servicio cada trimestre?		
Empresas	Servicios trimestrales	Servicios anuales
Goutour	1.086	4.345
TOTAL	1.086	4.345

Fuente: Elaboración propia.

4.5.2. Proyección de la oferta actual

Para la proyección de la oferta futura se utilizó la siguiente fórmula:

$$O_f = O_A * (1 + i)^n$$

Donde:

Of es la oferta futura.

Oa es la oferta actual.

1 es una constante.

I es el índice de crecimiento económico del país para el 2022.

n es el año para proyectar.

Para el caso de la empresa las variables tendrían los siguientes valores:

Of: Incógnita a encontrar.

Oa: 4.345 servicios.

I: 7,5% =0,075 (Portafolio, 2023)

n: será 1,2,3,4,5.

$$D_{f1} = 4.345 * (1 + 0,075)^1 = 4.670$$

$$D_{f2} = 4.345 * (1 + 0,075)^2 = 5.021$$

$$D_{f3} = 4.345 * (1 + 0,075)^3 = 5.398$$

$$D_{f4} = 4.345 * (1 + 0,075)^4 = 5.803$$

$$D_{f5} = 4.345 * (1 + 0,075)^5 = 6.238$$

$$Sumatoria(1 + 2 + 3 + 4 + 5) = 27.130$$

Tabla 6: *Proyecciones de la oferta actual.*

Proyecciones de la oferta actual				
1	2	3	4	5
4.670	5.021	5.398	5.803	6.238

Fuente: Elaboración propia.

4.6. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EXISTENTE.

4.6.1. Tipo de demanda.

El tipo de demanda existente es el resultado de restarle a la demanda actual la oferta actual como se muestra a continuación;

$$Demanda_{existente} = Demanda_{actual} - Oferta_{actual}$$

Para este proyecto sería:

$$Demanda_{existente} = 86.893 - 4.335 = 82.548$$

Dado que la demanda supera la oferta, existe una demanda insatisfecha de 82.548 servicios de recorridos.

4.6.2. Proyección de Demanda Insatisfecha.

La Demanda Insatisfecha se proyecta como la diferencia entre la proyección de la Demanda Actual y la proyección de la Oferta Actual. Como se mostrará en la siguiente tabla para este proyecto.

Proyecciones de					
la demanda	1	2	3	4	5
existente					
Demanda Futura	87.414	87.939	88.466	88.997	89.531
Oferta Futura	4.670	5.021	5.398	5.803	6.238
Demanda					
insatisfecha	82.744	83.004	83.048	83.194	83.293

Fuente: Elaboración propia.

4.7. ANÁLISIS DE PRECIOS.

Con base en la información de los anteriores puntos, en los cuales se expresó que solo una empresa presta el servicio en el municipio y lo realiza en épocas vacacionales. El siguiente análisis se hace con el precio de dicha empresa y se tomarán de otras empresas de Montería. Estos solo serán precios referentes ya que el precio del servicio será calculado en el módulo financiero.

Tabla 7: *Análisis de precios.*

Empresas	Recorrido	Duración	Precio del servicio
Goutour	Lorica a Boca	Mas de una	\$70.000
	de Tinajones	hora	
La	Solo en	Una hora	\$25.000
Lorenza	Montería		
Catamará	Solo en	Una hora	\$30.000
n	Montería		
(Alcatraz)			

Fuente: Elaboración propia.

4.8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

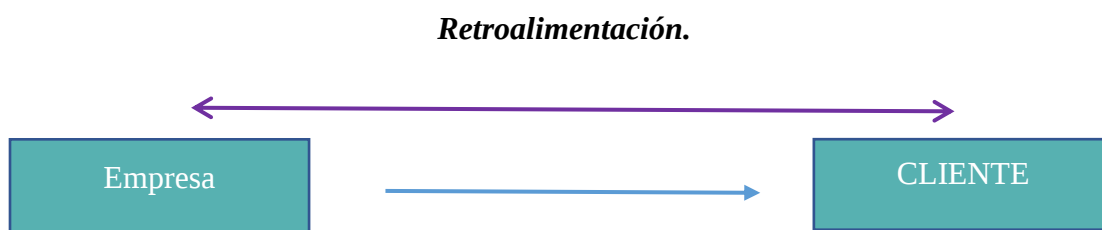
Teniendo en cuenta la naturaleza del servicio siendo este intangible, el canal de comercialización seleccionado es el canal directo, lo que quiere decir que la empresa ofrecerá el servicio a sus clientes sin la intervención de terceros.

Esta elección de canal de comercialización permitirá a la empresa tener un mayor contacto con los clientes y sus necesidades, lo que contribuirá al continuo mejoramiento del servicio. Al no haber intermediarios, se reducen los costos de comisiones y márgenes de terceros, lo que puede permitir a la empresa ofrecer un precio más competitivo y aumentar su rentabilidad.

Además, al tener un contacto directo con los clientes, la empresa tendrá una mayor oportunidad de recopilar sus opiniones y comentarios, lo que permitirá realizar ajustes y mejoras en el servicio para satisfacer sus necesidades y expectativas. En resumen, el canal

de comercialización directa permitirá a la empresa tener un mayor control y contacto con sus clientes, lo que puede llevar a un mejoramiento continuo del servicio y a una mayor satisfacción de los clientes.

Gráfico 1: *Canal de comercialización.*



Fuente: Elaboración propia.

4.9. Imagen corporativa.

4.9.1. Nombre de la empresa.

El nombre establecido a la empresa de recorridos histórico-ecológicos por el medio y bajo Sinú - Loricá, "ECOHISTOUR", fue creado mediante la combinación de palabras claves que representan la esencia del servicio. La palabra "Ecológico" puesto que con este se busca concienciar sobre la conservación del río Sinú, y de ella se tomaron las tres primeras letras "ECO". Además, como el recorrido también se enfoca en la historia del municipio y sus alrededores, se eligió la palabra "histórico", de la cual se tomaron las primeras tres letras "HIS". Finalmente, se utilizó un sinónimo de "recorrido" que es la palabra "tour", pero sin abreviarla, para crear el nombre "ECOHISTOUR".

4.9.2. Logo.

La imagen corporativa para la empresa de recorridos histórico – ecológicos, en la parte superior está representada por una gota salpicada de agua, la cual es muy representativa para la empresa ya que su servicio estará enfocado en proteger las aguas del río Sinú; dicha gota está dentro de un círculo. En la parte inferior se encuentra el nombre junto con el eslogan “Descubre el pasado y protege el futuro Sinuano”, con el cual se busca darle a entender a los clientes que la empresa busca mostrar las historias del municipio y del río Sinú para motivar al cuidado patrimonial y de dicho río.

Los colores utilizados en la imagen son:

Azul: Este color representa profundidad, confianza, lealtad, inteligencia y calma.
(Looka, 2023)

Blanco: Este color representa sencillez, tranquilidad, paz, limpieza, armonía, seguridad. (GraciAds, 2022)

Negro: Este color representa elegancia, poder, autoridad, estabilidad, serenidad, fuerza, inteligencia. (GraciAds, 2022)

El logo de la empresa se realizó utilizando una aplicación de inteligencia artificial llamada Looka, en la cual se ingresan los datos y se escogen aspectos destacables de la empresa y esta genera distintas alternativas de logos.



Ilustración 1: *Imagen Corporativa.*

Fuente: Elaboración propia en (Looka, 2023).

4.10. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD.

La empresa de recorridos histórico – ecológicos, para promocionar sus servicios, establecerá una estrategia publicitaria enfocada en la consecución de clientes potenciales. Para lograr esto, se diseñará una estrategia de promoción efectiva y sugestiva que muestre a los consumidores la nueva actividad creativa y de aprendizaje que se implementará en el municipio; la cual cumplirá con todas las regulaciones y medidas de seguridad necesarias para garantizar la satisfacción del cliente y su seguridad. De esta manera, se espera generar interés y atraer a potenciales clientes a la empresa.

El marketing de contenido será una de las estrategias publicitarias clave para la promoción, debido a que forma parte del marketing digital, que es muy popular y efectivo en la actualidad. Esta técnica consiste en crear, publicar y compartir contenidos relevantes y de interés para el buyer persona o cliente ideal (North, 2022). El contenido creado mediante esta estrategia será publicado en las páginas web que serán creadas para la empresa en las distintas redes sociales. Además, se aprovechará la radio como un medio de promoción, ya

que aunque este pueda considerarse tradicional y costoso en comparación con otros medios. La radio sigue siendo una fuente de información importante para muchas personas, por lo que se enviarán anuncios con información del servicio a través de este medio.

Asimismo, Para llegar a más clientes, se utilizarán vallas publicitarias, afiches y volantes, ya que estos medios tienen un amplio alcance y pueden ser distribuidos estratégicamente para llegar a un gran número de personas. Además, estos medios de publicidad pueden atraer la atención del público y ser recordados con mayor facilidad debido a sus diseños creativos y colores llamativos. También son eficaces para aumentar la conciencia del servicio al proporcionar información relevante y útil a los clientes potenciales. Finalmente, se aprovecharán las oportunidades de exposición en ferias y exposiciones dentro del municipio y en otros municipios para dar a conocer el servicio. Esto permitirá interactuar con potenciales clientes en persona y crear conexiones más cercanas. En resumen, la estrategia de marketing incluirá el marketing de contenido en línea, la promoción a través de la radio, el uso de medios impresos como vallas, afiches y volantes, y la exposición en ferias y exposiciones. Cada estrategia se seleccionó para llegar a diferentes públicos y maximizar el alcance del servicio.

Tabla 8. *Estrategia Publicitaria.*

MÉTODOS DE LA ESTRATEGIA PUBLICITARIA	
ESTRATEGIA	CANAL
Marketing de contenido	1 intermediario – La internet
Radio	1 intermediario - Locutor
Vallas, afiches y volantes	Varios intermediarios
Asistencia a ferias y exposiciones	Directo sin intermediarios

Fuente: Elaboración propia.

5. MÓDULO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL.

5.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.

Después de realizar el módulo de mercado, en donde se recopiló información sobre el consumo, la frecuencia y la competencia del servicio en el mercado. Con esta información, se calculó la demanda y la oferta actuales. Luego, se calculó la demanda insatisfecha restando la oferta actual de la demanda actual, como se puede observar a continuación:

Demanda actual = 86.893 Servicios

(-) Oferta actual = 4.345 Servicios

Demanda insatisfecha = 82.548 Servicios

Se puede concluir que en el mercado existe una demanda insatisfecha ya que como se puede observar se tiene la diferencia entre la demanda y oferta actual es significativa indicando que existe un mercado potencial para la demanda del servicio de recorridos histórico – ecológicos en el municipio de Lorica por lo que la empresa buscara satisfacer un porcentaje de dicha demanda insatisfecha.

Para establecer el tamaño del proyecto se analizaron variables como la dimensión del mercado, la disponibilidad de insumos, la tecnología utilizada, los recursos financieros disponibles, y el recurso humano con que contara la empresa.

Para prestar el servicio, la empresa dispondrá de 2 lanchas con capacidad para prestar 10 servicios cada una. Cada lancha realizará 2 recorridos al día, ya que la duración máxima de cada recorrido será de 4 horas y la empresa trabajará 8 horas diarias. De este modo, en un día se podrán prestar 40 servicios, lo que equivaldría a 120 servicios

semanales ya que se trabajará de viernes a domingo. En un mes, se podrían ofrecer 240 servicios, mientras que al cabo de un año, se llegaría a un total de 5.760 servicios de recorridos histórico-ecológicos.

Tabla 9: *Tamaño del proyecto.*

Número de			Servicios				
Lanchas	Horas de trabajo	Recorridos	Servicios	Diarios	Semanales	Mensuales	Anuales
1	8	2	10	20	60	240	2.880
2	8	2	10	20	60	240	2.880
Total			20	40	120	480	5.760

Fuente: Elaboración propia.

El tamaño del mercado del proyecto en el primer año sería la prestación de 5.760 servicios: trabajando de viernes a domingo en jornadas de 8:00 a.m. a 12:00 a.m. y de 2:00 p.m. a 6:00 p.m. La demanda para cubrir en el primer año corresponde al 6,63% de la demanda insatisfecha existente en el mercado.

5.1.1. Variables que defienden el tamaño del proyecto.

➤ Dimensión del mercado.

Como se dijo anteriormente la oferta actual en el mercado es inferior a la demanda actual, por esto, se puede concluir que la empresa cuenta con un mercado favorable para la prestación del servicio, ya que existe una necesidad no cubierta que se puede aprovechar para ofrecer un servicio que cumpla con las expectativas de los consumidores.

➤ Disponibilidad de insumos.

En el municipio la adquisición de insumos necesario para la prestación del servicio es de fácil acceso, como los son la gasolina, los lubricantes, los snacks que se venderán en el recorrido, entre otros; ya que se pueden encontrar empresas dedicadas a la distribución de estos insumos.

➤ **Tecnología utilizada.**

Para llevar a cabo el proceso de prestación del servicio, la empresa requiere lanchas y equipos de seguridad como salvavidas. Con relación a esto, está pondrá gran atención en contar con equipos tecnológicos adecuados que garanticen el bienestar, la comodidad y la seguridad integral de cada uno de sus clientes. Asimismo, que permitan la protección del medio ambiente y eviten generar cualquier tipo de contaminación. En este sentido, la empresa tomará medidas para asegurar que la prestación del servicio sea respetuosa con el medio ambiente. Para ello, requiere contar con lanchas y equipos de seguridad que cumplan con los estándares requeridos, lo que permitirá ofrecer una experiencia satisfactoria al cliente sin poner en riesgo el entorno natural.

➤ **Distribución geográfica del mercado.**

A pesar de que los consumidores del municipio se encuentran dispersos en distintos corregimientos, pueblos o veredas, la empresa iniciará operaciones en una sola sede, la cual estará ubicada en la cabecera del municipio. Esto se debe a que la cabecera es el punto de encuentro para la mayoría de las personas del municipio, donde se reúnen para comprar, vender y utilizar diversos servicios.

➤ **Recurso humano con el que contara la empresa.**

En el municipio de Santa Cruz de Lorica, se encuentra recurso humano altamente capacitado y con los conocimientos requeridos para laborar en la empresa, ya que son las personas del municipio las que podrían tener un mayor conocimiento de la zona del río Sinú que los rodea. Además, la empresa considera que es importante contar con personal local que pueda transmitir la historia y los aspectos culturales del lugar. Cabe resaltar que se no es fácil encontrar personas que conozcan todos los aspectos culturales e históricos del municipio, esta es una razón por la que se decide prestar el servicio; pero es en el municipio donde se puede encontrar personas que conozcan estos conocimientos y quieran compartirlos.

➤ **Las estacionalidades y fluctuaciones.**

Al ser una actividad creativa se ofrecerá en los días en los que las personas suelen estar de descanso como lo son: viernes, sábado y domingo. Asimismo, al ser para recreación es probable que haya una mayor demanda durante las épocas de vacaciones, cuando el municipio recibe un mayor número de visitantes, los jóvenes salen a divertirse y las familias se reúnen y salen de paseo. Sin embargo, esto no implica que el servicio no tenga demanda en otras épocas del año, ya que las personas pueden decidir participar en actividades recreativas en cualquier momento que lo deseen. Por lo tanto, la empresa estará abierta durante todo el año, aunque se enfocará especialmente en la temporada de vacaciones para garantizar que esté preparada para atender la demanda adicional.

5.2. LOCALIZACIÓN.

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)” (G. Baca Urbina).

En este punto, es importante analizar cuál es el sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipo, etc. El objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez emplazada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio. (Aula Facil, s.f.)

Para definir la localización de la empresa se previamente se analizarán variables de macrolocalización y microlocalización, para así establecer el lugar más idóneo para la prestación del servicio.

5.2.1. Macrolocalizacion.

Tabla 10: *Macrolocalizacion.*

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO ESC.0-1	ALTERNATIVA DE LOCALIZACIÓN					
		LORICA		CERETÉ		SAN PELAYO	
		Calificación ESC.1-100	Calificación ponderada	Calificación ESC.1-100	Calificación ponderada	Calificación ESC.1-100	Calificación ponderada
GEOGRÁFICOS							
Ubicación de los consumidores	0,1	70	7	50	5	30	3
Localización de insumos	0,05	85	4,25	80	4	80	4
Condiciones de vías de comunicación y medios de transporte	0,1	90	9	80	8	80	8
Costo y disponibilidad de mano de obra	0,05	90	4,5	50	2,5	50	2,5
Costo y disponibilidad locativa y de servicios públicos	0,05	60	3	55	2,75	55	2,75
ECONÓMICOS							
Dinamismo económico	0,08	90	7,2	80	6,4	70	5,6
Perspectivas de desarrollo y crecimiento	0,07	70	4,9	60	4,2	60	4,2

económico							
CULTURAL							
Tradición y costumbre de la utilización del medio de transporte fluvial	0,05	90	4,5	50	2,5	40	2
POLÍTICOS							
Regulaciones específicas	0,08	60	4,8	40	3,2	50	4
SOCIALES							
Interés del municipio	0,1	80	8	40	4	40	4
Actitud de la comunidad	0,1	90	9	60	6	50	5
AMBIENTALES							
Beneficios ambientales	0,1	90	9	70	7	70	7
Condiciones ecológicas	0,07	70	4,9	65	4,55	65	4,55
TOTAL	1		80,05		60,1		56,6

Fuente: Elaboración propia.

Estudio de localización a nivel macro.

Para realizar el estudio de macrolocalización del proyecto se tuvieron en cuenta factores relevantes como Económicos, Culturales, Políticos, Sociales y Ambientales y se seleccionaron tres municipios (Cereté, San Pelayo y Lorica). Esto con la finalidad de escoger, cuál de los municipios es el más idóneo para localizar la empresa.

Las alternativas evaluadas quedaron en el siguiente orden:

1. Lorica: 80,
2. Cereté: 60,1
3. San Pelayo: 56,5

Como se puede observar la mejor alternativa para la macro localización está dada en el Municipio de teniendo en cuenta los siguientes factores relevantes para el éxito: Ubicación del consumidos, disponibilidad y costo de arriendo, disponibilidad y costo de mano de obra, utilización del medio de transporte acuático, regulaciones específicas, interés del municipio, actitud de la comunidad, beneficios ambientales y los factores climáticos. Por tanto el municipio de Santa Cruz de Lorica es seleccionado para establecer la infraestructura de la empresa.

5.2.2. Microlocalización.

Tabla 11: *Microlocalización.*

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGN	ALTERNATIVA DE LOCALIZACIÓN		
		Malecón (Sector	Centro	Zona rural

	ADO ESC.0- 1	amurallado)					
		Califica ción ESC.1- 100	Califica ción ponder ada	Califica ción ESC.1- 100	Califica ción ponder ada	Califica ción ESC.1- 100	Califica ción ponder ada
Disponibilidad locativa y de puertos	0,15	90	13,5	80	12	60	9
Disponibilidad mano de obra	0,1	85	8,5	80	8	70	7
Costo de arriendo y puerto	0,1	60	6	70	7	70	7
Costo de servicios públicos	0,1	60	6	65	6,5	70	7
Afluencia de clientes	0,15	85	12,75	80	12	50	7,5
Competencia	0,1	85	12,75	70	10,5	65	6,5
Conservación del medio ambiente	0,1	80	8	70	7	65	6,5
Seguridad	0,1	85	8,5	80	8	70	7
Posibilidad de expansión	0,05	80	4	60	3	50	2,5
Impacto social	0,05	65	3,25	60	3	60	3
TOTAL	1		83,5		73		63

Fuente: Elaboración propia.

Estudio de localización a nivel micro.

Para realizar el estudio de micro localización del proyecto se tuvieron en cuenta factores relevantes como disponibilidad locativa y de puertos, disponibilidad mano de obra, costo de locales y puertos, costo de servicios públicos, afluencia de clientes, competencia, conservación del ambiente, seguridad, posibilidad de expansión e impacto social. Al mismo tiempo se seleccionaron tres zonas diferentes (Malecón, centro y zona rural) para evaluar el lugar dentro del municipio más idóneo para prestar el servicio.

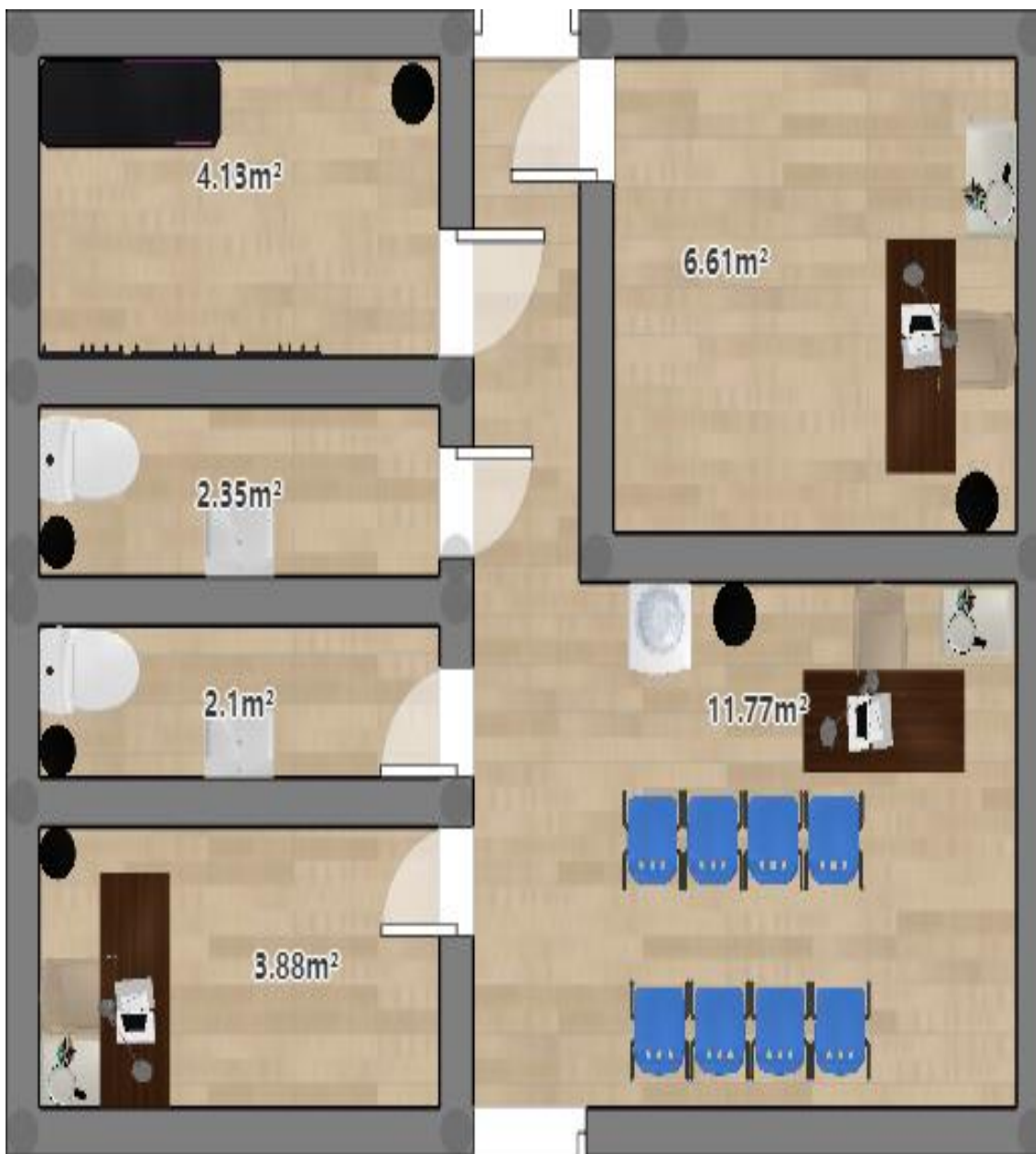
Las alternativas evaluadas quedaron en el siguiente orden:

1. Malecón (Sector amurallado): 83,5
2. Centro: 73
3. Zona Sur: 63

Como se puede observar la mejor alternativa para la micro localización está dada en el sector amurallado del Municipio de Lorica más conocido como Malecón, teniendo en cuenta los siguientes factores relevantes para el éxito: la disponibilidad de locales y puertos, la afluencia de clientes, la competencia, la seguridad y la posibilidad de expansión. Por tanto el Malecón es el sector del municipio seleccionado para establecer la infraestructura de la empresa.

5.3. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA.

Ilustración 2: *Distribución en planta 2D.*



Fuente: Elaboración propia en Coohom.

Ilustración 3: *Distribución en planta 3D.*



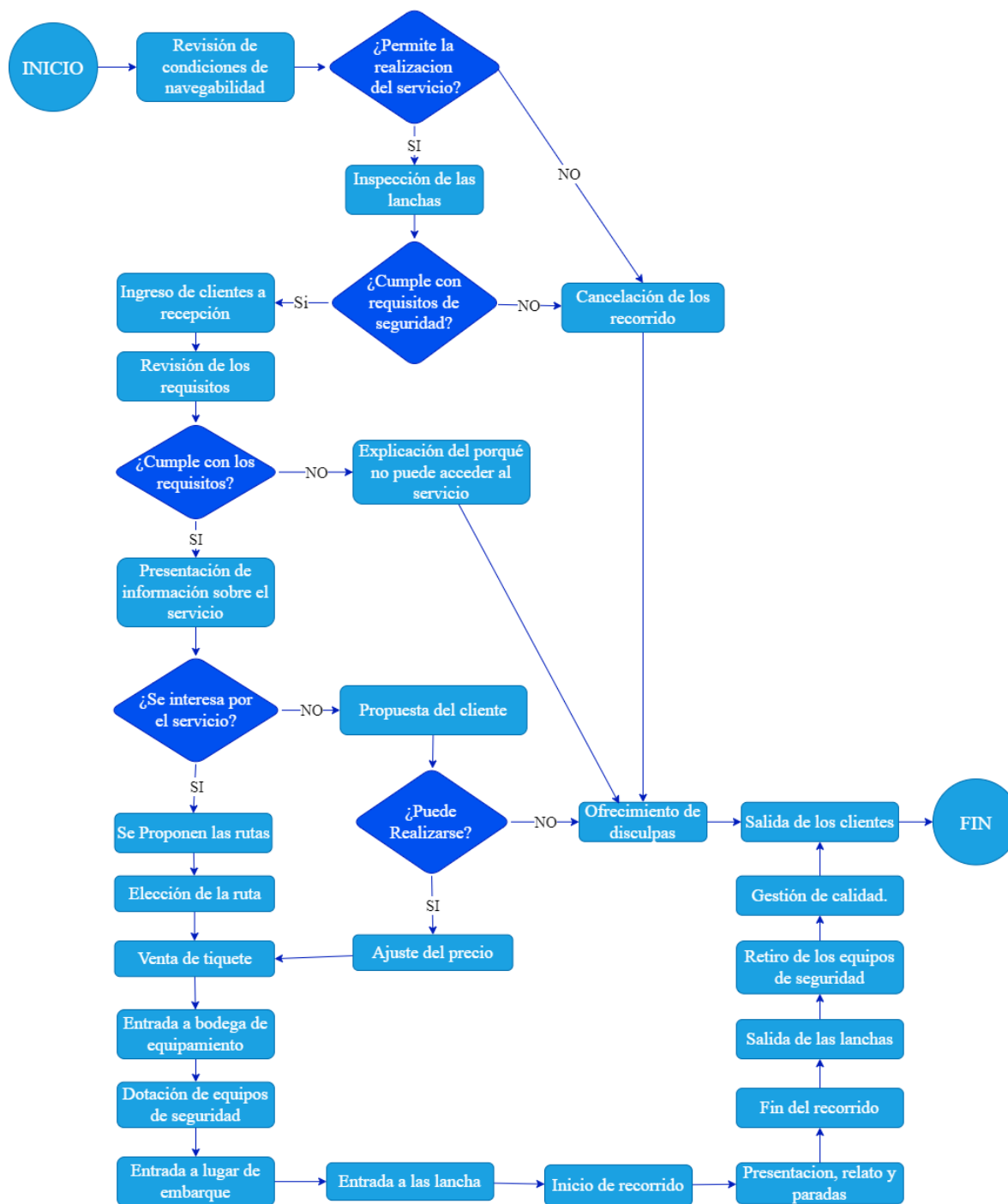
Fuente: Elaboración propia en Coohom.

El espacio total del local se divide de acuerdo con los planos previamente presentado, lo que resulta en una superficie total de 180 metros cuadrados. Esta área se distribuye en un ancho de 15 metros y una longitud de 12 metros.

5.4. PROCESOS DEL SERVICIO.

A continuación, se muestra el proceso de prestación del servicio de recorridos histórico – ecológicos por el medio y bajo Sinú gráfica y detalladamente. Se indica el paso a paso, desde que llega el cliente a la empresa hasta que sale este de ella.

Gráfico 2: Diagrama de procesos de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

Descripción del proceso.

El proceso para la prestar el servicio de recorrido histórico- ecológico de la empresa se lleva a cabo de la siguiente manera:

Inicia con la **revisión de las condiciones de navegabilidad**, en donde se verifica que las condiciones climáticas y del río permiten la realización del servicio; para ello la empresa monitorea las condiciones mediante observación y noticias locales.

Luego de haber establecido si las condiciones de navegabilidad son adecuadas la empresa procede a realizar la **inspección de la lancha** para identificar si esta cumple con los estándares de seguridad necesarios, es decir, si está en buen estado y libre de daños que puedan poner en peligro a los clientes.

Si las condiciones de navegabilidad o las condiciones de la lancha no son seguras para los clientes la empresa procede a realizar la **cancelación del recorrido** y a **ofrecer disculpas a los clientes**.

Si las condiciones de navegabilidad o las condiciones de la lancha son seguras para los clientes la empresa procede a permitir el **Ingresos de los clientes a recepción**, lo cual se refieren al momento en que los clientes llegan a la empresa y entran a la zona de recepción para que el personal pueda comenzar a atenderlos. Es el punto de partida del proceso de atención al cliente en la empresa. En este momento, el personal de recepción suele saludar al cliente, recopilar información sobre su solicitud o necesidad, y guiar al cliente hacia la siguiente etapa del proceso de atención.

La recepción es un lugar clave en la empresa, ya que es la primera impresión que los clientes tienen de la organización y su personal. Asimismo, donde se pueden ofrecer

servicios adicionales o información sobre promociones y ofertas especiales a los clientes, lo que puede ayudar a aumentar la satisfacción y fidelidad del cliente. Por lo tanto, se contará con personal de recepción capacitado para tratar a los clientes con amabilidad, paciencia y profesionalismo.

Luego de permitir la entrada los clientes se dirigirán al recepcionista a cargo, el cual deberá realizar la **revisión de requisitos**, que consiste en verificar si el posible cliente cumple con los requisitos establecidos por la empresa. Por ejemplo, si trae el permiso de sus padres o si viene acompañado en caso de ser menor de edad.

Si el cliente no cumple con los requisitos se procede a brindarle la **explicación del porqué no puede utilizar el servicio**; para la utilización del servicio la empresa tendrá ciertos requisitos como: menores de 14 años deben ir acompañados ya sea de padres u otros representantes. En el caso de los mayores de 14 años deben tener un permiso firmado por sus tutores legales para usar el servicio. Por esto en caso de que un posible cliente se acerque a recepción incumpliendo estos requisitos no se le podrá ofrecer el servicio y se le explicara cortésmente las razones por las cuales no podrá hacer uso de este y se le ofrecerán disculpas por cortesía.

Si el cliente cumple con los requisitos se procede a la **presentación de la información del servicio**, el cual como su nombre lo indica es donde se le explica al cliente con detalle todo lo que incluye el servicio, su precio y los servicios complementarios disponibles para su adquisición.

Si el cliente no está interesado en el servicio, la empresa le pide una **propuesta del servicio** de recorrido que buscaba, en caso de que la empresa pueda realizarlo le vende el ticket con el valor correspondiente, el cual debe ser ajustado del precio normal y sigue el proceso normal, en caso de no poder la empresa llevar a cabo su propuesta **pedirá disculpas**.

Si el cliente luego de la información está interesado en el servicio, el personal de recepción **propone las rutas** que ofrece la empresa.

Luego el cliente realiza la **elección de la ruta** de su preferencia.

Posterior a esto el personal de recepción procede a realizar la **venta del tickets**, es decir, venderle el boleto correspondiente.

Una vez que los clientes tienen su boleto, el personal los guía hacia la **bodega de equipamiento**, donde se encuentran los equipos de seguridad requeridos para el recorrido. En la bodega de equipamiento **se dota a cada cliente y al personal con los equipos de seguridad** necesarios como chalecos salvavidas y se procede a tomar los equipos de seguridad requeridos en la lancha.

Luego de equipar a los clientes con los elementos de seguridad se **guían al lugar de embarque** o puerto donde se encontrará la lancha.

Una vez que todos los clientes se encuentran en el lugar de embarque, **se procede a embarcarlos** cuidadosamente en la lancha de manera ordenada, con el fin de prevenir cualquier tipo de accidente.

Cuando todos los pasajeros están a bordo, se **inicia el recorrido** correspondiente a su destino. Una vez inicia el recorrido, el guía turístico **muestra a los clientes los pueblos**,

veredas y corregimientos comprendidos en la ruta, y les habla acerca de su cultura.

También se realizan las paradas en los lugares turísticos para que los clientes puedan disfrutar de su belleza y aprender más sobre ellos.

Luego de llegar al punto de destino, la lancha se regresa al mismo punto de salida dándole **fin al recorrido**.

Cuando culmina el recorrido y la lancha regresa al lugar de salida se procede a asegurar la lancha y darle inicio al **desembarque de los pasajeros**.

Al estar fuera de las lanchas en el lugar de embarque nuevamente se procede a realizar el **retiro de los equipos de seguridad a los clientes** para que puedan salir de la empresa.

Cuando los clientes ya se han retirados los equipos se les aplicará una encuesta de satisfacción para así determinar su nivel de satisfacción y poder ir realizando mejoras continuas al servicio, este será el mecanismo de **gestión de calidad** de la empresa. La encuesta será aplicada a las personas que quieran llenarla.

Por último, luego de realizar la encuesta los clientes podrán **salir de la empresa** por el mismo lugar de entrada.

5.5. SELECCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO.

La empresa adquirirá los siguientes equipos para iniciar su actividad:

Tabla 12: *Balance de equipos y maquinaria,*

MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.

DETALLE	VIDA ÚTIL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Bolsa de rescate	10	2	\$ 210.000	\$ 420.000
Bomba sumergible o de achique	10	2	\$ 284.900	\$ 569.800
Bote de transporte	10	2	\$ 18.000.000	\$ 36.000.000
Botiquín primeros auxilios con extinguidor	10	3	\$ 63.800	\$ 191.400
Chaleco salvavidas adultos	10	28	\$ 68.000	\$ 1.904.000
Chaleco salvavidas niños	10	10	\$ 60.000	\$ 600.000
Motor de la lancha	10	2	\$ 47.391.581	\$ 94.783.162

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13: *Balance de muebles y enseres.*

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA				
DETALLE	VIDA ÚTIL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Aire acondicionado	10	2	\$ 1.990.000	\$ 3.980.000
Archivador	10	3	\$ 398.900	\$ 1.196.700

Caneca	5	6	\$ 24.990	\$ 149.940
Computador	5	3	\$ 1.950.000	\$ 5.850.000
Cosedora y saca ganchos	5	3	\$ 18.900	\$ 56.700
Dispensador de agua	10	1	\$ 529.900	\$ 529.900
Escritorio con silla	10	3	\$ 329.900	\$ 989.700
Estantería	10	1	\$ 170.000	\$ 170.000
Impresora	10	1	\$ 735.900	\$ 735.900
Percheros	5	3	\$ 17.900	\$ 53.700
Perforadora	5	3	\$ 24.500	\$ 73.500
Silla tandem x4	10	2	\$ 420.000	\$ 840.000
Teléfonos fijos	10	2	\$ 210.000	\$ 420.000

Fuente: Elaboración propia.

5.5.1. Especificación de equipos, muebles y enseres.

- **EQUIPO:** Aire acondicionado mini Split Inverter 9000 btu/h 220v r410a / Advance Samsung.

VALOR COMERCIAL: \$1.990.000.

PROVEEDOR: IPR partes y repuestos.

GARANTIA: 2 años.

MANTENIMIENTO: 6 meses.

➤ **MUEBLE:** Archivador.

MARCA: Industria Colombiana.

GARANTIA: 6 meses por defecto de fábrica.

MEDIDAS: 37 cm x 50 cm.

VALOR COMERCIAL: \$398.900

PROVEEDOR: BUMPERZCOLOMBIASA (Mercado libre)

➤ **EQUIPO:** Ankun - Bolsa De Rescate Acuático Con Cuerda De 70 Pies.

MARCA: Aystkniet.

VALOR COMERCIAL: \$210.000

GARANTIA: Sin garantía del vendedor.

PROVEEDOR: JSSHOPPING96 (Mercado libre)

➤ **EQUIPO:** Bomba Sumergible 0.67 HP Humboldt.

MARCA: HP Humboldt.

VALOR COMERCIAL: \$284.900

GARANTIA: 1 año.

PROVEEDOR: Homecenter.

➤ **EQUIPO:** Bote transporte 18 pies.

MARCA: Profibra (Línea náutica).

VALOR COMERCIAL: \$18.000.000

CAPACIDAD: 10 personas más conductor y ayudante.

GARANTIA: No especificada.

PROVEEDOR: Profibra (Línea náutica).

➤ **EQUIPO:** Botiquín Morral Con Dotación + Extintor.

MARCA: Dota Center.

VALOR COMERCIAL: \$63.800

GARANTIA: 30 días.

PROVEEDOR: DOTA CENTER (Mercado libre).

➤ **EQUIPO:** Chaleco Salvavidas Adulto.

MARCA: Prilso (Modelo acuático).

VALOR COMERCIAL: \$68.000

GARANTIA: 30 días.

PROVEEDOR: YOLIMA CASTELLANOS (Mercado libre).

➤ **EQUIPO:** Chaleco Salvavidas niños.

MARCA: Prilso (Modelo niño).

VALOR COMERCIAL: \$60.000

GARANTIA: 30 días.

PROVEEDOR: PRILSO SAS (Mercado libre).

➤ **EQUIPO:** Computador Todo En Uno Hp 22 Dd0522la Ryzen 3 Ram 4Gb

Ssd 128 Gb

MARCA: HP.

VALOR COMERCIAL: \$1.950.000

GARANTIA: 12 meses.

PROVEEDOR: Éxito.

- **EQUIPO:** Set Cocedora De Trabajo Standar 1000 Ganchos Y Saca ganchos

MARCA: Studio

VALOR COMERCIAL: \$18.900

GARANTIA: de fabrica 36 meses.

PROVEEDOR: LEIDY PATRICIA GONZÁLEZ (Mercado libre)

- **EQUIPO:** Canecas

MARCA: Genérica (modelo oficina)

VALOR COMERCIAL: \$24.990

GARANTIA: Sin garantía.

PROVEEDOR: MCKTOYS.COM (Mercado libre).

- **EQUIPO:** Dispensador de agua Sankey frío y caliente.

MARCA: Sankey

VALOR COMERCIAL: \$679.900

CAPACIDAD: Capacidad de agua fría 3 litros y caliente 5 litros. 110v - 60hz unidad compresor.

GARANTIA: 12 meses.

PROVEEDOR: EVISMARALIZCANO (Mercado libre)

- **MUEBLE:** Combo Escritorio + Silla Oficina Pc Escritorio Brazos Negra

MARCA: Colletion + Inval (Modelo ES11903)

VALOR COMERCIAL: \$329.900

MEDIDAS: Escritorio (altura x ancho x profundidad 95cm*100cm*40cm y su material es MDF), la silla (90cm*52 cm* 42 cm y su material es tela malla mesh).

GARANTIA: 3 meses.

PROVEEDOR: SOLCOM SOLUTIONSICOMERCI (Mercado libre).

- **MUEBLE:** Estanterías De 29x85x2mt

FABRICANTE: Mundial De Equipos Inox

VALOR COMERCIAL: \$170.000

MEDIDAS: 2 metros altura *85 cm ancho* 30 cm profundidad. Material e de la estructura y de la bandeja metálica, cantidad de bandeja 6.

GARANTIA: 1 meses.

PROVEEDOR: MUNDIALDE EQUIPOS Y MAS (Mercado libre).

- **EQUIPO:** Impresora Inalámbrica Multifunción Canon Pixma Tr4720

Color

MARCA: Canon.

VALOR COMERCIAL: \$735.900

GARANTIA: No especificada.

PROVEEDOR: WIMKA-STORE (Mercado libre).

- **ENSER:** Combo Laguna 4.8 Litros Azul Claro: Sanitario Con Lavamanos

De Colgar, Grifería y Accesorios

MARCA: Corona.

VALOR COMERCIAL: \$375.900

GARANTIA: 40 años.

PROVEEDOR: Homecenter.

- **EQUIPO:** Motor fuera de borda Suzuki DF 90ATX

MARCA: Suzuki

VALOR COMERCIAL: \$ 47.391.581

CAPACIDAD TANQUE DE COMBUSTIBLE: 24 litros

CAPACIDAD ACEITE: 4.3 litros.

GARANTIA: 12 meses por daño de fabricación.

MANTENIMIENTO: 6 meses.

PROVEEDOR: Suzuki.

- **EQUIPO:** Perforadora Grande350

MARCA: Offiesco

VALOR COMERCIAL: \$24.500

GARANTIA: Sin garantía.

PROVEEDOR: TIENDA LA ELEGANCIA (Mercado libre).

- **ENSER:** Perchero De Pared En Madera.

FABRICANTE: No especificado.

VALOR COMERCIAL: \$17.900

MATERIAL: Madera

GARANTIA: 3 meses.

PROVEEDOR: PROACTIVA DISTRIBUCIONES (Mercado libre).

- **MUEBLE:** Silla Tándem De Cuatro Puestos

FABRICANTE: Serviasistimos

VALOR COMERCIAL: \$420.000

MATERIALES Y CAPACIDAD: El material de la estructura es acero y el de los asientos plástico. La cantidad de asientos son 4.

GARANTIA: 12 meses.

PROVEEDOR: SERVIASISTIMOS (Mercado libre).

- **EQUIPO:** Teléfono inalámbrico Panasonic KX-TGC350 negro

MARCA: Panasonic (modelo KX-TGC350)

VALOR COMERCIAL: \$210.000

GARANTIA: No especificada.

PROVEEDOR: HEWI3884763 (Mercado libre).

5.6. BALANCES DE INSUMOS NECESARIOS PARA UN AÑO.

Tabla 14: *Balance de insumos mensuales.*

Material	Unidad	Cantidad mensual	Valor unitario	VALOR TOTAL
Aceite para lancha	Litro	9	\$35.000	\$315.000
Botellón de agua	Tarro (20 litros)	2	\$14.000	\$28.000
Cartuchos recargables	Unidad	2	\$30.000	\$60.000
Desinfectante	Tarro (3litros)	1	\$25.100	\$25.100
Escoba	Unidad	3	\$10.000	\$30.000
Esferos	Caja x12	2	\$16.000	\$32.000
Gasolina	Galón	580	\$12.720	\$6.105.600
Limpia vidrios	Tarro (1 litro)	2	\$5.000	\$10.000
Límpido	Tarro (1 litros)	3	\$3.500	\$10.500
Papel carta	Resma (500 hojas)	1	\$24.000	\$24.000
Trapero	Unidad	3	\$7.000	\$21.000
Vasos desechables	Paquete x 25 vasos	3	\$6.000	\$18.000

Fuente: Elaboración propia.

5.7. NATURALEZA JURÍDICA.

Para la implementación organizativa de la empresa de recorridos histórico – ecológicos “ECOHISTOUR”, se realizará a través de una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S. Puesto que esta forma de organización empresarial se ha vuelto muy popular en los últimos años debido a sus múltiples ventajas.

La Sociedad por Acciones Simplificada, creada en la legislación colombiana por la ley 1258 de 2008, es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado. Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes. Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas. Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas. Las acciones y demás valores que emita la S.A.S no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa. (Cámara de comercio de Cali, s.f.)

La solicitud de constitución de la SAS debe presentarse en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde tendrá su domicilio principal (ciudad o municipio). Para el efecto se sugiere consultar la competencia por jurisdicción de las cámaras de comercio en el Decreto 622 del 2000 modificado por el Decreto 1754 de 2013. La Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) puede ser constituida por una o varias personas, bien sean naturales o jurídicas. (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.).

Requisitos para constituir una S.A.S en Colombia:

Toda SAS puede constituirse por una o varias personas, mediante la inscripción de cualquiera de los siguientes documentos:

- a. Mediante documento privado, autenticado, reconocido o con presentación personal por quienes lo firman como accionistas constituyentes. (Párrafo 1 artículo 5° Ley 1258 de 2008, Artículo 40 Código de Comercio).
- b. Mediante escritura pública de constitución, cuando hay aporte de inmuebles (Parágrafo 2° Artículo 5°, Artículos 6° y 7°), o cuando los accionistas lo consideren de utilidad.

Cualquiera que sea el documento escogido debe contener los siguientes requisitos:

- **Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas** (ciudad o municipio).
- **Razón social:** seguida de las palabras Sociedad por Acciones Simplificada o SAS.
- **Domicilio principal:** ciudad o municipio elegido para desarrollar la actividad de la sociedad. Si en el acto de constitución se establecen sucursales se debe indicar el municipio donde estarán ubicadas.
- **Término de duración:** la SAS podrá tener término de duración indefinido. En todo caso, si no se establece una vigencia definida el término de duración será indefinido.
- **Enunciación de actividades principales:** las SAS permite establecer un objeto social indeterminado. En todo caso, si nada se dice en los estatutos, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita de comercio.
- **Capital autorizado, suscrito y pagado:** se debe expresar el valor de cada capital, indicando la forma y el término en que deberán pagarse.

Para la conformación del capital se debe tener en cuenta lo siguiente: Clase, número y valor nominal de las acciones. En caso de que la sociedad sea beneficiaria de la ley 1780 de 2016, recuerde indicar la participación o el porcentaje de cada uno de los accionistas. (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.)

5.8. MISIÓN.

La misión de ECOHISTOUR es brindar una experiencia única de recreación en el municipio de Lorica y sus alrededores a través de nuestro innovador tour en lancha por el río Sinú. La empresa se compromete a mostrar a los pasajeros los pintorescos pueblos aledaños y los impresionantes paisajes que adornan el río Sinú, todo esto con la seguridad y comodidad garantizada gracias a un equipo de alta tecnología y mano de obra altamente calificada. El objetivo es superar las expectativas de los clientes, fomentando así su fidelidad y recomendación a familiares, amigos y conocidos.

5.9. VISIÓN.

La visión de ECOHISTOUR es convertirse en el año 2028 en la principal empresa de recorridos en lancha por el río Sinú, ser reconocidos por excelencia en atención al cliente, seguridad garantizada y personal altamente capacitado. Para lograrlo, se invertirá en la adquisición de más lanchas y equipo de seguridad de última generación, así como en la ampliación del equipo humano. La empresa busca ser pionera en la innovación, estableciendo relaciones de largo plazo con los clientes y ganando su lealtad. Además, Se compromete a contribuir en la descontaminación del río Sinú, promoviendo un impacto positivo en el medio ambiente y en la comunidad en general.

Gráfico 3: Organigrama.



Fuente: Elaboración propia.

5.11. VALORES.

A continuación se describirán los valores morales que regirán en la empresa de recorridos histórico – ecológicos por el medio y bajo Sinú en el municipio de Lorica.

- **Empatía:** para entender las necesidades y expectativas de los clientes de la empresa, poniéndose en su lugar y buscando soluciones que satisfagan sus necesidades.
- **Respeto:** el recurso humano de la empresa se tratará con respeto entre ellos y a todos los clientes.

- **Justicia:** la empresa tratará a todos de manera equitativa y justa, evitando la discriminación y promoviendo la igualdad de oportunidades.
- **Gratitud:** la empresa agradecerá a los demás por su apoyo y ayuda, y reconocerá los logros y contribuciones de los demás para así mantener motivación dentro de esta,
- **Responsabilidad:** que muestra el cumplimiento de los objetivos y metas pactadas con los clientes, proveedores y empleados.
- **Lealtad:** donde los empleados de la empresa se mantengan en un clima laboral adecuado y todos estén enfocados en la consecución de los objetivos.

5.12. PRINCIPIOS.

- **Responsabilidad social:** Contribuir al bienestar de la comunidad y al medio ambiente, promoviendo prácticas sostenibles y socialmente responsables.
- **Trabajo en equipo:** Fomentar la colaboración y el trabajo en equipo entre nuestros colaboradores para lograr un ambiente laboral armonioso y eficiente.
- **Innovación:** Fomentar la creatividad y la innovación en la búsqueda de nuevas soluciones y servicios que mejoren la experiencia de nuestros clientes.
- **Excelencia:** Buscar la excelencia en todo lo que hacemos, con el objetivo de brindar un servicio de alta calidad que supere las expectativas de nuestros clientes.

5.13. POLÍTICAS.

- **Política de desarrollo profesional:** La empresa se compromete a proporcionar oportunidades de crecimiento y desarrollo a sus empleados, capacitando a sus empleados para mejorar su desempeño y habilidades.

- **Política de respeto y diversidad:** La empresa promueve un ambiente de trabajo inclusivo que valore y respete la diversidad de sus empleados. Se prohíbe cualquier forma de acoso, discriminación o comportamiento irrespetuoso. La empresa se compromete a tomar medidas adecuadas para abordar y resolver cualquier problema relacionado con estos temas.
- **Política de Fomentación del cuidado y conservación del medio ambiente.** La empresa se compromete a contribuir al bienestar de la comunidad y al medio ambiente, y a abordar cualquier impacto negativo que pueda tener la empresa en la sociedad.

5.14. MANUAL DE FUNCIONES.

Tabla 15: Manual de funciones del director general.

Identificación del cargo:	
Nombre del cargo:	Director general
Dependencia:	Departamento administrativo
Numero de cargos:	1 cargo
Reporta a:	Socios o accionistas
Requisitos mínimos	
Educación:	Profesional en administración en empresas o finanzas.
Experiencia:	Mínimo 1 año de experiencia en administración y dirección, gestión de procesos, planificaciones estratégicas, gestión del talento humano y proyecciones financieras. De preferencia en empresa de servicio.
Objeto principal	

Representar a la empresa y asegurarse de que los recursos de la organización se administren correctamente para alcanzar las metas establecidas. Asimismo, supervisar que cada departamento realice sus funciones de manera adecuada.

Funciones del cargo

- Representar a la empresa.
- Administrar eficiente y eficazmente los recursos de la empresa.
- Tomar decisiones de inversión.
- Establecer los procedimientos, estrategias y políticas que deberán seguir los demás trabajadores de la empresa.
- Definir los objetivos y metas.
- Desarrollar los planes a seguir para el cumplimiento de los objetivos y metas.
- Mantener un clima laboral adecuado.
- Mantener motivado y calificado al personal
- Resolver conflictos legales

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16: *Manual de funciones del asistente administrativo.*

Identificación del cargo:	
Nombre del cargo:	Asistente Administrativo
Dependencia:	Área Administrativa
Numero de cargos:	1 cargo

Reporta a:	Gerencia general
Requisitos mínimos	
Educación:	Técnico (a) en asistente administrativo
Experiencia:	Mínimo 6 meses de experiencia en cargos relacionados
Objeto principal	
Brindar apoyo en las áreas administrativas y operativas de una empresa, con el fin de asegurar su buen funcionamiento y la satisfacción de sus clientes.	
Funciones del cargo	
• Brindar atención al cliente y resolver sus necesidades y problemas, asegurando su satisfacción y fidelidad hacia la empresa. • Coordinar la gestión de compras y suministros, colaborando en la selección de proveedores, la emisión de órdenes de compra y el control de inventario. • Asistir en tareas de recursos humanos, como la administración de expedientes de personal, la coordinación de procesos de selección y la organización de actividades de capacitación. • Facilitar la comunicación interna y externa de la empresa, mediante la atención de llamadas telefónicas, la redacción y envío de correos electrónicos, y la organización de reuniones y eventos. • Contribuir al mantenimiento de los registros y documentos de la empresa, mediante la gestión de archivos, el control de documentación y la actualización de información r	

relevante.
• Apoyar en tareas contables y financieras, como la emisión de facturas, el control de pagos y la administración de caja chica.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17: *Manual de funciones del contador.*

Identificación del cargo:	
Nombre del cargo:	Contador
Dependencia:	Departamento financiero
Numero de cargos:	1 cargo
Reporta a:	Gerencia general
Requisitos mínimos	
Educación:	Contador publico
Experiencia:	Mínimo 1 año de experiencia en contaduría pública preferiblemente en empresa de servicios
Objeto principal	
Registrar las operaciones financieras en los libros contables pertinentes mediante transacciones contables. Asimismo, analizar e interpretar los estados financieros de la empresa para garantizar su conformidad con las disposiciones legales y prevenir posibles desfalcos de	

capital o recursos por parte de otros miembros de la organización. Además, debe cumplir con las obligaciones tributarias correspondientes y proporcionar información contable clara, precisa y oportuna cuando sea requerida.

Funciones del cargo

- Preparar los estados financieros de acuerdo con las disposiciones legales de forma oportuna.
- Interpretar los estados financieros y presentarlos ante la dirección general.
- Colaborar en la preparación de proyecciones financieras y presupuestos.
- Presentar los informes contables necesarios ante entes públicos de forma oportuna y correcta.
- Asesorar en cuestiones contables cuando sea requerido.
- Participar en auditorías internas para evaluar y mejorar los procesos financieros de la empresa. Esto implica revisar los procedimientos contables, identificar posibles riesgos y proponer medidas de control interno.
- Declarar impuestos y deducciones cuando sea necesario.
- Estar al tanto de nuevas normativas y actualizarse constantemente.
- Trabajar en colaboración con otros departamentos para mejorar los procesos y la calidad del servicio.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18: *Manual de funciones para el jefe de marketing y ventas.*

Identificación del cargo:	
Nombre del cargo:	Jefe de marketing y ventas
Dependencia:	Departamento de marketing y ventas.
Numero de cargos:	1 cargo
Reporta a:	Gerencia general
Requisitos mínimos	
Educación:	Profesional en administración en marketing y ventas.
Experiencia:	Mínimo 1 año de experiencia en el área de ventas y mercadeo.
Objeto principal	
Tener la capacidad de llegar al cliente, brindándole la información de forma clara, mostrando lo que incluye el servicio. Idear estrategias que permitan promocionar el servicio por los medios establecidos por la empresa.	
Funciones del cargo	
• Realizar promociones y presentaciones que generen atracción al público. • Manejo de las redes sociales. • Elaborar y ejecutar estrategias y campañas publicitarias con enfoque tanto a corto como a largo plazo.	

- Monitorear las tendencias para determinar posibles cambios en el servicio.
- Trabajar en colaboración con otros departamentos para mejorar los procesos y la calidad del servicio.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19: Manual de funciones de los pilotos.

Identificación del cargo:	
Nombre del cargo:	Piloto
Dependencia:	Departamento de operaciones
Numero de cargos:	2 cargo
Reporta a:	Gerencia general
Requisitos mínimos	
Educación:	Bachiller con certificación de piloto de lancha comercial y con conocimientos de navegación, seguridad marítima y regulaciones locales y nacionales.
Experiencia:	Mínimo 1 año de experiencia como piloto de lanchas y navegación en las áreas fluviales.
Objeto principal	
Garantizar la seguridad y eficiencia del transporte de pasajeros a través del río, desde el punto de origen hasta el destino.	

Funciones del cargo

- Operar la lancha de manera segura y eficiente, siguiendo las normas y regulaciones de navegación establecida.
- Operar la lancha de manera segura y eficiente, siguiendo las normas y regulaciones de navegación establecidas por la autoridad marítima correspondiente.
- Realizar inspecciones antes de cada viaje para asegurarse de que la lancha esté en condiciones de navegabilidad.
- Asegurarse que los pasajeros se distribuyan adecuadamente y cumplan los protocolos de seguridad establecidos.
- Estar al tanto de las condiciones climáticas y del estado del río y tomar decisiones adecuadas en cuanto a la navegabilidad y seguridad.
- Cumplir con los horarios y los itinerarios de viaje establecidos por la empresa, asegurándose de que los pasajeros lleguen a su destino a tiempo y de manera segura.
- Mantener una comunicación efectiva con el personal de la empresa y los pasajeros, incluyendo la transmisión de información importante sobre el viaje y las condiciones marítimas.
- Manejar situaciones de emergencia de manera efectiva, incluyendo la aplicación de los protocolos de seguridad correspondientes y la atención a los pasajeros.
- Participar en capacitaciones y trabajar en colaboración con otros departamentos para mejorar los procesos y la calidad del servicio.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20:Manual de funciones de los guías turísticos.

Identificación del cargo:	
Nombre del cargo:	Guía turístico
Dependencia:	Departamento de operaciones
Numero de cargos:	2 cargo
Reporta a:	Gerencia general
Requisitos mínimos	
Educación:	Bachiller con conocimientos en la historia, cultura y atractivos turísticos del municipio de Lorica y sus alrededores y en el río Sinú.
Experiencia:	Sin experiencia.
Objeto principal	
Brindar una experiencia satisfactoria a los clientes, contándoles las historias de los municipios que cubren la ruta del servicio. Dando a conocer su cultura y la importancia del río Sinú para estos.	
Funciones del cargo	
• Preparar y planificar el recorrido con base en las necesidades y preferencia de los clientes. • Seleccionar las paradas en los diferentes atractivos turísticos que cubre la ruta • Brindar información clara y precisa sobre la historia, cultura, tradiciones, gastronomía y aspectos relevantes de los lugares que cubre la ruta. • Proporcionar seguridad y confort durante el recorrido turístico. • Atender las inquietudes, dudas y sugerencias de los clientes.	

- Evaluar el nivel de satisfacción de los turistas y recolectar retroalimentación para identificar oportunidades de mejora.
- Implementar acciones correctivas y preventivas para mejorar la calidad del servicio ofrecido.

Fuente: Elaboración propia.

6. MÓDULOS DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL.

6.1. Impacto socioeconómico.

La creación de una empresa que ofrezca servicios de recorridos histórico-ecológicos por el medio y bajo Sinú tendrá un impacto positivo en el municipio, ya que generará oportunidades para los habitantes locales y atraerá a visitantes al municipio, aumentando así las ventas de los distintos comerciantes locales.

A lo largo del tiempo las ciudades aledañas a diferentes ríos han ido comprendiendo el potencial de sus ríos como elementos esenciales para el desarrollo sostenible de sus comunidades y la importancia de sus ríos en términos de identidad, conexión con el territorio y como pieza clave en el proyecto de sus ciudadanos hacia la armonía con su entorno; al mismo tiempo en distintas ciudades se ha ido desconociendo dicha importancia lo que ha generado los índices de contaminación mencionados anteriormente y estancamientos para algunos lugares. Por lo anterior a nivel global se han ido implementado diversas actividades turísticas que involucran a los ríos con el objetivo de generar ingresos, empleos y crecimiento económico para los países. (Univision , 2012)

Con relación al desarrollo económico el proyecto generará el incremento de valor agregado de la economía del municipio mostrando sus aspectos culturales e históricos y promoverá el aumento de empleos.

6.2. Impacto Ambiental.

El río Sinú, con su camino aluvial, es una fuente vital de agua en la costa Caribe, con un destacado valor ambiental, económico y cultural para las comunidades que lo rodean. La conservación de este río es de gran importancia, por lo que se busca generar un impacto ambiental favorable a lo largo de su recorrido. Mediante el turismo y la concientización, se

pretende que tanto los habitantes locales como los visitantes comprendan la importancia histórica, cultural y económica del río Sinú. Además, se destacan los beneficios que el río aporta a la región, como la producción de alimentos, la obtención de materiales y la preservación de ecosistemas como pantanos, ciénagas y humedales. El objetivo es fomentar el amor y el respeto por el río Sinú, así como promover acciones concretas para mejorar y proteger su salud y vida. A través del recorrido, se busca generar un impacto significativo en la comunidad, transmitiendo la importancia y la realidad del río Sinú.

Por lo anterior, con respecto al impacto en el medio ambiente de la prestación del servicio de recorridos histórico-ecológicos por el río Sinú se pueden destacar los siguientes:

Impacto positivo en la conciencia ambiental, ya que al mostrar la importancia del río y del municipio, la empresa puede generar conciencia y educación ambiental entre los visitantes. Esto puede fomentar actitudes más responsables hacia el medio ambiente.

Conservación del entorno natural: Al destacar la importancia ecológica del río, la empresa puede ayudar a fomentar la conservación y protección de los recursos naturales. Esto puede incluir la promoción de prácticas de manejo sostenible y la sensibilización sobre la importancia de los ecosistemas acuáticos.

Pero a su vez la empresa podría generar un impacto negativo en el medio ambiente siempre y cuando estas sean ignoradas y no se implementen prácticas sostenibles que ayuden a minimizar dichos impactos, por tanto, la empresa tendrá en cuenta los siguientes parámetros a la hora de realizar los recorridos:

La perturbación de la fauna es un impacto ambiental importante para considerar durante los recorridos en lancha por el río Sinú. Las lanchas en movimiento y el ruido del

motor pueden causar molestias e interrupciones en la fauna acuática y las aves que dependen del río como su hábitat. Estos animales pueden ser sensibles al ruido y a los cambios repentinos en su entorno, lo que puede afectar sus patrones de comportamiento, alimentación y reproducción.

Para minimizar este impacto, la empresa buscará tener conocimiento de las áreas sensibles en el río y establecerá restricciones claras para garantizar que las lanchas no se acerquen demasiado a estas áreas críticas. Por tanto, buscará mantener una distancia segura para evitar cualquier perturbación innecesaria con el fin de preservar el bienestar de la fauna.

Además, se implementará como acción adicional para minimizar la perturbación de la fauna la utilización de lanchas con motores de baja emisión de ruido y vibración para reducir al mínimo el impacto acústico en el entorno.

La contaminación del agua es otro impacto ambiental que considerará durante los recorridos en lancha por el río Sinú. Ya que, durante estos recorridos, existe la posibilidad de que se generen residuos, como envases de plástico, botellas, alimentos o productos químicos, que podrían terminar contaminando el agua del río si no se manejan adecuadamente. Para minimizar este impacto, la empresa implementará políticas y medidas claras para la gestión de residuos. Se promoverán prácticas de recolección adecuada de los desechos generados durante los recorridos y asegurar que se dispongan de manera apropiada, ya sea a través de la implementación de sistemas de recolección selectiva de residuos a bordo de las lanchas o a través de puntos de recolección ubicados en los muelles de embarque y desembarque. Además, la empresa promoverá prácticas de reducción de residuos entre los visitantes, alentándolos a llevar envases reutilizables y evitando el uso de

productos de un solo uso durante los recorridos. Esto puede incluir la instalación de estaciones de recarga de agua potable y la promoción de alternativas sostenibles, como botellas de agua rellenables.

Asimismo, para evitar la contaminación del agua durante el recorrido la empresa no permitirá que sus clientes y/o empleados arrojen ningún tipo de sustancias nocivas o contaminantes que puedan afectar directamente la calidad del agua del río o la vida acuática, para ello educará a su personal sobre la importancia de mantener el río limpio y libre de contaminantes para que estos puedan fomentar entre los clientes conciencia.

La erosión de las orillas del río es otro impacto ambiental para considerar durante los recorridos en lancha por el río Sinú. El tráfico constante de lanchas cerca de las orillas puede generar olas y turbulencias que afectan los bancos de arena y contribuyen a la pérdida de sedimentos en las áreas ribereñas. Esto puede tener un efecto negativo en la estabilidad de los ecosistemas ribereños y en la biodiversidad asociada a ellos. Para minimizar este impacto, se establecerán rutas de navegación adecuadas que eviten áreas particularmente sensibles a la erosión. Para ello, conocerá y respetará los límites establecidos para la navegación y tendrá en cuenta los ecosistemas ribereños frágiles.

Además, controlará la velocidad de las lanchas durante los recorridos para reducir al mínimo las perturbaciones en las orillas. Por esto establecerá límites de velocidad y educará al personal de la empresa y a los conductores de lanchas sobre la importancia de mantener una velocidad controlada puede ayudar a mitigar los efectos de la erosión en las orillas del río.

Dentro del establecimiento la empresa implementará el uso de papel biodegradable, impresión controlada, el uso mínimo de elementos contaminante, el uso energético e hídrico de forma racional, además buscará distribuir adecuadamente los residuos para poder reciclar. Todo esto entrará dentro de la política de fomentación del cuidado y conservación del medio ambiente que tendrá la empresa.

7. MÓDULO FINANCIERO.

7.1. INVERSIONES.

Este apartado expone las diferentes áreas en las que se requieren inversiones para poner en marcha el proyecto. Las cuales están representadas en adecuaciones al local el cual tiene que ver con los cambios y mejoras en el espacio físico donde se llevará a cabo el proyecto. Asimismo, las inversiones en maquinaria, equipos, muebles, enseres y los gastos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, todos estos se relacionan con la maquinaria y equipos especializados para llevar a cabo las actividades necesarias en el proyecto; los elementos necesarios para equipar el espacio donde se llevará a cabo el proyecto y gastos como: gastos de publicidad, gastos legales, gastos de registro de la empresa, entre otros.

7.1.1. Inversión en activos fijos.

Tabla 21: *Inversiones en Obras Físicas*

INVERSIONES EN OBRAS FÍSICAS				
DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL (AÑOS)
Adecuaciones del local.	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	10
TOTAL			\$ 2.000.000	

Fuente: Elaboración propia.

La inversión en obras físicas será de \$2.000.000, ya que se realizarán unas adecuaciones al local.

Tabla 22: *Inversión en activos para la prestación del servicio.*

INVERSIÓN EN ACTIVOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.				
DETALLE	VIDA ÚTIL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Bolsa de rescate	10	2	\$ 210.000	\$ 420.000
Bomba sumergible o de achique	10	2	\$ 284.900	\$ 569.800
Bote de transporte	10	2	\$ 18.000.000	\$ 36.000.000
Botiquín primeros auxilios con extinguidor	10	3	\$ 63.800	\$ 191.400
Chaleco salvavidas adultos	10	28	\$ 68.000	\$ 1.904.000
Chaleco salvavidas niños	10	10	\$ 60.000	\$ 600.000
Motor de la lancha	10	2	\$ 47.391.581	\$ 94.783.162
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO				\$ 134.468.362

Fuente: Elaboración propia

La inversión en activos para la prestación del servicio es de \$134.468.362 millones, esta corresponde a la sumatoria de los precios de cada uno de la maquinaria y equipos que se necesitan para llevar a cabo la prestación de servicio de recorridos de la empresa ECOHISTOUR S.A.S., donde los precios se tomaron de referencia de tiendas virtuales como Mercado Libre, Éxito, Homecenter, Profibra, Suzuki.

Tabla 23: *Inversión en activos de administración.*

INVERSIÓN EN ACTIVOS DE ADMINISTRACIÓN.				
DETALLE	VIDA ÚTIL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Aire acondicionado	10	2	\$ 1.990.000	\$ 3.980.000
Archivador	10	3	\$ 398.900	\$ 1.196.700
Caneca	5	6	\$ 24.990	\$ 149.940
Computador	5	3	\$ 1.950.000	\$ 5.850.000
Cosedora y saca ganchos	5	3	\$ 18.900	\$ 56.700
Dispensador de agua	10	1	\$ 529.900	\$ 529.900
Escritorio con silla	10	3	\$ 329.900	\$ 989.700
Estantería	10	1	\$ 170.000	\$ 170.000
Impresora	10	1	\$ 735.900	\$ 735.900
Percheros	5	3	\$ 17.900	\$ 53.700
Perforadora	5	3	\$ 24.500	\$ 73.500
Silla tándem x4	10	2	\$ 420.000	\$ 840.000
Teléfonos fijos	10	2	\$ 210.000	\$ 420.000
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS DE ADMINISTRACIÓN				\$ 15.046.040

Fuente: Elaboración propia.

El total de la inversión en activos de administración es de \$15.046.040, tomando como referencia precios de tiendas virtuales como Mercado Libre, Éxito, Homecenter, Profibra, Suzuki.

7.1.2. Inversiones diferidas.

Tabla 24: *Inversión en activos intangibles.*

INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES	
DETALLE DE INVERSIÓN	COSTO TOTAL
Estudio de prefactibilidad	\$ 3.432.000
Estudio de factibilidad	\$ 3.000.000
Gasto de organización	\$ 500.000
Licencia y trámite	\$ 1.000.000
Montaje y puesto en marcha	\$ 700.000
Imprevistos	\$ 500.000
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 9.132.000

Fuente: Elaboración propia.

Los gastos de activos intangibles son de \$9.132.000, los cuales se generan para la realización de todos los trámites legales para el funcionamiento de la empresa.

7.2. COSTOS OPERACIONALES.

Los costos operativos comprenden los costos y gastos necesarios para el funcionamiento del proyecto durante su primer año de operación. Estos incluyen el costo de la mano de obra, el costo de los materiales, los gastos en servicios públicos, la

depreciación, la remuneración del personal administrativo, otros gastos administrativos y los gastos de ventas.

Tabla 25: *Costos de mano de obra (primer año de operación)*

COSTOS DE MANO DE OBRA (PRIMER AÑO DE OPERACIÓN)				
CARGO	REMUNERACIÓN (MES)	REMUNERACIÓN (ANUAL)	PRESTACIONES SOCIALES (54,9%)	COSTOS TOTALES
Mano de Obra Directa				
Pilotos (2)	\$ 2.320.000	\$27.840.000	\$15.284.160	\$43.124.160
Subtotal				
mano de obra Directa	\$ 2.320.000	\$27.840.000	\$15.284.160	\$ 43.124.160
Mano de Obra Indirecta				
Guías Turísticos (2)	\$ 1.680.000	\$20.160.000	\$ 0	\$ 20.160.000
Subtotal				
mano de obra Indirecta	\$ 1.680.000	\$20.160.000	\$ 0	\$ 20.160.000
TOTAL	\$ 2.320.000	\$27.840.000	\$15.284.160	\$ 63.284.160

Fuente: Elaboración propia.

Los pilotos de las lanchas serán remunerados con el salario mínimo actual que es de \$1.160.000, los guías serán contratados por prestación de servicio por tanto no tendrá pago de prestaciones sociales, por cada servicio prestado se le pagará \$70.000, se estima un pago mensual de \$840.000 para cada guía.

Tabla 26: *Insumos necesarios para la prestación del servicio (primer año de operación).*

INSUMOS NECESARIOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO			
(PRIMER AÑO DE OPERACIÓN)			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Aceite lancha	80	\$ 35.000	\$ 2.800.000
Galón Gasolina	5.760	\$ 12.720	\$ 73.267.200
TOTAL			\$ 76.067.200

Fuente: Elaboración propia.

El costo anual de los insumos de la prestación del servicio de la empresa seria de \$76.067.200, puesto que el motor requiere una cantidad de galones de gasolina representativa para el recorrido (se estima que sean 10 galones por recorrido) y el aceite se cambiará mensualmente para conservar el motor, por lo que se utilizaran 6 tarros y medios por mes para las dos lanchas. Los tarros contienen 1 litro.

Tabla 27: *Costo de servicios (primer año de operación)*

COSTO DE SERVICIOS					
(PRIMER AÑO DE OPERACIÓN)					
SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	COSTOS MENSUAL	COSTO TOTAL
Energía	Kw/hora	8.400	\$ 286	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Telefonía fija e internet	Global	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Agua	Mts ³	300	\$ 2.671	\$ 100.000	\$ 1.200.000

Mantenimiento	Global	2	\$ 750.000	\$ 1.500.000
TOTAL			\$ 450.000	\$ 6.900.000

Fuente: Elaboración propia.

Durante el primer año de operación, se estiman gastos por servicios por un total de \$6.900.000, distribuidos como se muestra en la tabla anterior.

Tabla 28: *Gastos por depreciación.*

Gastos por Depreciación								
ACTIVOS	VIDA ÚTIL (AÑOS)	COSTO DEL ACTIVO	AÑOS					VALOR RESIDUAL
			1	2	3	4	5	
ACTIVOS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO								
Adecuaciones del local	10	\$3.000.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$1.500.000
Bolsa de rescate	10	\$ 420.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 210.000
Bomba de achique	10	\$ 569.800	\$ 56.980	\$ 56.980	\$ 56.980	\$ 56.980	\$ 56.980	\$ 284.900
Bote de transporte	10	\$36.000.000	\$ 3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$18.000.000
Botiquín primeros auxilios	5	\$ 191.400	\$ 38.280	\$ 38.280	\$ 38.280	\$ 38.280	\$ 38.280	\$ 0
Chalecos salvavidas adultos	10	\$ 1.904.000	\$ 190.400	\$ 190.400	\$ 190.400	\$ 190.400	\$ 190.400	\$ 952.000
Chalecos	10	\$ 600.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 300.000

salvavidas

niños

Motor de
lancha

10

\$94.783.162

\$9.478.316

\$9.478.316

\$9.478.316

\$9.478.316

\$9.478.316

\$47.391.581

SUBTOTAL**\$137.468.36****\$13.765.976****\$13.765.976****\$13.765.976****\$13.765.976****\$13.765.976****\$68.638.481**

2

ACTIVOS ADMINISTRATIVOS

Aire

acondicionado

10

\$ 3.980.000

\$ 398.000

\$ 398.000

\$ 398.000

\$ 398.000

\$ 398.000

\$ 1.990.000

Archivador

10

\$ 1.196.700

\$ 119.670

\$ 119.670

\$ 119.670

\$ 119.670

\$ 119.670

\$ 598.350

Computador

5

\$ 5.850.000

\$ 1.170.000

\$ 1.170.000

\$ 1.170.000

\$ 1.170.000

\$ 1.170.000

\$ 0

Cosedora y
saca ganchos

5

\$ 56.700

\$ 11.340

\$ 11.340

\$ 11.340

\$ 11.340

\$ 11.340

\$ 0

Caneca

5

\$ 149.940

\$ 29.988

\$ 29.988

\$ 29.988

\$ 29.988

\$ 29.988

\$ 0

Dispensador
de agua

10

\$ 529.900

\$ 52.990

\$ 52.990

\$ 52.990

\$ 52.990

\$ 52.990

\$ 264.950

Estantería

10

\$ 170.000

\$ 17.000

\$ 17.000

\$ 17.000

\$ 17.000

\$ 17.000

\$ 85.000

Escritorio con
silla

10

\$ 989.700

\$ 98.970

\$ 98.970

\$ 98.970

\$ 98.970

\$ 98.970

\$ 494.850

Impresora

5

\$ 735.900

\$ 147.180

\$ 147.180

\$ 147.180

\$ 147.180

\$ 147.180

\$ 0

Perforadora

5

\$ 73.500

\$ 14.700

\$ 14.700

\$ 14.700

\$ 14.700

\$ 14.700

\$ 0

Percheros

5

\$ 53.700

\$ 10.740

\$ 10.740

\$ 10.740

\$ 10.740

\$ 10.740

\$ 0

Silla tándem x4	10	\$ 840.000	\$ 84.000	\$ 84.000	\$ 84.000	\$ 84.000	\$ 84.000	\$ 420.000
Teléfonos fijos	10	\$ 420.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 210.000
SUBTOTAL		\$ 15.046.040	\$ 2.196.578	\$ 2.196.578	\$ 2.196.578	\$ 2.196.578	\$ 2.196.578	\$ 4.063.150
TOTAL		\$152.514.40			\$	\$	\$	
DEPRECIACIÓN	2		\$15.962.554	\$15.962.554	15.962.554	15.962.554	15.962.554	\$ 72.701.631

Fuente: Elaboración propia.

Durante el primer año de operación, la empresa tendrá gastos de depreciación por un total de \$15.962.554, teniendo en cuenta la vida útil de cada activo. Para realizar la depreciación, se ha utilizado el método de línea recta, que implica dividir el costo del activo por su vida útil. Cabe destacar que para aquellos activos cuya vida útil sea igual o inferior a cinco años, su valor residual se considerará cero.

Tabla 29: Remuneración al personal administrativo.

REMUNERACIÓN AL PERSONAL ADMINISTRATIVO				
CARGOS	REMUNERA CIÓN MENSUAL	REMUNERA CIÓN ANUAL	PRESTACI ONES 52,9%	REMUNER ACIÓN TOTAL
Gerente	\$2.200.000	\$26.400.000	\$13.965.600	\$40.365.600
Auxiliar administrativo	\$1.160.000	\$13.920.000	\$7.363.680	\$21.283.680
Jefe de marketing	\$1.500.000	\$18.000.000	\$9.522.000	\$27.522.000
Contador	\$1.000.000	\$12.000.000		\$12.000.000
TOTAL				
REMUNERACIÓN	\$5.860.000	\$58.320.000	\$30.851.280	\$89.171.280
ADMINISTRATIVA				

Fuente: Elaboración propia.

Los gastos correspondientes al personal administrativo para el primer año de operación se estiman en \$89.171.280. Este cálculo se ha realizado tomando en cuenta el salario legal vigente y las prestaciones sociales correspondientes para aquellos empleados que cumplan con los requisitos establecidos por la ley. El contador será contratado por prestación de servicio, por tanto no tendrá acceso a prestaciones.

Tabla 30: Otros gastos administrativos primer año de operación.

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		
(PRIMER AÑO DE OPERACIÓN)		
DETALLE	VALOR	VALOR

	MENSUAL	ANUAL
Útiles y papelería	\$ 70.000	\$ 840.000
Elementos de aseo y del dispensador de agua	\$ 128.600	\$ 1.543.200
Industria y comercio		\$ 1.200.000
Arriendo del local	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
TOTAL	\$ 2.198.600	\$ 27.583.200

Fuente: Elaboración propia.

La empresa incurrirá en otros gastos administrativos por el valor del \$27.583.200 para su primer año de operación. Esto bajo el concepto de elementos de papelería, útiles, aseo, arriendo del local e industria y comercio.

Tabla 31: *Gasto de venta.*

GASTOS DE VENTA (PRIMER AÑO DE OPERACIÓN)		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	\$125.000	\$1.500.000
TOTAL		\$1.500.000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32: *Amortización gastos diferidos.*

AMORTIZACIÓN GASTOS DIFERIDOS.			
Activo	Plazo	Costos	Valor Amortización Anual

Intangibles	Amortización	Activos	1	2	3	4	5
Gastos		\$9.132.0	\$1.826.4	\$1.826.	\$1.826.	\$1.826.	\$1.826.
	5						
Preoperativos		00	00	400	400	400	400
			\$1.826.	\$1.826.	\$1.826.	\$1.826.	\$1.826.
Total Amortización			400	400	400	400	400

Fuente: Elaboración propia.

La empresa tendrá un valor anual de \$1.826.400 en amortización de gastos diferidos. Este valor se obtiene al multiplicar el costo del activo por el plazo de amortización, que en este caso es de cinco años.

Tabla 33: *Distribución de costos de prestación del servicio.*

DISTRIBUCION DE COSTOS DE PRESTACION DEL SERVICIO				
COSTOS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO				
COSTOS	TOTAL	%	CF	CV
Mano de Obra Directa	\$43.124.160	100		\$43.124.160
Mano de Obra Indirecta	\$20.160.000	100		\$20.160.000
materiales directos	\$76.067.200	100		\$76.067.200
Depreciación	\$13.765.976	100	\$13.765.976	
Servicios.	\$6.900.000	100		\$6.900.000
SUBTOTAL	\$160.017.336		\$13.765.976	\$146.251.360
GASTOS ADMINISTRATIVO				
Sueldos y Prestaciones	\$89.171.280	100	\$89.171.280	
Amortización	\$1.826.400	100	\$1.826.400	

Gastos Administrativos	\$27.583.200	100	\$27.583.200	
Depreciación	\$2.196.578	100	\$2.196.578	
SUBTOTAL	\$120.777.458		\$120.777.458	\$0
GASTOS DE VENTAS				
Publicidad	\$1.500.000	100	\$1.500.000	
SUBTOTAL	\$1.500.000		\$1.500.000	\$0
TOTAL	\$282.294.794		\$136.043.434	\$146.251.360

Fuente: Elaboración propia.

Los costos totales son una combinación entre los costos y gastos en los que se incurren para la prestación del servicio. Para el caso de la empresa serían \$282.294.794 millones para su primer año.

7.3. CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio permite determinar la cantidad mínima de unidades que una empresa debe vender para cubrir sus costos totales y no incurrir en pérdidas. Este se alcanza cuando los ingresos totales igualan los costos totales, lo que significa que la empresa no está obteniendo ganancias ni pérdidas.

Para hallar el punto de equilibrio de la empresa se utilizará el método del margen de contribución, el cual se basa en la diferencia entre el Precio Unitario de Venta y los Costos Variables Unitarios. Para calcular el punto de equilibrio, se divide el valor de los Costos Fijos entre el Margen de Contribución, que se define como la diferencia entre el Precio Unitario de Venta y los Costos Variables Unitarios.

$$PE = \frac{CF}{Pvu - Cvu}$$

Donde:

PE = Punto de equilibrio

CF = Costos fijos

Pvu = Precio de venta unitario

Cvu = Costo variable unitario

Antes de calcular el punto de equilibrio para la empresa se deben encontrar el precio de venta unitario y el costo variable unitario.

Para hallar el costo de venta unitario se utilizará la siguiente formula:

$$Cvu = \frac{Cv}{Q}$$

Donde:

Cvu = Costo variable unitario

Cv = Costos variables

Q = Servicios a producir

Para hallar el precio de venta unitario se utilizará la siguiente formula:

$$Pvu = Cu + \frac{Cu * M}{100 - M}$$

Donde:

Pvu = Precio de venta unitario

Cu = Costo unitario de prestación

M = Margen de utilidad

Como se puede observar para calcular el precio de venta unitario se debe calcular el costo unitario de prestación que se calculará con la siguiente formula.

$$Cu = \frac{CT}{Q}$$

Donde:

Cu = Costo unitario de prestación

CT = Costo total

Q = Servicios a producir

Luego de tener todas las fórmulas se procede a calcular el punto de equilibrio paso por paso:

$$Cvu = \frac{\$146.251.360}{5.760}$$

$$Cvu = \$25.391$$

$$Cu = \frac{\$282.294.794}{5.760}$$

$$Cu = \$49.010$$

$$Pvu = \$49.010 + \frac{\$49.010 * 32}{100 - 32}$$

$$Pvu = \$72.073$$

$$PE(serviciosaprestar) = \frac{\$282.294.794}{\$72.073 - \$25.391}$$

$$PE(serviciosaprestar) = 2.914 \text{ servicios}$$

Por tanto, se tiene que para la empresa el costo variable unitario será de \$25.391, el precio variable unitario es será de \$72.073, su costo unitario será de \$49.010 y su punto de equilibrio de 2.914 servicios para el primer año de operación.

Asimismo, se puede calcular el punto de equilibrio de las ventas con la siguiente formula:

$$PE(Ventas) = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\% \text{Margen de utilidad}}$$

$$PE(Ventas) = \frac{\$136.043.434}{32\%}$$

$$PE(Ventas) = \$425.135.732$$

El punto equilibrio de las ventas de la empresa para su primer año de operación es de \$425.135.732 millones.

Teniendo en cuenta el análisis de precio realizado en el mercado, el precio de venta unitario de la empresa es competitivo frente al precio de la otra empresa que ofrece el mismo servicio, puesto que las otras expuestas no lo ofrecen en el municipio y su servicio solo es similar.

ECOHISTOUR S.A.S tendrá un tamaño de prestación de servicios de 5.760, pero debe prestar por lo menos 2.914 servicios en su primer año de operación para alcanzar su punto de equilibrio y así no tener perdidas en el negocio.

7.4. PROYECCIONES FINANCIERAS PARA EL PERIODO DE EVALUACIÓN.

7.4.1. Presupuesto de inversión en activos fijos.

Tabla 34: Programa de inversión fija del proyecto.

PROGRAMA DE INVERSIÓN FIJA DEL PROYECTO						
(TÉRMINOS CONSTANTES)						
CONCEPTOS	AÑOS					
	Año 0	1	2	3	4	5
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES						
Obras físicas	\$ 2.000.000					
Activos para la prestación del servicio	\$ 134.468.362					
Activos de administración	\$ 15.046.040					
SUBTOTAL	\$ 151.514.402					
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos preoperativos	\$ 9.132.000					
SUBTOTAL	\$ 9.132.000					
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 160.646.402					

Fuente: Elaboración propia.

La inversión necesaria para el proyecto será de \$160.646.402 millones, donde se incluyen los activos fijos y diferidos requeridos para la prestación del servicio.

7.4.2. Cálculo y proyección del capital trabajo.

Para hallar el capital de trabajo de la empresa se utilizará el método del ciclo operativo, el cual utiliza la siguiente formula:

$$ICT = CO * COPD$$

Donde:

ICT = Inversión en capital fijo

CO = Ciclo operativo

COPD = Costo operativo promedio diario

Para hallar la inversión en capital trabajo primero debemos encontrar el costo operativo promedio diario el cual se calcula con la siguiente formula:

$$COPD = \frac{\text{Costo de operación anual}}{360}$$

El costo de operación anual se encuentra en la tabla a continuación donde se detalla de dónde sale este.

Tabla 35: Costo de operación anual COPA.

COSTO DE OPERACIÓN ANUAL (COPA)	
COSTO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	
Mano de Obra	\$ 63.284.160
Materiales	\$ 76.067.200
Servicios	\$ 6.900.000
Subtotal	\$ 146.251.360

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	
Nomina	\$ 89.171.280
Gastos de Ventas	\$ 1.500.000
Subtotal	\$ 90.671.280
TOTAL COPA	\$ 236.922.640

Fuente: Elaboración propia.

Por tanto, se tiene:

$$COPD = \frac{\$236.922.640}{360}$$

$$COPD = \$658.118$$

$$ICT = 30días * \$658.118$$

$$ICT = \$19.743.553$$

La inversión en capital de trabajo de la empresa será de \$19.743.533.

A continuación se proyectará la inversión en capital trabajo utilizando el IPC de la división de recreación y cultura para este año el cual es de 9,33% (DANE, 2023) como índice de crecimiento.

Tabla 36: *Inversión en capital de trabajo en términos corrientes.*

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO					
DETALLE	AÑOS				
	0	1	2	3	4
Capital de Trabajo (\$19.743.553)	\$1.842.074	\$2.013.939	\$2.201.839	\$2.407.271	

Fuente: Elaboración propia.

7.4.3. Resumen programa de inversión.

Tabla 37: Programa de inversión términos constantes.

PROGRAMA DE INVERSIÓN TÉRMINOS CONSTANTES						
CONCEPTO	0	AÑOS				
		1	2	3	4	5
Inversión fija	(\$160.646.402)					
Capital de Trabajo	(\$19.743.553)	\$1.842.07	\$2.013.93	\$2.201.83	\$2.407.27	
		4	9	9	1	
TOTAL		(\$1.842.0	(\$2.013.9	(\$2.201.8	(\$2.407.2	
INVERSIONES	(\$180.389.955)	74)	39)	39)	71)	

Fuente: Elaboración propia.

El programa de inversión esta dado por la inversión fina de la empresa que será de \$180.389.955 millones para el año cero más el capital de trabajo debidamente proyectado.

7.4.4. Valor residual.

Tabla 38: Valor residual de activos al finalizar el periodo de evaluación.

VALOR RESIDUAL DE ACTIVOS						
DETALLE	AÑOS					
	1	2	3	4	5	
Activos para la Prestación del servicio						\$ 68.638.481

Activos de Administración	\$ 4.063.150
SUBTOTAL	\$ 72.701.631
Capital de Trabajo	\$ 28.208.677
TOTAL	\$ 100.910.307

Fuente: Elaboración propia.

El valor residual para el quinto año será de \$100.910.307 millones, el cual es calculado sumando los activos para la prestación del servicio que es el resultado de los años depreciados y valor residual del capital de trabajo.

7.4.5. Flujo neto de inversión.

Tabla 39: *Flujo neto de inversión.*

FLUJO NETO DE INVERSIÓN						
Concepto	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión Fija	(\$160.646.402)					
Capital de Trabajo	(\$19.743.553)	(\$1.842.074)	(\$2.013.939)	(\$2.201.839)	(\$2.407.271)	
Valor Residual						\$100.910.307
Flujo Neto de Inversión	(\$180.389.955)	(\$1.842.074)	(\$2.013.939)	(\$2.201.839)	(\$2.407.271)	\$100.910.307

Fuente: Elaboración propia.

El flujo neto de inversiones para el inicio del proyecto será de \$180.389.955 millones, el cual corresponde a la sumatoria de la inversión fija con el capital de trabajo.

7.4.6. Presupuesto y programa de ingresos.

Tabla 40: *Presupuesto de ingresos por prestación de servicio.*

PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Servicios para prestar	5.760	6.048	6.350	6.668	7.001
Precio Unitario	\$72.073	\$71.972	\$78.687	\$86.029	\$94.055
TOTAL	\$415.139.40	\$476.565.50	\$547.080.52	\$628.029.28	\$720.955.64
INGRESOS	3	5	0	9	3

Fuente: Elaboración propia.

La empresa generará \$415.139.403 millones en ingresos por prestación del servicio durante su primer año. Este monto se calculó multiplicando el valor del servicio por la cantidad de recorridos que se ofrecerán durante el año. Las proyecciones para los siguientes años son correspondientes a la tasa de inflación del 9,33% de este año que ha presentado la división recreación y cultura en el IPC (DANE, 2023).

7.4.7. Presupuestos de los costos operacionales y gastos administrativos y de ventas de la prestación de servicio.

Tabla 41: *Presupuesto de costos de prestación del servicio (Término constantes).*

PRESUPUESTO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO.					
CONCEPTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
COSTOS DIRECTOS					
Materiales Directos	\$76.067.20	\$83.164.27	\$90.923.49	\$99.406.65	\$108.681.3
	0	0	6	8	00
Mano de obra di- recta	\$43.124.16	\$47.147.64	\$51.546.51	\$56.355.81	\$61.613.80
	0	4	9	0	7
Mano de obra indi- recta	\$20.160.00	\$22.040.92	\$24.097.34	\$26.345.62	\$28.803.67
	0	8	7	9	6
Depreciación	\$13.765.97	\$13.765.97	\$13.765.97	\$13.765.97	\$13.765.97
	6	6	6	6	6
SUBTOTAL	\$153.117.3	\$166.118.8	\$180.333.3	\$195.874.0	\$212.864.7
	36	18	38	73	59
GASTOS GENERALES DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO					
Servicios	\$ 6.900.000	\$ 7.176.000	\$ 7.463.040	\$ 7.761.562	\$ 8.072.024
SUBTOTAL	\$ 6.900.000	\$ 7.176.000	\$ 7.463.040	\$ 7.761.562	\$ 8.072.024
TOTAL	\$160.017.3	\$173.294.8	\$187.796.3	\$203.635.6	\$220.936.7
	36	18	78	35	83

Fuente: Elaboración propia.

Durante el primer año de operación, la empresa incurrirá en costos de prestación del servicio por un total de \$160.017.336 millones. Este monto se calculó sumando los costos y los gastos directos de prestación. Para los demás años proyectados se utilizó una tasa de crecimiento del 9,33% que es la tasa de inflación actual en el sector recreación y cultura del IPC.

Tabla 42: Presupuesto de Gastos de Administración.

PRESUPUESTOS DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
CONCEPTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Sueldos	\$89.171.28	\$97.490.96	\$106.586.8	\$116.531.4	\$127.403.8
y Prestaciones	0	0	67	22	03
Depreciación	\$ 2.196.578	\$ 2.196.578	\$ 2.196.578	\$ 2.196.578	\$ 2.196.578
Aseo, Papelería y	\$27.583.20	\$30.156.71	\$32.970.33	\$36.046.46	\$39.409.60
Arriendo	0	3	4	6	1
Amortización	\$ 1.826.400	\$ 1.826.400	\$ 1.826.400	\$ 1.826.400	\$ 1.826.400
TOTAL	\$120.777.4	\$131.670.6	\$143.580.1	\$156.600.8	\$170.836.3
	58	51	79	66	83

Fuente: Elaboración propia.

Durante el primer año, el gasto de administración será de \$120.777.458 millones. Esta cantidad se compone de la suma del sueldo de las prestaciones, otros gastos

administrativos y la amortización correspondiente. Para los demás se proyecta utilizando el mismo índice de crecimiento que en los otros presupuestos que es de 9,33%.

Tabla 43: *Presupuesto gastos de ventas.*

PRESUPUESTO GASTOS DE VENTAS					
TÉRMINOS CONSTANTES (9,33%)					
DETALLE	Valor Anual				
	1	2	3	4	5
Gastos de					
publicidad	\$1.500.000	\$1.639.950	\$1.792.957	\$1.960.240	\$2.143.131
TOTAL	\$1.500.000	\$1.639.950	\$1.792.957	\$1.960.240	\$2.143.131

Fuente: Elaboración propia.

Durante el primer año de operación, se estima que la empresa incurrirá en gastos de ventas por un total de \$1.500.000, puesto que la mayoría de la publicidad será realizará través de medios tecnológicos, lo que permitirá una promoción más eficiente y a menor costo. No obstante, también se utilizarán medios tradicionales. Para los años siguientes, se ha proyectado un incremento del 9,33% en estos gastos.

Tabla 44: *Programa de costos operacionales.*

PROGRAMA DE COSTOS OPERACIONALES EN TÉRMINOS CONSTANTES					
(9,33%)					
CONCEPTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5

Costos de Producción	\$160.017.	\$174.946.	\$191.269.	\$209.114.	\$228.625.
	336	954	504	949	374
Gastos Administrativos	\$120.777.	\$132.045.	\$144.365.	\$157.835.	\$172.561.
	458	995	886	223	250
Gastos de Ventas	\$1.500.00	\$1.639.95	\$1.792.95	\$1.960.24	\$2.143.13
	0	0	7	0	1
TOTAL COSTOS	\$282.294.	\$308.632.	\$337.428.	\$368.910.	\$403.329.
OPERACIONALES	794	898	348	413	754

Fuente: Elaboración propia.

Durante el primer año de operación, los costos operacionales serán de \$282.294.794 millones. Este monto se calcula sumando los totales de costo de producción, gastos de administración y gastos de venta.

7.4.8. Flujo neto de operación y flujo financiero neto del proyecto

Tabla 45: *Flujo neto de operación.*

FLUJO NETO DE OPERACIÓN					
CONCEPTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas	\$415.139.403	\$476.565.505	\$547.080.520	\$628.029.289	\$720.955.643
Menos Costo Operacional	\$282.294.794	\$293.586.586	\$308.265.915	\$323.679.211	\$339.863.172
Igual Utilidad Operacional	\$132.844.609	\$138.158.393	\$143.684.729	\$149.432.118	\$155.409.403
Menos Impuestos (35%)	\$46.495.613	\$48.355.438	\$50.289.655	\$52.301.241	\$54.393.291
Igual a Utilidad Neta	\$86.348.996	\$90.666.446	\$95.199.768	\$99.959.756	\$104.957.744
Mas Depreciación	\$2.196.578	\$2.196.578	\$2.196.578	\$2.196.578	\$2.196.578
Mas Amortización	\$1.826.400	\$1.826.400	\$1.826.400	\$1.826.400	\$1.826.400
GRAN TOTAL	\$90.371.974	\$94.689.424	\$99.222.746	\$103.982.734	\$108.980.722

Fuente: Elaboración propia.

El flujo neto de operación de la empresa en su primer año será de \$90.371.974 millones, el cual reflejará su desempeño durante el año de operación.

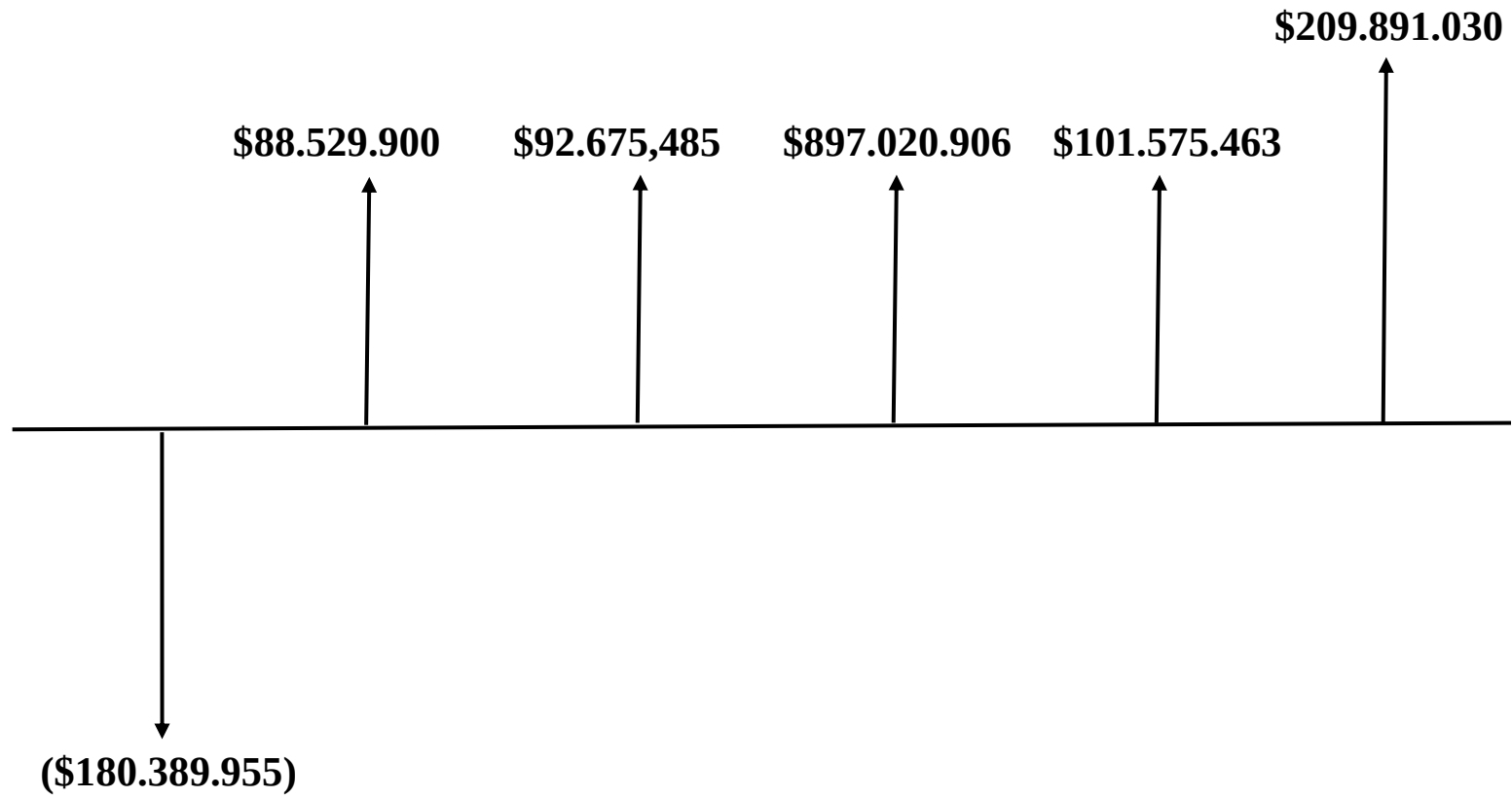
Tabla 46: *Flujo financiero neto del proyecto.*

FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO						
CONCEPTOS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto de Operación		\$ 90.371.974	\$94.689.424	\$99.222.746	\$103.982.734	\$ 108.980.722
Flujo Neto de Inversión	(\$180.389.955)	(\$1.842.074)	(\$2.013.939)	(\$2.201.839)	(\$2.407.271)	(\$100.910.307)
Flujo Financiero Neto	(\$180.389.955)	\$ 88.529.900	\$92.675.485	\$97.020.906	\$101.575.463	\$209.891.030

Fuente: Elaboración propia.

El flujo neto para el primer año de operación será de \$88.529.900 millones, resultado de la diferencia entre el flujo neto de operación y el flujo neto de inversión.

Gráfico 4: *Flujo Neto del Proyecto.*



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 47: Estado de resultados ECOHISTOUR S.A.S.

ECOHISTOUR S.A.S.	
ESTADO DE RESULTADOS	
Ingresos por ventas	\$415.139.403
Costos de Operación	\$160.017.336
Utilidad Bruta	\$255.122.067
<u>Gastos Operacionales</u>	
Administrativos	\$120.777.458
Ventas	\$1.500.000
Utilidad Operacional	\$132.844.609
Otros Ingresos	\$0
Otros Egresos	\$0
Utilidad antes de Impuestos	\$132.844.609
Provisión (35%)	\$46.495.613
Utilidad Neta	\$86.348.996

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 48: *Balance General ECOHISTOUR S.A.S.*

ECOHISTOUR S.A.S.		
BALANCE GENERAL		
ACTIVOS		
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>		
Efectivo	\$ 90.371.974	
Total Activo Corriente		\$ 90.371.974
<u>ACTIVOS FIJOS</u>		
Maquinaria y equipos	\$ 134.468.362	
Muebles y enseres	\$ 15.046.040	
Total Activos Fijos		\$ 149.514.402
<u>ACTIVOS DIFERIDOS</u>		
Gastos Preoperativos	\$ 9.132.000	
Total Activos Diferidos		\$ 9.132.000
TOTAL ACTIVO		\$ 249.018.376
PASIVO		
		\$ 0
PATRIMONIO		
Capital Social	\$ 162.669.380	

Utilidad del Ejercicio	\$ 86.348.996	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 249.018.376
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 249.018.376

Fuente: Elaboración propia.

7.5. EVALUACIÓN FINANCIERA.

Una evaluación financiera tiene el fin de medir la rentabilidad de un proyecto, tomar mejores decisiones de inversión y hacerlo de manera inteligente. Este procedimiento de evaluación tiene por objetivo corroborar si existe rendimiento financiero, alcances o riesgos en un determinado proyecto. (Philippe, s.f.)

La evaluación financiera es aquel estudio que busca entablar una comparación entre la inversión inicial, a precios actuales, o del año cero o de arranque, y las utilidades o flujos proyectados, pero traídos a valor actual. (Villavicencio, 2021).

Para evaluar financieramente este proyecto se utilizarán los siguientes criterios: la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Presente Neto (VPN) y la Relación Beneficio – Costo (RB/C).

7.5.1. Valor Presente Neto.

El valor presente neto (VPN) es el valor de los flujos de efectivo proyectados, descontados al presente. El método del valor presente neto incorpora el valor del dinero en determinado tiempo de flujos de efectivo netos de un negocio o proyecto. El objetivo del valor presente neto es realizar las comparaciones entre los periodos en los que el proyecto o negocio tuvo diferentes flujos de efectivo para determinar si conviene o no invertir en él. El

valor depende de la tasa de interés a la que se ajusta el cálculo del valor presente neto.

(Gasbarrino, Blog Hubspot, 2023)

La TIO es la tasa mínima que se utiliza para poder determinar el valor presente neto de los flujos futuros de caja del proyecto y es la rentabilidad mínima que se le debe exigir al proyecto para tomar la decisión de no invertir en un uso alternativo de los recursos o en otro proyecto. (Unimilitar, s.f.)

Se tomará como tasa mínima el 32% ya que en los últimos meses el interés en créditos de consumo y ordinario se ha encontrado entre un rango del 30% al 32%. (DIAN, 2023)

Calculando el valor presente neto, con una tasa de oportunidad del 32%, y desarrollada en Microsoft Excel se tiene:

Tabla 49: *Cálculo del VPN.*

CÁLCULO DEL VPN	
AÑO BASE	(\$ 180.389.955)
Año 1	\$ 88.529.900
Año 2	\$ 92.675.485
Año 3	\$ 97.020.906
Año 4	\$ 101.575.463
Año 5	\$ 209.891.030
Tasa	32%
VPN	\$ 67.882.642

Fuente: Elaboración propia.

El resultado anterior indica que con la inversión en el proyecto se obtendrá una riqueza adicional de \$67.882.642 millones, es decir, que la empresa generará estos beneficios después de descontar los costos iniciales.

7.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno, conocida también como TIR, es un indicador que permite conocer la rentabilidad de un proyecto, mediante el cálculo de la diferencia entre los gastos actuales y los ingresos proyectados en el futuro, con el fin de estimar las ganancias esperadas de una inversión. (Gasbarrino, Blog Hubspot, s.f.)

Utilizando Microsoft Excel para calcular la TIR se tiene:

Tabla 50: *Cálculo de la TIR.*

CÁLCULO DE LA TIR	
AÑO BASE	(\$ 180.389.955)
Año 1	\$ 88.529.900
Año 2	\$ 92.675.485
Año 3	\$ 97.020.906
Año 4	\$ 101.575.463
Año 5	\$ 209.891.030
TIR	48,77%

Fuente: Elaboración propia.

El resultado anterior indica que por cada peso invertido en el proyecto se obtendrá una rentabilidad del 48,77%, la cual es mayor que la tasa de oportunidad que es del 32%, lo

que indica que el proyecto es factible financieramente, puesto que se obtiene un rendimiento mayor que el exigido. El cual es equivalente a un 16,77% por encima.

7.5.3. Relación Beneficio Costo (R B/C).

El análisis de costo-beneficio es un proceso que se realiza para medir la relación que existe entre los costes de un proyecto y los beneficios que otorga. Su objetivo es determinar si una próxima inversión es rentable o no para una empresa. El valor del costo-beneficio se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos Totales Netos (VAN) o beneficios netos entre el Valor Actual de los Costos de inversión (VAC) o costos totales. (Rodrigues, s.f.)

Utilizando una tasa de oportunidad del 32% se tiene:

Tabla 51: *Cálculo Relación Beneficio - Costo R B/C.*

CÁLCULO RELACIÓN COSTO BENEFICIO	
Suma de Ingresos	\$ 248.272.597
Suma de Egresos	\$ 180.389.955
R B/C	\$ 1,38

Fuente: Elaboración propia.

El resultado obtenido anteriormente indica que por cada peso que se invierte en el proyecto se obtiene de ingreso \$1,38, esto por encima de la que general la alternativa del 32%.

8. FUENTES DE FINANCIACIÓN.

El proyecto de creación de una empresa dedicada a brindar servicios de recorridos histórico-ecológicos por el medio y bajo Sinú en Lorica cuenta con varias opciones de financiamiento. Se considera presentar una solicitud a la Unidad de Emprendimiento de la Universidad de Córdoba para gestionar recursos que permitan poner en marcha la empresa. Además, se explorará la posibilidad de acceder a recursos a través de convocatorias del Fondo Emprender, que es administrado por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). También se considerará la presentación de solicitudes a otras entidades y grupos especializados en la gestión de recursos para proyectos emprendedores, como los mencionados anteriormente. Estas opciones de financiamiento proporcionan una oportunidad para obtener los recursos necesarios y materializar el proyecto empresarial.

9. CONCLUSIONES.

Tras la realización del estudio de factibilidad para la creación de una empresa prestadora de recorridos histórico-ecológicos por el medio y bajo Sinú en el municipio de Lorica, se ha identificado una evidente oportunidad de negocio, puesto que en dicho municipio solo existe una empresa que ofrece un servicio similar, pero no se centra en recorridos que resalten la historia del río en relación al municipio y sus alrededores, ni tampoco genera conciencia ambiental. Por lo tanto, se ha identificado una brecha en el mercado local que la empresa puede aprovechar. Al ofrecer recorridos que combinan elementos históricos y ecológicos, podrían satisfacer una demanda latente y atraer a aquellos turistas y visitantes interesados en conocer y valorar la historia del río Sinú en relación con el municipio, al mismo tiempo que promoverían la sensibilización y el cuidado del entorno natural.

El estudio de mercado realizado reveló resultados significativos a través de la encuesta dirigida al público objetivo, demostrando una demanda insatisfecha en el municipio de Santa Cruz de Lorica. Se constató que la demanda actual supera la oferta existente en el mercado. Además, se evidenció en la muestra de la población estudiada una aceptación positiva hacia el servicio, con un índice de aceptación del 50% por parte de los residentes del municipio. Es importante destacar que el estudio también reveló que el 67% de los encuestados considera que el estado del río no es adecuado para realizar este tipo de recorridos. Sin embargo, se encontró que muchas de estas personas estarían dispuestas a utilizar el servicio siempre y cuando se cumplan con todos los equipos de seguridad necesarios y se contribuya a la descontaminación del río. Durante el análisis, se pudo observar que existen precios de referencia para el servicio, aunque solo una de las empresas

de referencia ofrece actualmente este servicio en el municipio, y además, con una ruta en común.

Por otra parte, en el estudio técnico y organizacional estableció el tamaño óptimo del proyecto, tomando en cuenta la duración del servicio, los días en que el público objetivo lo utilizaría y otros factores relevantes siendo este para el primer año de 5.670 servicios. Asimismo, a través del análisis de macro y microlocalización, se ha determinado la ubicación óptima de la empresa considerando factores como la ubicación del consumidor, costos y gastos más bajos, entre otros. Siendo esta, el municipio de Lorica en su barrio Cascajal en el Malecón del municipio. Además, se establecieron los aspectos legales y administrativos más adecuados para las características de la empresa, incluyendo la naturaleza jurídica estableciendo su constitución como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S), la misión, la visión, entre otros y se identificaron los equipos e insumos necesarios para llevar a cabo la prestación del servicio.

La evaluación en términos de impacto demuestra de manera concluyente que los beneficios de la empresa para el entorno serán significativos. La creación de empleo contribuirá al desarrollo económico y mejorará la calidad de vida de los residentes del municipio. Además, la empresa atraerá a visitantes, lo que generará un impulso adicional para la economía local. Asimismo, la empresa promoverá la sensibilización ambiental al resaltar y preservar el patrimonio cultural y natural del municipio. Esto permitirá que los habitantes y visitantes reconozcan y valoren la riqueza y la importancia de estos recursos, fomentando así su conservación a largo plazo. En resumen, los impactos positivos de la empresa abarcan diversos aspectos, desde el ámbito económico y social hasta el cultural y

ambiental. Su presencia en el municipio tendrá un efecto transformador, promoviendo el desarrollo sostenible y enriqueciendo la vida de la comunidad local.

El estudio financiero reveló que para poner en marcha la empresa se requerirá una inversión inicial significativa, ya que se necesitarán equipos e insumos de alto costo, como lanchas, motores y combustible, entre otros. Esta inversión se estima en \$180.389,955 millones de pesos. Además, el estudio financiero analizó el flujo neto del proyecto y la utilidad neta generada. Los resultados indican que el flujo neto es positivo y la utilidad neta es favorable, lo cual representa una señal financiera prometedora. Estos indicadores demuestran que el proyecto tiene un potencial financiero sólido y ofrece perspectivas positivas para obtener beneficios económicos a lo largo del tiempo. En resumen, el estudio financiero subrayó la necesidad de una inversión inicial considerable debido a los costos significativos de los equipos e insumos requeridos. Sin embargo, también mostró un flujo neto positivo y una utilidad neta favorable, lo que sugiere una perspectiva financiera promisorio para la empresa.

Sin embargo, cuando se realizó la evaluación financiera del proyecto, fue cuando se confirmó su viabilidad, ya que se obtuvo un Valor Presente Neto (VPN) de \$67.883.642 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 48,77%. Estos valores son superiores a la Tasa Interna de Oportunidad (TIO) del 32%, lo que indica que el proyecto generará beneficios económicos por encima de los requeridos. Además, se determinó una relación costo-beneficio de \$1,38, lo que significa que por cada peso invertido en el proyecto se obtendrá un beneficio de \$1,38. Esta relación indica un retorno favorable y muestra que el proyecto tiene el potencial de generar ingresos significativos en comparación con la inversión inicial. En conclusión, la evaluación financiera confirmó la factibilidad del proyecto, demostrando

que generará beneficios financieros sustanciales. Los indicadores positivos, como el VPN, la TIR y la relación costo-beneficio, respaldan la decisión de llevar a cabo el proyecto y proporcionan una sólida base financiera para su éxito.

10. RECOMENDACIONES.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en los diferentes análisis y la evaluación financiera se recomienda llevar a cabo el proyecto de creación de una empresa prestadora de recorridos histórico – ecológicos por el medio y bajo Sinú en el municipio de Lorica, puesto que es una oportunidad de negocio rentable, la cual sería una fuente de empleo, generaría sensibilización ambiental, reconocimiento de los aspectos culturales e históricos del municipio y contribuiría al desarrollo económico de este.

Es de vital importancia llevar a cabo proyectos de creación de empresas que muestren las diversas oportunidades existentes y promuevan su aprovechamiento y desarrollo en el municipio de Lorica ya que este es considerado como uno de los municipios históricos del país y también se destaca como un centro de comercio para los municipios vecinos.

Se recomienda que la empresa ECOHISTOUR, una vez puesta en marcha, implemente todas las políticas, estrategias y normas descritas en el proyecto con el fin de lograr los resultados deseados. Además, es crucial que realice encuestas de satisfacción de manera continua para seguir atendiendo las necesidades de sus clientes y mantener un ambiente laboral propicio que motive a los empleados y les permita desempeñar sus tareas de manera eficiente y eficaz.

Asimismo, se sugiere que la empresa se mantenga flexible ante los cambios, implementando planes de mejora interna que permitan mejorar constantemente el servicio y adaptarse a las necesidades de los clientes. Es importante ofrecer cada vez más servicios complementarios que incrementen los ingresos y la satisfacción del cliente.

Adicionalmente, se propone ampliar la cantidad de rutas en la medida de lo posible para aumentar la frecuencia con la que el público adquiere el servicio. Además, se recomienda buscar diferentes lugares turísticos para las rutas, los cuales sean motivadores para los clientes.

Por último, en caso de no conseguir las alternativas principales de financiamiento se recomienda para poner en marcha la empresa un financiamiento compartido entre patrimonio y pasivos, buscando que el costo de capital no supere la TIO expuesta en el proyecto.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Alcaldía de Lórica. (s.f.). *Alcaldía de Lórica*. Obtenido de <http://www.santacruzdelorica-cordoba.gov.co/>

Alfonso. (1 de Marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

Angelfire. (s.f.). *Angelfire*. Obtenido de Angelfire:
<https://www.angelfire.com/nt/ars/lorica/historia.html>

Aula Facil. (s.f.). *AF*. Obtenido de <https://www.aulafacil.com/cursos/organizacion/gestion-de-proyectos/localizacion-del-proyecto-l19692>

Banco de la República. (s.f.). *Banrep*. Obtenido de Banrep:
<https://www.banrep.gov.co/es/node/33601#:~:text=El%20camino%20aluvial%20marcado%20por,de%20quienes%20habitan%20sus%20riberas>

Banco de la República. (s.f.). *Banrepcultural*. Obtenido de Banrepcultural:
https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/R%C3%ADo_Sin%C3%BA

Cajal, A. (18 de Enero de 2020). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/rio-sinu/>

Cámara de comercio de Bogotá. (s.f.). Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes-CCB/Tramites-registrales/Que-es-una-empresa>

Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *CCB.org*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes-CCB/Registros-Publicos/Que-son-las-sociedades-por-acciones-simplificadas>

Cámara de comercio de Cali. (s.f.). *CCC.org*. Obtenido de

<https://www.ccc.org.co/sedevirtual/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/sociedad-acciones-simplificada-2/>

Cámara de Comercio de Medellín. (s.f.). Obtenido de

<https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Crear-Empresa/Documentos/Manual%20de%20plan%20de%20negocios-Basica.PDF>

Centro Europeo de Postgrado. (s.f.). *CEUPE Magazine*. Obtenido de

<https://www.ceupe.com/blog/guia-turistico.html>

Chavez, J. (s.f.). *CEUPE*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/attractivo-turistico.html>

Chavez, J. (s.f.). *CEUPE*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/ruta-turistica.html>

Código de Comercio de Colombia. (s.f.). *Secretaria Senado*. Obtenido de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html#:~:text=ART%C3%8DCULO%2025.,para%20la%20prestaci%C3%B3n%20de%20servicios.

Código Sustantivo del Trabajo . (s.f.). *Ministerio de Trabajo*. Obtenido de SUIN

JURISCAOL: <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Codigo/30019323>

Colombia turismo web. (s.f.). *Colombia turismo web*. Obtenido de

<http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/CORDOBA/MUNICIPIOS/LORICA/LORICA.htm>

Colombia Turismo Web. (s.f.). *Colombia Turismo Web*. Obtenido de Colombia Turismo Web:

<http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/CORDOBA/MUNICIPIOS/LORICA/LORICA.htm>

Comillas de la verdad. (09 de Octubre de 2019). *Comillas de la verdad*. Obtenido de <https://web.comisiondelaverdad.co/actualidad/noticias/los-planchones-del-rio-sinu>

DANE. (4 de Febrero de 2023). *DANE*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_ene23.pdf

Dane. (s.f.). *Dane.gov.co*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Daniel, D. M. (2 de Abril de 2023). *Centro Banamex*. Obtenido de <https://www.centrobanamex.com.mx/que-se-refiere-la-macro-y-micro-localizacion-de-un-proyecto/>

Definicion de. (s.f.). *Definicion de*. Obtenido de <https://definicion.de/proceso-historico/>

DIAN. (Abril de 2023). Obtenido de <https://www.dian.gov.co/normatividad/TIM/Otros%20documentos%20000606%20de%2028-04-2023.pdf>

Doria, D. F., Hernandez, A. T., Espinoza, E. M., Ballesteros, J. D., & Pertuz, L. (2020). *Metodología de la investigación: Conceptos, Herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables*. Monteria : Universidad Pontificia Bolivariana.

Enciclopedia de Negocios, S. (s.f.). Obtenido de

<https://www.shopify.com/es/enciclopedia/plan-de-negocios>

Excel para todos. (s.f.). Obtenido de <https://excelparatodos.com/que-es-una-empresa/>

Frederick, D. (Enero de 2023). *Enciclopedia económica*. Obtenido de

<https://enciclopediaeconomica.com/rentabilidad/>

Fuente, O. (25 de Abril de 2022). *IEBS School*. Obtenido de

<https://www.iebschool.com/blog/marketing-marketing/>

FUERTE, D. M., & TORICES, J. M. (2006). *Study Lib*. Obtenido de

<https://studylib.es/doc/7650356/turismo-fluvial--actividad-l%C3%BAdica-y-econ%C3%B3mica>

Fundación Aquae. (s.f.). *Fundación Aquae*. Obtenido de

<https://www.fundacionaquae.org/wiki/agua-dulce-salada/>

Galán, J. S. (1 de Marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>

Galán, Javier Sánchez. (1 de Marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

Galvis-Rivera, N. (2017). *Redalyc*. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/journal/5762/576262669008/html/>

García, I. (23 de Abril de 2018). *Economía Simple .net*. Obtenido de

<https://www.economiasimple.net/glosario/precio>

Gasbarrino, S. (20 de Enero de 2023). *Blog Hubspot*. Obtenido de

<https://blog.hubspot.es/sales/que-es-valor-presente-neto>

Gasbarrino, S. (s.f.). *Blog Hubspot*. Obtenido de [https://blog.hubspot.es/sales/tasa-interna-](https://blog.hubspot.es/sales/tasa-interna-retorno#:~:text=La%20tasa%20interna%20de%20retorno%2C%20conocida%20ta)

[retorno#:~:text=La%20tasa%20interna%20de%20retorno%2C%20conocida%20ta](https://blog.hubspot.es/sales/tasa-interna-retorno#:~:text=La%20tasa%20interna%20de%20retorno%2C%20conocida%20ta)
[mbi%C3%A9n%20como%20TIR%2C%20es, ganancias%20esperadas%20de%20un](https://blog.hubspot.es/sales/tasa-interna-retorno#:~:text=La%20tasa%20interna%20de%20retorno%2C%20conocida%20ta)
[a%20inversi%C3%B3n.](https://blog.hubspot.es/sales/tasa-interna-retorno#:~:text=La%20tasa%20interna%20de%20retorno%2C%20conocida%20ta)

Gil, S. (1 de Marzo de 2020). *Economipedia* . Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/competencia.html>

Girosalut. (8 de Marzo de 2022). *Girosalut*. Obtenido de [https://girosalut.org/que-es-](https://girosalut.org/que-es-ecologico-cuando-algo-es-ecologico/)

[ecologico-cuando-algo-es-ecologico/](https://girosalut.org/que-es-ecologico-cuando-algo-es-ecologico/)

Golfo de Morrosquillo. (s.f.). *Golfo de Morrosquillo*. Obtenido de Golfo de Morrosquillo:

[https://elgolfodemorrosquillo.com/turismo/cordoba/lorica/descubre-el-encanto-de-](https://elgolfodemorrosquillo.com/turismo/cordoba/lorica/descubre-el-encanto-de-lorica-cordoba/)
[lorica-cordoba/](https://elgolfodemorrosquillo.com/turismo/cordoba/lorica/descubre-el-encanto-de-lorica-cordoba/)

GraciAds. (21 de Marzo de 2022). *GraciAds*. Obtenido de [https://graciads.com/significado-](https://graciads.com/significado-de-colores-en-marketing/)

[de-colores-en-marketing/](https://graciads.com/significado-de-colores-en-marketing/)

juridico, D. P. (s.f.). *DPEJ*. Obtenido de [http://dpej.rae.es/lema/transporte-](http://dpej.rae.es/lema/transporte-fluvial#:~:text=Actividad%20de%20desplazamiento%20de%20personas,o%20cual)

[fluvial#:~:text=Actividad%20de%20desplazamiento%20de%20personas,o%20cual](http://dpej.rae.es/lema/transporte-fluvial#:~:text=Actividad%20de%20desplazamiento%20de%20personas,o%20cual)
[quier%20otra%20v%C3%ADa%20similar.](http://dpej.rae.es/lema/transporte-fluvial#:~:text=Actividad%20de%20desplazamiento%20de%20personas,o%20cual)

Looka. (2023). *Looka.com*. Obtenido de <https://looka.com/editor/122260071>

Looka. (2023). *Looka.com*. Obtenido de

https://looka.com/?gclid=CjwKCAjwrpOiBhBVEiwA_473dGBW83BbqIOiKHPpVA99XVqt5ivKDymrKHGJz_MYXT6t7VyiX4QR2hoCzCgQAvD_BwE

Martínez, A. J. (s.f.). *Repositorio Usta*. Obtenido de

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/33383/2021alejandrobodoya.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ministerio de Transporte. (s.f.). *Ministerio de Transporte*. Obtenido de

<https://web.mintransporte.gov.co/jspui/handle/001/15>

Ministerio del trabajo. (15 de Diciembre de 2022). *Ministerio del trabajo*. Obtenido de

<https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2022/diciembre/-1.160.000-ser%C3%A1-el-salario-minimo-para-2023-y-auxilio-de-transporte-por-140.606>

Navarro, N. G., Navarro, N. G., Figueroa, R. C., Fraijo, N. B., & López, J. N. (s.f.). *ITSON*.

Obtenido de

https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio_financiero.pdf

Norma ISO 9000, 2. (Septiembre de 2016). *Nueva ISO 9001 "2015*. Obtenido de

<https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/#:~:text=La%20calidad%20es%20%E2%80%99Cla%20adecuaci%C3%B3n,caracter%C3%ADsticas%20que%20defina%20el%20cliente.>

North, P. (21 de Julio de 2022). *Inboundcycle*. Obtenido de Inboundcycle:

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-de-contenidos>

Parra, M. E., López, J. N., Pellat, A., & Puerta, C. (s.f.). *ITSON*. Obtenido de

<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>

Pedrosa, S. J. (1 de Marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

Peiró, R. (1 de Marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/publico-objetivo.html>

Pérez, A. (23 de Abril de 2021). *OBS Business School*. Obtenido de

<https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>

Philippe. (s.f.). *CFOremoto*. Obtenido de CFOremoto:

<https://blog.cforemoto.com/evaluacion-financiera-componentes-basicos/>

Portafolio. (15 de Febrero de 2023). *Portafolio.co*. Obtenido de Finanzas:

<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/pib-de-colombia-2022-economia-del-pais-crecio-7-5-578509>

Profibra. (s.f.). *Profibra Linea Nautica*. Obtenido de

<https://prolineanautica.com/producto/lancha-transporte-25-pies-lt/>

Quiroa, M. (1 de Noviembre de 2019). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>

Real Academia Española. (s.f.). *DLE. RAE*. Obtenido de <https://dle.rae.es/hist%C3%B3rico>

Rodrigues, N. (s.f.). *Blog Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/analisis-costo-beneficio>

Rolleat. (s.f.). Obtenido de <https://rolleat.com/es/sensibilizacion-ambiental/>

Rubio, A. N. (2 de Marzo de 2021). *RPJM Consultoría*. Obtenido de <https://www.rpjmconsultoria.com/post/macro-y-micro-localizacion>

UMAN. (s.f.). *Economia UMAN*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>

UNAM. (s.f.). *Economia UNAM*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap1.pdf>

Unimilitar, R. (s.f.). *Repositorio Unimilitar*. Obtenido de ANEXO 3. PRESUPUESTO:
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11832/ANEXO;jsessionid=AA5F1D3DBB62BB0F9C011374AF6B3DBE?sequence=4#:~:text=La%20TIO%20es%20la%20tasa,recursos%20o%20en%20otro%20proyecto.>

Universidad Autonoma de Quevedo . (s.f.). *Facultad contabilidad y administración*.
 Obtenido de <https://fca.uaq.mx/docs/ConvocatoriasLicenciatura/GuiasPropedeutico/Sesion3LNT.ConceptosGeneralesdelTurismo.pdf>

Universidad Santo Tomas. (s.f.). Obtenido de https://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/tamao_del_proyecto.html

Valdidielso, A. (s.f.). *Iagua*. Obtenido de <https://www.iagua.es/respuestas/que-es-rio>

Villavicencio, L. F. (11 de Octubre de 2021). *CETYS*. Obtenido de

<https://www.cetys.mx/noticias/proceso-de-evaluacion-financiera-de-un-proyecto-de-inversion/>

ZENE. (2009). *ZENE Empresarial*. Obtenido de

<https://zenempresarial.files.wordpress.com/2009/12/la-determinacion-del-tamano.pdf>

ANEXOS.

ANEXO 1: *ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.*

Objetivo: Determinar si en el municipio de Santa Cruz de Lorica utilizarían el servicio de recorridos, con qué frecuencia y aspectos claves para ofrecer el servicio de acuerdo con la preferencia del cliente.

FORMULARIO DE LA ENCUESTA.

Creación de empresas: RECORRIDOS HISTORICO-ECOLOGICOS EN LANCHAS POR EL MEDIO Y BAJO SINÚ.

El siguiente formulario se realiza con el objetivo de determinar si la creación de una empresa prestadora de RECORRIDOS HISTORICO-ECOLOGICOS EN LANCHAS POR EL MEDIO Y BAJO SINÚ en el municipio de Lorica es rentable.

Por tal motivo, agradecemos total sinceridad al responder las preguntas que encontrará en este cuestionario.

El servicio consistirá en un recorrido en lancha que tiene como punto de origen el malecón del municipio de Lorica hasta dos opciones de llegada; las cuales son: Montería y la desembocadura del río ubicada en Boca de Tinajones.

Durante el recorrido, un guía turístico mostrará los diferentes corregimientos, pueblos y municipios que se encuentran en la ruta, además de contar las historias que se esconden detrás de estos y la importancia del río Sinú para estos lugares. También habrá paradas en lugares estratégicos y turísticos para que los pasajeros puedan tomarse fotos y ser partícipes de los atractivos turísticos de estos lugares. La duración del recorrido será de

aproximadamente medio día, por lo que los pasajeros podrán elegir entre los horarios de la mañana o tarde.

Nombres y apellidos: _____

Dirección: _____

Edad: _____

Número de teléfono: _____

SECCIÓN 1.

1. ¿Cree usted que el río Sinú está en óptimas condiciones para realizar este tipo de recorridos

- ☐ Si
- ☐ No

1. ¿Utilizaría usted el servicio de recorridos histórico – ecológicos en lanchas por el río Sinú

- ☐ Si
- ☐ No

SECCIÓN 2.

Debido a que su respuesta es que NO UTILIZARÍA EL SERVICIO, responda a la siguiente pregunta.

1. ¿Por qué no utilizaría el servicio.

- ☐ Por miedo a no tener equipos necesarios suficientes para realizar el recorrido.

- Por miedo a sufrir algún accidente.
- Por las malas condiciones medioambientales del río.
- Por preferencia a las vías terrestres.

SECCIÓN 3.

Debido a que su respuesta fue que SI UTILIZARIA EL SERVICIO, responda a las siguientes preguntas.

1. ¿Con qué frecuencia usted haría uso del servicio?

- Mensual.
- Bimestral.
- Trimestral.
- Semestral.
- Anual.

2. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por la prestación del servicio?

- 30.000
- 40.000
- 45.000
- 50.000
- Más de 50.000

2. Preferencia de asistencia al recorrido

- Solo.
- En pareja.
- En familia.
- Con amigos.

3. ¿En qué horario le gustaría realizar el recorrido?
 - Por la mañana.
 - Por la tarde.
4. De los dos destinos de llegada, ¿cuál es de su preferencia?
 - Montería
 - Desembocadura del río, Boca tinajones.
5. ¿Cuál sería su mayor miedo o preocupación durante el recorrido?
 - Caer al agua y/o ahogarse.
 - Daños en la lancha.
 - Malas condiciones climáticas y del río.
 - Falta de seguridad en el recorrido.
6. ¿A qué factores le daría mayor relevancia al momento de escoger una empresa que le ofrezca este tipo de servicios?
 - A la seguridad que ofrezcan en el recorrido.
 - Al precio que ofrezcan el servicio.
 - A la utilización de equipos de última tecnología.
7. ¿Conoce usted alguna empresa que ofrezca este servicio en el Municipio de Lorica?
 - Si.
 - No.
8. En caso de que su respuesta fue SI ¿Cuál?

ANÁLISIS DE RESULTADOS.

La encuesta realizada en el municipio de Lorica tanto en su zona rural como urbana a 383 personas obtuvo los siguientes resultados:

SECCIÓN 1.

Pregunta 1

Tabla 52: *¿Cree usted que el río Sinú está en óptimas condiciones para realizar este tipo de recorridos?*

1. ¿Cree usted que el río Sinú está en óptimas condiciones para realizar este tipo de recorridos?		
Respuesta	Número de personas	%
Si	257	67%
No	126	33%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5: ¿Cree usted que el río Sinú se encuentra en óptimas condiciones para realizar este tipo de recorridos?



Fuente: Elaboración propia.

Al investigar con las personas del municipio si el río Sinú está en óptimas condiciones para realizar los tours, se logró determinar que 67% afirma que el río si cuenta con las condiciones ya que el nivel es el adecuado, mientras que un 33% restante afirma que no cumple con las condiciones porque su nivel está muy alto, porque contiene mucha basura y sus orillas están delicadas.

Pregunta 2.

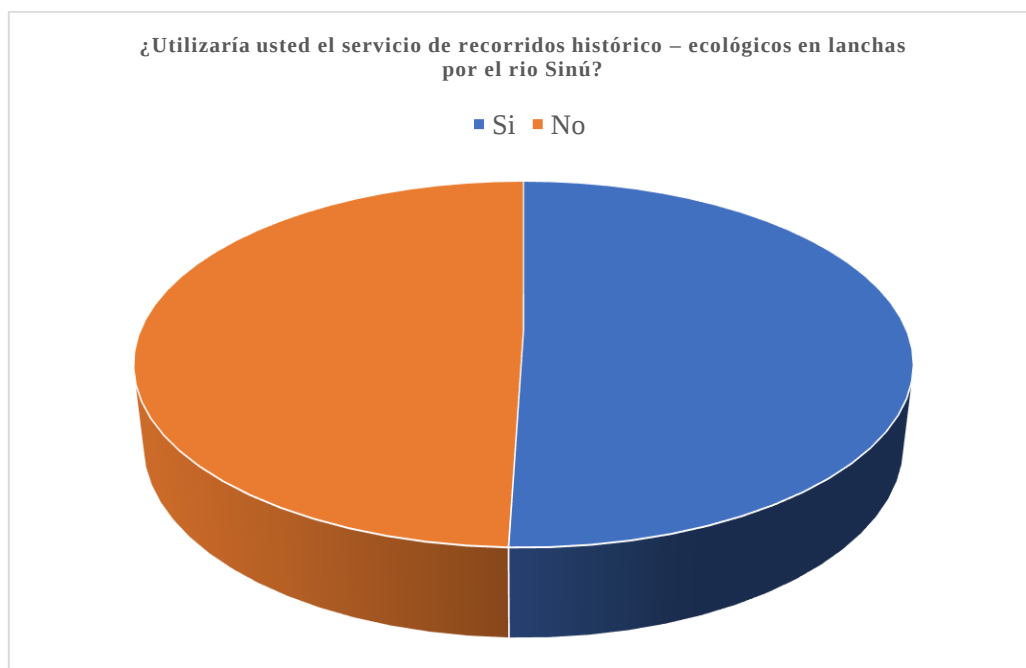
Tabla 53: ¿Utilizaría usted el servicio de recorridos histórico – ecológicos en lanchas por el río Sinú

-
2. ¿Utilizaría usted el servicio de recorridos histórico
– ecológicos en lanchas por el río Sinú
-

Respuesta	Número de personas	%
Si	192	50,13%
No	191	49,87%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 54: *¿Utilizaría usted el servicio de recorridos histórico – ecológicos en lanchas por el río Sinú*



Fuente: Elaboración propia.

Al indagar sobre la utilización del servicio por parte de los habitantes del municipio se logró determinar que un poco más del 50% afirma que utilizaría el servicio ya que es una nueva actividad en el municipio y al mismo tiempo sería una buena actividad para distraerse y relajarse, mientras que el 49% restante afirma que no utilizaría el servicio.

SECCIÓN 2.

Debido a que su respuesta es que NO UTILIZARÍA EL SERVICIO, responda a la siguiente pregunta.

Pregunta 1.

Tabla 55: *¿Por qué no utilizaría el servicio?*

¿Por qué no utilizaría el servicio?		
Respuesta	Número de personas	%
Por miedo a no tener equipos necesarios suficientes para realizar el recorrido.	31	16,23%
Por miedo a sufrir algún accidente.	88	46,07%
Por las malas condiciones medioambientales del río.	39	20,42%
Por preferencia a las vías terrestres.	33	17,28%
Total	191	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6: ¿Por qué no utilizaría el servicio?



Fuente: Elaboración propia.

Al consultar a los residentes del municipio que habían declarado no utilizar el servicio, se descubrió que el 46% tenía temor a sufrir un accidente durante el trayecto, el 20,42% no lo usaría debido a las deficientes condiciones ambientales del río, el 17,28% prefería las vías terrestres y el 16,23% temía no disponer de los equipos necesarios para realizar el recorrido.

SECCIÓN 3.

Debido a que su respuesta fue que SI UTILIZARÍA EL SERVICIO, responda a las siguientes preguntas.

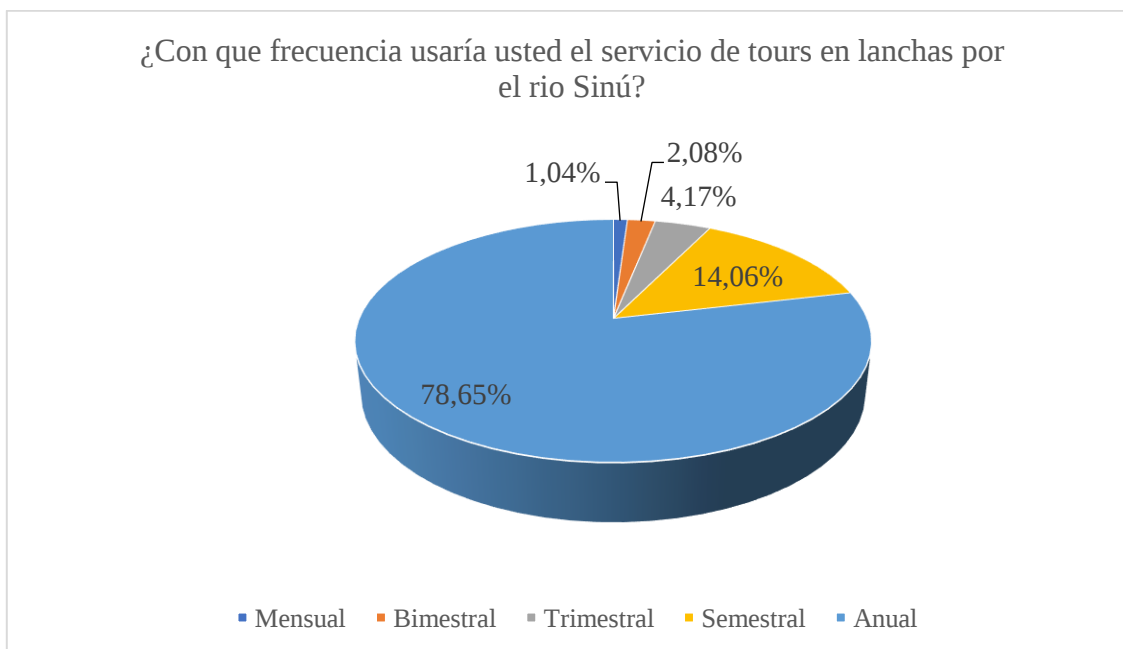
Pregunta 1.

Tabla 56: *¿Con que frecuencia usaría usted el servicio de tours en lanchas por el río Sinú?*

1. ¿Con que frecuencia usaría usted el servicio de tours en lanchas por el río Sinú?		
Respuesta	Número de personas	%
Mensual	2	1,04%
Bimestral	4	2,08%
Trimestral	8	4,17%
Semestral	27	14,06%
Anual	151	78,65%
Total	192	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 7: *¿Con que frecuencia usaría usted el servicio de tours en lanchas por el rio Sinú?*



Fuente: Elaboración propia.

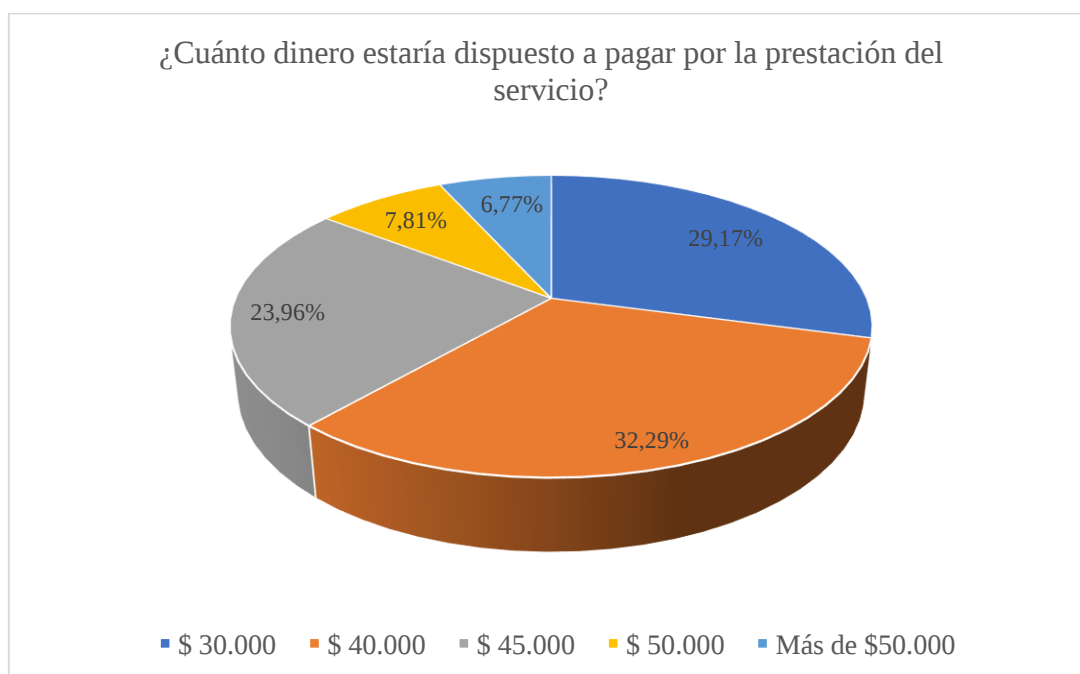
En cuanto a la frecuencia de uso del servicio en el municipio de Lorica, se observa que la mayoría de los encuestados (78,65%) lo utilizaría anualmente ya que algunos encuestados lo consideran una actividad turística y solo lo harían una vez al año. La siguiente frecuencia más común es la semestral (14,06%). La frecuencia trimestral representa el 4,17% de las respuestas, mientras que el 1,04% afirmó que lo utilizaría mensualmente como una actividad para fines de mes. Por último, el 2,08% de los encuestados optaría por una frecuencia bimestral.

Pregunta 2.

Tabla 57: *¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por la prestación del servicio?*

2. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por la prestación del servicio?		
Respuesta	Número de personas	%
\$30.000	56	29,17%
\$40.000	62	32,29%
\$45.000	46	23,96%
\$50.000	15	7,81%
Más de \$50.000	13	6,77%
Total	192	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 8: *¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por la prestación del servicio?*

Fuente: Elaboración propia.

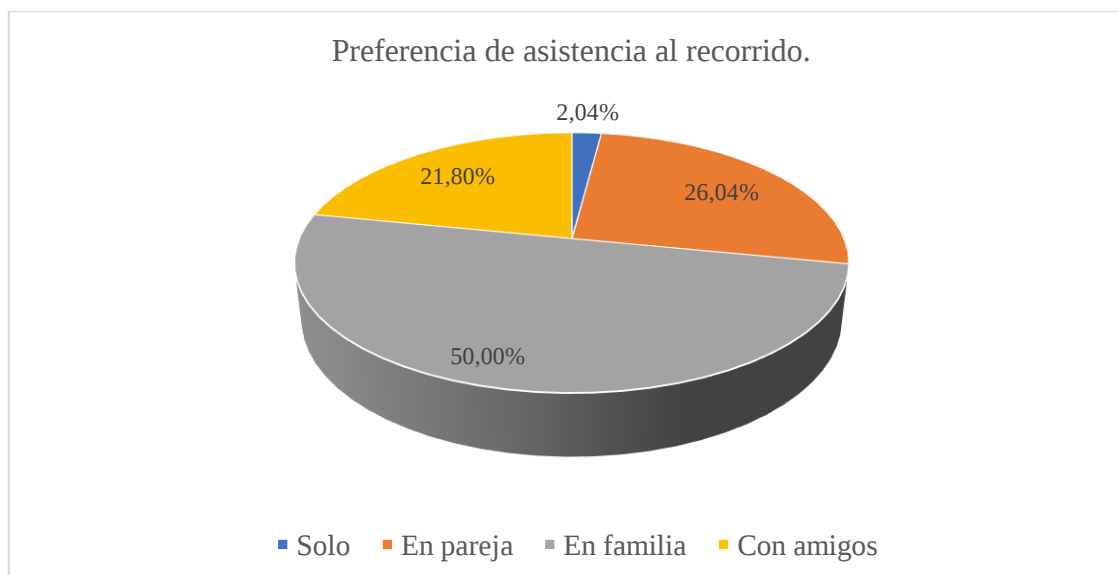
Al investigar sobre el precio que las personas del municipio de Lorica estarían dispuestas a pagar por el recorrido por el río Sinú, se encontró que el 32,3% de los encuestados pagarían 40.000 pesos. El 29,2% estaría dispuesto a pagar 30.000 pesos, seguido por el 23,96% que pagaría 45.000 pesos. El 7,8% pagaría 50.000 pesos y, por último, el 6,77% estaría dispuesto a pagar más de 50.000 pesos.

Pregunta 3.

Tabla 58: *Preferencia de asistencia al recorrido.*

3. Preferencia de asistencia al recorrido		
Respuesta	Número de personas	%
Solo	4	2,04%
En pareja	50	26,04%
En familia	96	50%
Con amigos	42	21,8%
Total	192	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 9: *Preferencia de asistencia al recorrido.*

Fuente: Elaboración propia.

Al preguntar a las personas del municipio de Lorica como preferirían ir al tour se pudo observar que la mayoría de las personas encuestadas prefiere ir ya sea en familia, con amigos o en pareja ya que estas opciones ocupan los porcentajes más altos, cabe resaltar que existe un porcentaje de personas que prefieren utilizarlo solo pero es el más bajo. El porcentaje más alto corresponde a la preferencia de asistir en familia, con un 50%. Le sigue la opción de asistir en pareja, con un 26,04%. En tercer lugar, se encuentra la preferencia de asistir con amigos, con un 21,8%. Finalmente, solo un 2,04% de los encuestados prefieren asistir solos.

Pregunta 4.

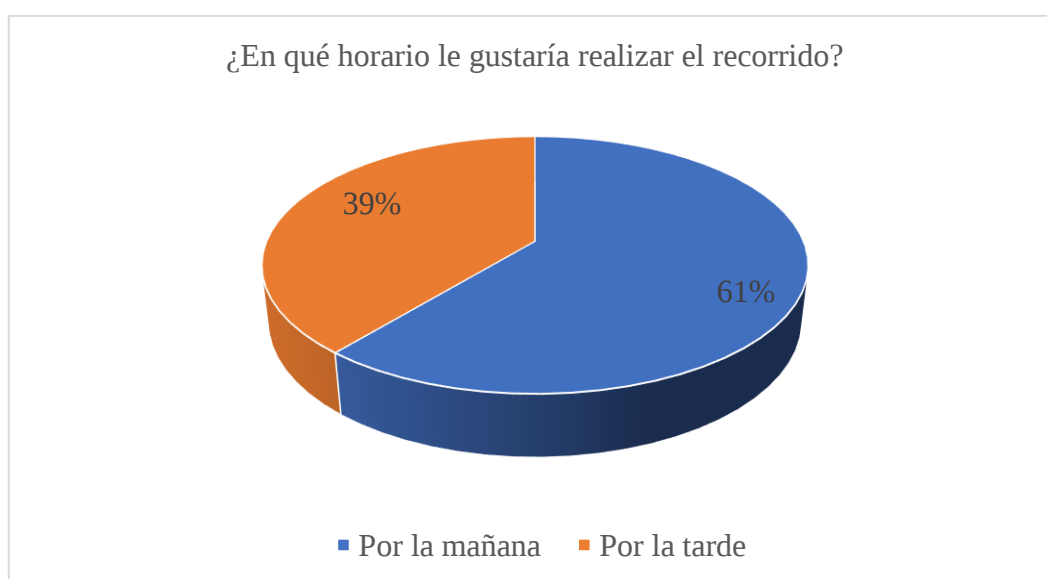
Tabla 59: *¿En qué horario le gustaría realizar el recorrido?*

4. ¿En qué horario le gustaría realizar el recorrido?

Respuesta	Número de personas	%
Por la mañana	117	60,94%
Por la tarde	75	39,06%
Total		100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 10: *¿En qué horario le gustaría realizar el recorrido?*

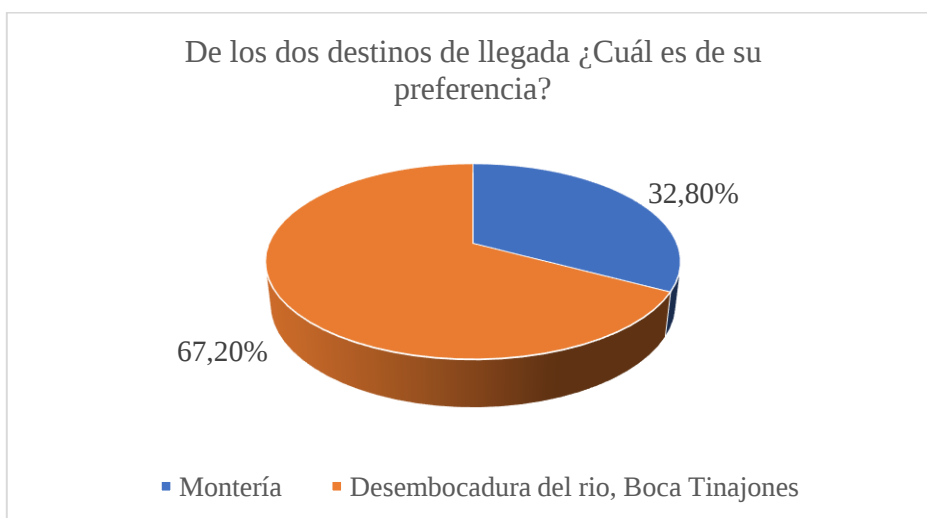


Fuente: Elaboración propia.

Al consultar sobre la preferencia horaria para la utilización de servicio de las personas de Lorica, ya sea en la mañana o en la tarde, se encontró que ambos horarios son aceptables, aunque la preferencia es ligeramente mayor por la mañana. El 61% de los encuestados afirmaron que prefieren el horario de la mañana, mientras que el 39% indicó que prefiere el horario de la tarde.

Pregunta 5.**Tabla 60:** *De los dos destinos de llegada ¿Cuál es de su preferencia?*

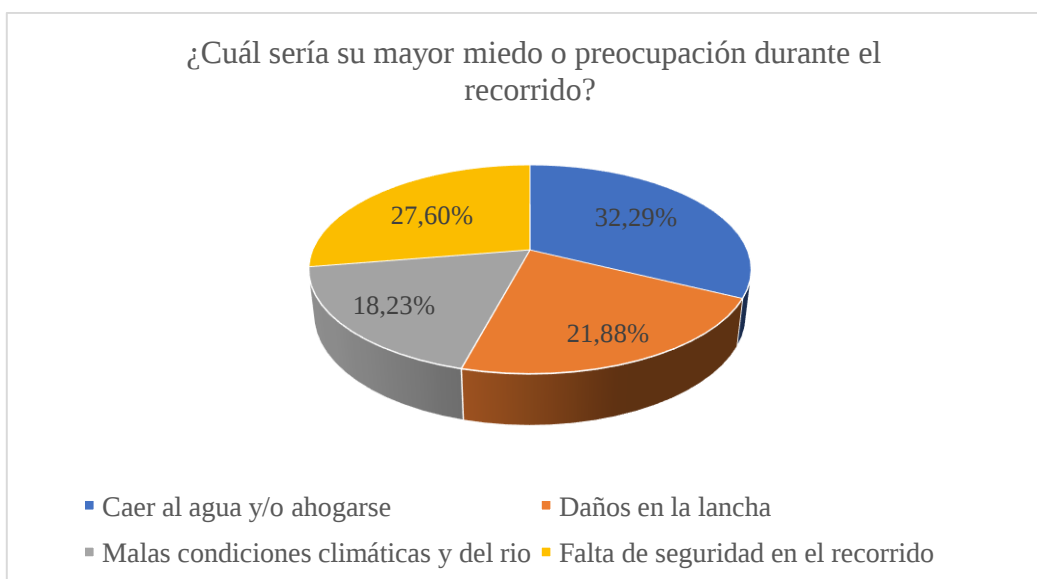
5. De los dos destinos de llegada ¿Cuál es de su preferencia?		
Respuesta	Número de persona	%
Montería	63	32,8%
Desembocadura del rio, Boca Tinajones	129	67,2%
Total	192	100%

Fuente: Elaboración propia.**Gráfico 11:** *De los dos destinos de llegada ¿Cuál es de su preferencia?***Fuente:** Elaboración propia.

Al preguntar por el punto de destino preferido de las personas en el municipio de Lorica, se determinó que el 67% de los encuestados prefieren la desembocadura del río como destino final, mientras que un poco más del 32% prefiere Montería.

Pregunta 6.**Tabla 61:** *Cuál sería su mayor miedo o preocupación durante el recorrido?*

6. ¿Cuál sería su mayor miedo o preocupación durante el recorrido?		
Respuestas	Número de personas	%
Caer al agua y/o ahogarse	62	32,29%
Daños en la lancha	42	21,88%
Malas condiciones climáticas y del río	35	18,23%
Falta de seguridad en el recorrido	53	27,60%
Total	192	100%

Fuente: Elaboración propia.**Gráfico 12:** *¿Cuál sería su mayor miedo o preocupación durante el recorrido?*

Fuente: Elaboración propia.

Al preguntar sobre los miedos de las personas del municipio de Lórica durante el recorrido en el río, se estableció que su mayor temor es caer al agua y/o ahogarse, ya que el 32% de los encuestados eligió esta opción. No obstante, un porcentaje significativo indicó que su mayor preocupación sería la falta de seguridad durante el recorrido, con un 27%. En tercer lugar, se encuentra el temor a que se presenten daños en las lanchas, con un 22%. Por último, algunos encuestados manifestaron preocupación por las malas condiciones climáticas y del río con un 18%.

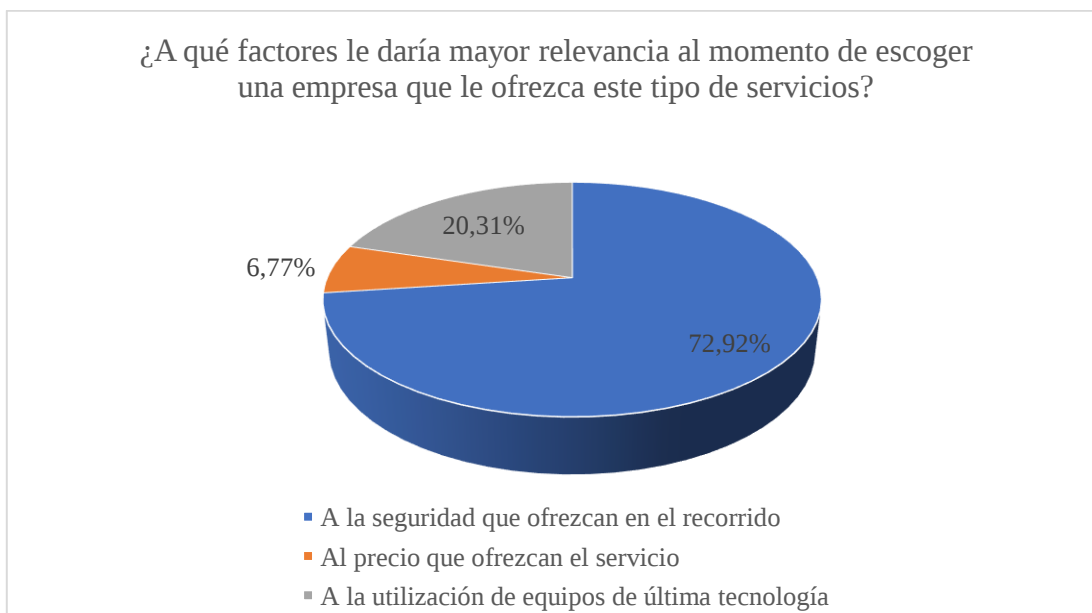
Pregunta 7.

Tabla 62: *¿A qué factores le daría mayor relevancia al momento de escoger una empresa que le ofrezca este tipo de servicios?*

7. ¿A qué factores le daría mayor relevancia al momento de escoger una empresa que le ofrezca este tipo de servicios?		
Respuesta	Número de persona	%
A la seguridad que ofrezcan en el recorrido	140	72,92%
Al precio que ofrezcan el servicio	13	6,77%
A la utilización de equipos de última tecnología	39	20,31%
Total	192	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 13: *¿A qué factores le daría mayor relevancia al momento de escoger una empresa que le ofrezca este tipo de servicios?*



Fuente: Elaboración propia.

Al consultar a los habitantes del municipio de Lorica sobre los factores que considerarían más importantes a la hora de elegir una empresa que ofrezca servicios de recorrido en el río, la mayoría expresó que la seguridad ofrecida en el recorrido es la principal preocupación, con un 73% de los encuestados. Un 20% afirmó que la utilización de equipos de última tecnología es el factor más relevante, y un 6,7% consideró el precio del servicio como el aspecto más importante.

Pregunta 8.

8. ¿Conoce usted alguna empresa que ofrezca este servicio en el Municipio de Lorica?

Respuesta	Número de personas	%
Si	2	1,04%
No	288	99,96%
Total	192	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 14: *¿Conoce usted alguna empresa que ofrezca este servicio en el Municipio de Lorica?*



Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 9.

En caso de que su respuesta fue SI ¿Cuál?

- Goutour.
- Goutour.

**ANEXO 2: CÁLCULO DEL ÍNDICE DE CRECIMIENTO POBLACIONAL SEGÚN
LAS PROYECCIONES DEL DANE.**

Tabla 63: *Cálculo del índice de crecimiento promedio para los próximos 5 años de acuerdo con las proyecciones del DANE.*

Cálculo del índice de crecimiento promedio para los próximos 5 años de acuerdo con las proyecciones del DANE		
AÑO	Población proyectada	índice de crecimiento poblacional
2023	117.557	
2024	118.451	0,76%
2025	119.228	0,66%
2026	119.956	0,61%
2027	120.505	0,46%
2028	121.119	0,51%
ÍNDICE DE CRECIMIENTO POBLACIONAL PROMEDIO		0,60%

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 3: REGLAMENTO INTERNO DEL TRABAJO.

El reglamento interno de la empresa ECOHISTOUR S.A.S. está dentro de las regulaciones que establece el Código Sustantivo del Trabajo.

REGLAMENTO INTERNO DEL TRABAJO.

CAPÍTULO I

Artículo 1. El presente reglamento interno de trabajo prescrito por ECOHISTOUR S.A.S. empresa prestadora de recorridos histórico – ecológicos por el medio y bajo Sinú, con domicilio en el municipio de Santa Cruz de Lorica – Córdoba, sus disposiciones quedan sometidas tanto a la empresa como a todos sus trabajadores.

Este reglamento hace parte del contrato individual de trabajo de cada uno de los trabajadores de la empresa, salvo estipulación en contrario, que, sin embargo, sólo puede ser favorable al trabajador (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 107)

CAPÍTULO II

CONDICIONES DE ADMISIÓN.

Artículo 2. Quien aspire a desempeñar un cargo en la empresa ECOHISTOUR S.A.S. debe presentar su hoja de vida ya sea de forma virtual o presencial de acuerdo con la convocatoria para su registro como aspirante, asimismo esta debe estar acompañada de los siguientes documentos:

- a)** Cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad según sea el caso.

- b)** Autorización escrita del Ministerio de Trabajo o en su defecto de la primera autoridad local, a solicitud de los padres y, a falta de estos, el defensor de familia, cuando el aspirante sea menor de dieciocho (18) años.
- c)** Certificado emitido por el último empleador que refleje el periodo de servicio, la descripción de las tareas desempeñadas y el salario recibido durante dicho empleo.
- d)** Certificado de personas honorables sobre su conducta y capacidad y en su caso del plantel de educación donde hubiese estudiado.
- e)** Certificados específicos para los cargos como en el caso de los pilotos la licencia requerida.

PARÁGRAFO – La empresa podrá establecer en el reglamento, además de los documentos mencionados, todos aquellos que considere necesario para admitir o no admitir al aspirante, sin embargo tales exigencias no pueden incluir documentos, certificaciones o datos prohibidos expresamente por las normas jurídicas, para tal efecto, está prohibido exigir información sobre el estado civil, número de hijos, religión o afiliación política de una persona en los formularios de solicitud de empleo, según lo establecido en la Ley 13 de 1972, artículo 1°. Además, la prueba de embarazo solo puede ser requerida en casos de actividades de alto riesgo, de acuerdo con el Artículo 43 de la Constitución Política y los Artículos 1° y 2° del Convenio N.º 111 de la OIT, así como la Resolución 3941 de 1994 del Ministerio de Trabajo. El examen de VIH/SIDA tampoco puede ser exigido según lo estipulado en el Decreto Reglamentario 559 de 1991, artículo 22. Por último, la libreta militar no puede ser requerida, de acuerdo con la Circular 0039 de 2021.

CAPÍTULO III.

PERÍODO DE PRUEBA.

Artículo 3. La empresa una vez admitido el aspirante podrá estipular con él un periodo inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de la empresa las aptitudes del trabajador y por parte de este, las conveniencias de condiciones de trabajo (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 76).

Artículo 4. El período de prueba debe ser estipulado por escrito, y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 77, numeral 1°).

Artículo 5. El período de prueba no podrá exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo cuya duración sea inferior a un (1) año el período de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

Cuando entre un mismo empleador y trabajador se celebren contratos de trabajo sucesivos, no es válida la estipulación del período de prueba, salvo para el primer contrato (Ley 50 de 1990, artículo 7° que modifica al artículo 78 del Código Sustantivo del Trabajo).

Artículo 6. El período de prueba puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento, sin previo aviso. Los trabajadores en período de prueba gozarán de todas las prestaciones (Decreto 617 de 1954, artículo 3° que modifica al artículo 80 del Código Sustantivo del Trabajo).

CAPÍTULO IV.

TRABAJADORES ACCIDENTALES O TRANSITORIOS.

Artículo 7. Son meros trabajadores accidentales o transitorios, los que se ocupen en labores de corta duración no mayor de un mes y de índole distinta a las actividades normales de la empresa. Estos trabajadores tienen derecho, además del salario, al descanso remunerado en dominicales y festivos (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 6).

CAPÍTULO V.

HORARIO E TRABAJO.

Artículo 8. Las horas de entrada y salida de los trabajadores son las que a continuación se expresan:

Personal de planta (Gerente y jefe de marketing)

Lunes a sábado.

Mañana:

8:00 am. a 12:00 pm.

Hora de almuerzo:

12:00 pm a 2:00 pm

Tarde:

2:00 pm a 6:00 pm

Personal administrativo (Auxiliar administrativo)

Martes a domingo.

Mañana:

8:00 am. a 12:00 pm.

Hora de almuerzo:

12:00 pm a 2:00 pm

Tarde:

2:00 pm a 6:00 pm

Personal operario (Pilotos de lancha)

Jueves a Domingo.

8:00 am. a 12:00 pm.

Hora de almuerzo:

12:00 pm a 2:00 pm

Tarde:

2:00 pm a 6:00 pm

PARÁGRAFO: Para las empresas que laboran el domingo. Por cada domingo o festivo trabajado se reconocerá un día compensatorio remunerado a la semana siguiente:

PARÁGRAFO. 1º- Cuando la empresa tenga más de cincuenta (50) trabajadores que laboren cuarenta y ocho (48) horas a la semana, estos tendrán derecho a que dos (2) horas de dicha jornada, por cuenta del empleador, se dediquen exclusivamente a actividades recreativas, culturales, deportivas o de capacitación (Ley 50 de 1990, artículo 21).

PARÁGRAFO 2º - (Ley 789 de 2001, artículo 51) Modifíquese el inciso primero del literal c) artículo 161 del Código Sustantivo del Trabajo, subrogado por el artículo 20 de la Ley 50 de 1990 y adiciónese un nuevo literal d).

c) El empleador y el trabajador pueden acordar temporal o indefinidamente la organización de turnos de trabajo sucesivos, que permitan operar a la empresa o secciones de la misma sin solución de continuidad durante todos los días de la semana, siempre y cuando el respectivo turno no exceda de seis (6) horas al día y treinta y seis (36) a la semana;

d) El empleador y el trabajador podrán acordar que la jornada semanal de cuarenta y ocho (48) horas se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo seis días a la semana con un día de descanso obligatorio, que podrá coincidir con el domingo. En este, el número de horas de trabajo diario podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana y podrá ser de mínimo cuatro (4) horas continuas y hasta diez (10) horas diarias sin lugar a ningún recargo por trabajo suplementario, cuando el número de horas de trabajo no exceda el promedio de cuarenta y ocho (48) horas semanales dentro de la jornada ordinaria de 6 a.m. a 10 p.m.

CAPÍTULO VI.

LAS HORAS EXTRAS Y TRABAJO NOCTURNO.

Artículo 9. Trabajo ordinario y nocturno: (Ley 789 de 2002, artículo 25º que modifica al artículo 80 del Código Sustantivo del Trabajo). Quedará así:

1. Trabajo ordinario es el que se realiza entre las seis horas (6:00 a.m.) y las veintidós horas (10:00 p.m.).

2. Trabajo nocturno es el comprendido entre las veintidós horas (10:00 p.m.) y las seis horas (6:00 a.m.).

Artículo 10. Trabajo suplementario o de horas extras es el que excede de la jornada ordinaria, y en todo caso el que excede de la máxima legal (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 159).

Artículo 11. Las actividades no contempladas en el artículo 162 del código sustantivo del trabajo sólo pueden exceder los límites de trabajo suplementario o de horas extras señalados en el artículo anterior, mediante autorización expresa del Ministerio del Trabajo y de conformidad con los convenios internacionales del trabajo ratificados. En las autorizaciones que se concedan se determinará el número máximo de horas extraordinarias que pueden ser trabajadas, las que no podrán pasar de doce (12) semanales, y se exigirá al patrono llevar diariamente un registro del trabajo suplementario de cada trabajador, en el que se especifique: nombre de éste, edad, sexo, actividad desarrollada, número de horas laboradas indicando si son diurnas o nocturnas, y la liquidación de la sobre remuneración correspondiente.

El patrono está obligado a entregar al trabajador una relación de las horas extras laboradas, con las mismas especificaciones anotadas en el libro de registro" (Decreto 13 de 1967, artículo 1°)

Artículo 12. Tasas y liquidación de recargos.

1. El trabajo nocturno por el solo hecho de ser nocturno se remunera con un recargo del treinta y cinco por ciento (35%) sobre el valor del trabajo diurno, con excepción del caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales previstas en el artículo 20 literal c) de esta ley.

2. El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

3. El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

4. Cada uno de los recargos antedichos se produce de manera exclusiva, es decir, sin acumularlo con algún otro. (Ley 50 de 1990, artículo 24 que modifica el artículo 168 del código sustantivo del trabajo)

PARÁGRAFO. – La empresa podrá implantar turnos especiales de trabajo nocturno, de acuerdo con lo previsto en el Decreto 2352 de 1965.

Artículo 13. La empresa no reconocerá trabajo suplementario o de horas extras sino cuando expresamente lo autorice a sus trabajadores de acuerdo con lo establecido para tal efecto en el artículo 11 de este reglamento.

PARÁGRAFO 1° - En ningún caso las horas extras de trabajo diurnas o nocturnas podrán exceder de dos (2) horas diarias u doce (12) semanales. Cuando la jornada de trabajo se amplíe por acuerdos entre empleadores y trabajadores a diez (10) horas diarias, no se podrá en el mismo día laborar horas extras. (Ley 50 de 1990, artículo 23 que adiciona artículo 167-B del código sustantivo del trabajo).

PARÁGRAFO 2º—Descanso en día sábado. Pueden repartirse las cuarenta y ocho (48) horas semanales de trabajo ampliando la jornada ordinaria hasta por dos horas, por acuerdo entre las partes, pero con el fin exclusivo de permitir a los trabajadores el descanso durante todo el sábado. Esta ampliación no constituye trabajo suplementario o de horas extras

CAPÍTULO VII.

DÍAS DE DESCANSO LEGALMENTE OBLIGATORIOS.

Artículo 14: Serán días de descanso los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en la legislación laboral de Colombia.

Los trabajadores, tiene derecho al dominical remunerado. Este descanso tiene duración mínima de veinticuatro (24) horas. (Ley 50 de 1990, artículo 25 que modifica al artículo 172 del código sustantivo del trabajo).

Según la Ley 51 de 1983, artículo 1 que modifica al artículo 171 inciso 1 del código sustantivo del trabajo:

1º. Los trabajadores, tienen derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso: Primero de enero, seis de enero, diecinueve de marzo, primero de mayo, veintinueve de junio, veinte de julio, siete de agosto, quince de agosto, doce de octubre, primero de noviembre, once de noviembre, ocho de diciembre y veinticinco de diciembre, además de los días jueves y viernes santos, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús.

2º. Pero el descanso remunerado del seis de enero, diecinueve de marzo, veintinueve de junio, quince de agosto, doce de octubre, primero de noviembre, Ascensión

del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús cuando no caigan en día lunes se trasladarán al lunes siguiente a dicho día. Cuando las mencionadas festividades caigan en domingo, el descanso remunerado, igualmente se trasladará al lunes.

3°. Las prestaciones y derechos que para el trabajador origina el trabajo de los días festivos, se reconocerán con relación al día de descanso remunerado establecido en el inciso anterior.

PARÁGRAFO 1°. Cuando la jornada de trabajo convenida por las partes, en días u horas, no implique la prestación de servicios en todos los días laborales de la semana, el trabajador tendrá derecho a la remuneración del descanso dominical en proporción al tiempo laborado. (Ley 50 de 1990, artículo 26 inciso 5 que modifica al artículo 173 del código sustantivo del trabajo).

PARÁGRAFO 2°. Los trabajadores de empresas agrícolas, forestales y ganaderas que ejecuten actividades no susceptibles de interrupción, deben trabajar los domingos y días de fiesta, remunerándose su trabajo en la forma prevista en el artículo 179 y con derecho al descanso compensatorio (Ley 50 de 1990, artículo 28).

PARÁGRAFO 3°. Trabajo dominical y festivo Ley 789/2002, artículo 26 que modifíco artículo 179 del código sustantivo del trabajo.

1. El trabajo en domingo y festivos se remunerará con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el salario ordinario en proporción a las horas laboradas.

2. Si con el domingo coincide otro día de descanso remunerado solo tendrá derecho el trabajador, si trabaja, al recargo establecido en el numeral anterior.

3. Se exceptúa el caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales previstas en el artículo 20 literal c) de la Ley 50 de 1990.

PARÁGRAFO 3.1°. El trabajador podrá convenir con el empleador su día de descanso obligatorio el día sábado o domingo, que será reconocido en todos sus aspectos como descanso dominical obligatorio institucionalizado. Interpretese la expresión dominical contenida en el régimen laboral en este sentido exclusivamente para el efecto del descanso obligatorio.

Las disposiciones contenidas en los artículos 25 y 26 se aplazarán en su aplicación frente a los contratos celebrados antes de la vigencia de la presente ley hasta el 1° de abril del año 2003.

PARÁGRAFO 3.2°. Se entiende que el trabajo dominical es ocasional cuando el trabajador labora hasta dos domingos durante el mes calendario. Se entiende que el trabajo dominical es habitual cuando el trabajador labore tres o más domingos durante el mes calendario.

PARÁGRAFO 3.3°. Aviso sobre trabajo dominical. Cuando se trate de trabajos habituales o permanentes en domingo, el empleador debe fijar un lugar público del establecimiento, con anticipación de doce (12) horas por lo menos, la relación del personal de trabajadores que por razones del servicio no puede disponer del descanso dominical. En esta relación se incluirán también el día y las horas de descanso compensatorio (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 185).

Artículo 15. El descanso en los días domingos y los demás días expresados en el artículo 21 de este reglamento, tiene una duración mínima de 24 horas, salvo la excepción

consagrada en el literal c) del artículo 20 de la Ley 50 de 1990 (Ley 50 de 1990, artículo 25).

Artículo 16. Suspensión del trabajo en otros días de fiesta. Cuando por motivos de cualquier fiesta no determinada en el artículo anterior el empleador suspendiere el trabajo, está obligado a pagar el salario de ese día, como si se hubiere realizado. No está obligado a pagarlo cuando hubiere mediado convenio expreso para la suspensión del trabajo o su compensación en otro día hábil, o cuando la suspensión o compensación estuviere prevista en reglamento, pacto, convención colectiva o fallo arbitral. Este trabajo compensatorio se remunera sin que se entienda como trabajo suplementario o de horas extras (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 178).

CAPÍTULO VIII.

VACACIONES ANUALES REMUNERADAS.

Artículo 17. Duración: Los trabajadores que hubieren prestados sus servicios durante un año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 186 numeral 1°).

Artículo 18. Época de vacaciones:

1. La época de vacaciones debe ser señalada por la empresa a más tardar dentro del año subsiguiente, y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso.

2. El empleador tiene que dar a conocer con quince (15) días de anticipación, la fecha en que le concederá las vacaciones. (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 187 numeral 1° y 2°).

Artículo 19. Interrupción. Si se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 188).

Artículo 20. Compensación en dinero de las vacaciones.

1. (Numeral modificado por el artículo 20 de la ley 1429 de 2010) Empleador y trabajador, podrán acordar por escrito, previa solicitud del trabajador, que se pague en dinero hasta la mitad de las vacaciones.

2. (Numeral derogado por el artículo 2 de la ley 995 de 2005) Artículo 1. del reconocimiento de vacaciones en caso de retiro del servicio o terminación del contrato de trabajo. Los empleados públicos, trabajadores oficiales y trabajadores del sector privado que cesen en sus funciones o hayan terminado sus contratos de trabajo, sin que hubieren causado las vacaciones por año cumplido, tendrán derecho a que estas se les reconozcan y compensen en dinero proporcionalmente por el tiempo efectivamente trabajado' (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 189).

Artículo 21. Acumulación.

1. En todo caso, el trabajador gozará anualmente, por lo menos de seis (6) días hábiles continuos de vacaciones, los que no son acumulables.

2. Las partes pueden convenir en acumular los días restantes de vacaciones hasta por dos años.

3. La acumulación puede ser hasta por cuatro (4) años, cuando se trate de trabajadores técnicos, especializados, de confianza, de manejo o de extranjeros que presten sus servicios en lugares distintos a los de la residencia de sus familiares.

4. Si el trabajador goza únicamente de seis (6) días de vacaciones en un año, se presume que acumula los días restantes de vacaciones a las posteriores, en términos del presente artículo (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 190).

Artículo 22. Remuneración.

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

2. Cuando el salario sea variable las vacaciones se liquidarán con el promedio de lo devengado por el trabajador en el año inmediatamente anterior a la fecha en que se concedan (Decreto 617 de 1954, artículo 8° que modifica al artículo 192 Código Sustantivo del Trabajo)

Artículo 23. Todo empleador debe llevar un registro especial de vacaciones en que el anotará la fecha en que ha ingresado al establecimiento cada trabajador, la fecha en que toma sus vacaciones anuales y en que las termina y la remuneración recibida por las mismas (Numeral adicionado por el artículo 5° del Decreto 13 de 1967 al Código Sustantivo del Trabajo, artículo 187).

PARÁGRAFO: En los contratos a término fijo inferior a un año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones y prima de servicios en proporción al tiempo laborado cualquiera que éste sea (Ley 50 de 1990, artículo 3° parágrafo)

CAPÍTULO IX.

PERMISOS.

Artículo 24. La empresa concederá a los trabajadores las licencias necesarias para el ejercicio del sufragio; para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación; en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada; para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización o para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avise con la debida oportunidad a la empresa y que, en los dos (2) últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal que perjudique el funcionamiento de la empresa. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

- En caso de grave calamidad doméstica, la oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior al hecho que lo constituye o al tiempo de ocurrir este, según lo permitan las circunstancias.

- En caso de entierro de compañeros de trabajo, el aviso puede ser hasta con un día de anticipación y el permiso se concederá hasta el 10% de los trabajadores.

- En los demás casos (sufragio, desempeño de cargos transitorios de forzosa aceptación y concurrencia al servicio médico correspondiente) el aviso se hará con la anticipación que las circunstancias lo permitan. Salvo convención en contrario y a excepción del caso de concurrencia al servicio médico correspondiente, el tiempo empleado en estos permisos puede descontarse al trabajador o compensarse con tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas a su jornada ordinaria, a opción de la empresa (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 57, numeral 6°).

CAPÍTULO X.

SALARIO MÍNIMO, CONVENCIONAL, LUGAR, DÍAS, HORAS DE PAGO Y PERIODOS QUE LO REGULAN.

Artículo 25. Formas y libertad de estipulación.

1. El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo y por tarea, etc., pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales.

2. No obstante lo dispuesto en los artículos 13, 14, 16, 21 y 340 del Código Sustantivo del Trabajo y las normas concordantes con éstas, cuando el trabajador devengue un salario ordinario superior a diez (10) salarios mínimos legales mensuales, valdrá la estipulación escrita de un salario que además de retribuir el trabajo ordinario, compense de antemano el valor de prestaciones, recargos y beneficios tales como el correspondiente al trabajo nocturno, extraordinario o al dominical y festivo, el de primas legales, extralegales, las cesantías y sus intereses, subsidios y suministros en especie; y, en general, las que se incluyan en dicha estipulación, excepto las vacaciones.

En ningún caso el salario integral podrá ser inferior al monto de diez (10) salarios mínimos legales mensuales, más el factor prestacional correspondiente a la empresa que no podrá ser inferior al treinta por ciento (30%) de dicha cuantía. El monto del factor prestacional quedará exento del pago de retención en la fuente y de impuestos.

3. Este salario no estará exento de las cotizaciones a la seguridad social, ni de los aportes al SENA, ICBF y cajas de compensación familiar, pero en el caso de estas tres últimas entidades, los aportes se disminuirán en un treinta por ciento (30%).

4. El trabajador que desee acogerse a esta estipulación, recibirá la liquidación definitiva de su auxilio de cesantía y demás prestaciones sociales causadas hasta esa fecha, sin que por ello se entienda terminado su contrato de trabajo (Ley 50 de 1990, artículo 18 que modifica al artículo 132 del Código Sustantivo del Trabajo).

Artículo 26. Jornal y sueldo. Se denomina jornal el salario estipulado por días, y sueldo el estipulado por períodos mayores (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 133).

Artículo 27. Periodos de pago.

1. El salario en dinero debe pagarse por períodos iguales y vencidos, en moneda legal. El período de pago para los jornales no puede ser mayor de una semana, y para sueldos no mayor de un mes.

2. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el del recargo por trabajo nocturno debe efectuarse junto con el salario ordinario del período en que se han causado, o a más tardar con el salario del período siguiente (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 134).

Artículo 28. Lugar y tiempo de pago.

1. Salvo convenio por escrito, el pago debe efectuarse en el lugar donde el trabajador presta sus servicios, durante el trabajo o inmediatamente después de que este cese.

2. Queda prohibido y se tiene por no hecho, el pago que se haga en centros de vicios o en lugares de recreo, en expendios de mercancías o de bebidas alcohólicas, a no ser que se trate de trabajadores del establecimiento donde se hace el pago (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 138).

Artículo 29. A quien se hace el pago. El salario se paga directamente al trabajador o a la persona que él autorice por escrito (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 139).

Artículo 30. Salario mínimo es el que todo trabajador tiene derecho a percibir para subvenir a sus necesidades normales y a las de su familia, en el orden material, moral y cultural (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 145).

Artículo 31. El pago de los salarios se efectuará consignando el valor del mismo en una cuenta bancaria de nómina a nombre del trabajador, la cual autorizará la empresa por cuestiones de seguridad. Asimismo el periodo de pago de la empresa ECOHISTOUR será mensual para los trabajadores de planta y semana para los operarios.

CAPÍTULO XI.

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

Artículo 32. El empleador está obligado a la protección de la seguridad y la salud de los trabajadores, acorde con lo establecido en la normatividad vigente.

PARÁGRAFO. Por su importancia, el empleador debe identificar la normatividad nacional aplicable del Sistema General de Riesgos Laborales, la cual debe quedar plasmada

en una matriz legal que debe actualizarse en la medida que sean emitidas nuevas disposiciones aplicables a la empresa (Artículo 2.2.4.6.8. DECRETO NÚMERO 1072 DE 2015)

Artículo 33. Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por el Instituto de Seguros Sociales o EPS, ARP, a través de la IPS a la cual se encuentren asignados. En caso de no afiliación estará a cargo del empleador sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.

Artículo 34. Todo trabajador que sufra un accidente de trabajo o este enfermo está en la obligación de dar inmediatamente aviso al empleador o a su representante. El empleador no es responsable de la agravación de que se presente en las lesiones o perturbaciones, por razón de no haber dado el trabajador este aviso o haberlo demorado sin justa causa (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 221).

Artículo 35. Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamiento que ordena el médico que los haya examinado, así como a los exámenes y tratamientos preventivos que para todos o algunos de ellos ordena la empresa en determinados casos. El trabajador que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes, instrucciones o tratamientos antes indicados, perderá el derecho a la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga a consecuencia de esa negativa (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 208).

Artículo 36. Los trabajadores deberán cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo de la empresa; y en particular a las que ordene la empresa para prevención de las enfermedades y de los

riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo (Artículo 2.2.4.6.10 numeral 3° del DECRETO NÚMERO 1072 DE 2015)

PARÁGRAFO—El grave incumplimiento por parte del trabajador de las instrucciones, reglamentos y determinaciones de prevención de riesgos, adoptados en forma general o específica, y que se encuentren dentro del programa de salud ocupacional de la respectiva empresa, que la hayan comunicado por escrito, facultan al empleador para la terminación del vínculo o relación laboral por justa causa, tanto para los trabajadores privados como los servidores públicos, previa autorización del Ministerio de la Protección Social, respetando el derecho de defensa (DECRETO 1295 de 1994, artículo 91).

Artículo 37. En caso de accidente de trabajo, el jefe de la respectiva dependencia, o su representante, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la remisión al médico y tomará todas las medidas que se consideren necesarias y suficientes para reducir al mínimo, las consecuencias del accidente, denunciando el mismo en los términos establecidos en el Decreto 1295 de 1994 ante la EPS y la ARL.

Artículo 38. En caso de accidente no mortal, aun el más leve o de apariencia insignificante, el trabajador lo comunicará inmediatamente al empleador, a su representante o a quien haga sus veces, para que se provea la asistencia médica y tratamiento oportuno según las disposiciones legales vigentes, indicará, las consecuencias del accidente y la fecha en que cese la incapacidad.

Artículo 39. La empresa llevará las estadísticas de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, asimismo determinará la gravedad y la frecuencia de los

accidentes de trabajo o de las enfermedades profesionales, de conformidad con el reglamento que se expida. El Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, en coordinación con el Ministerio de Salud establecerán las reglas a las cuales debe sujetarse el procesamiento y remisión de esta información (Decreto 1295 de 1994, artículo 61).

Todo accidente de trabajo o enfermedad profesional que ocurra en una empresa o actividad económica deberá ser informado por el respectivo empleador a la entidad administradora de riesgos profesionales y a la entidad promotora de salud, en forma simultánea, dentro de los dos días hábiles siguientes de ocurrido el accidente o diagnosticada la enfermedad (Decreto 1295 de 1994, artículo 62).

Artículo 40. Para el caso de los puntos que trata este capítulo, tanto la empresa como los trabajadores se someterán a las normas de riesgos profesionales del Código Sustantivo del Trabajo, a la Resolución 1016 de 1989 expedida por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y las demás que con tal fin se establezcan. De la misma manera ambas partes están obligadas a sujetarse al Decreto-Ley 1295 de 1994, Decreto número 1072 de 2015 y la Ley 776 del 17 de diciembre de 2002, del sistema general de riesgos profesionales, de conformidad con los términos estipulados en los preceptos legales pertinentes y demás normas concordantes y reglamentarias antes mencionadas.

CAPÍTULO XII.

PRESCRIPCIONES DE ORDEN.

Artículo 41.

1. Respeto y subordinación a los superiores.
2. Respeto a sus compañeros de trabajo.

3. Procurar el cuidado integral de su salud y Suministrar información clara, veraz y completa sobre su estado de salud.
4. Procurar mantener un clima laboral armónico con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
5. Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
6. Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa.
7. Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
8. Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.
9. Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo.
10. Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar las labores siendo prohibido salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros.

CAPÍTULO XIII.

ORDEN JERÁRQUICO.

Artículo 42. El orden jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en la empresa es el siguiente: Administrador, Operarios.

PARÁGRAFO. De los cargos mencionados, tienen facultades para imponer sanciones disciplinarias a los trabajadores de la empresa: El Administrador.

CAPÍTULO XIV.

LABORES PROHIBIDAS PARA MUJERES Y MENORES.

Artículo 43. Queda prohibido emplear a los menores de dieciocho (18) años y a las mujeres en trabajos de pintura industrial que entrañen el empleo de la cerusa, de sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos pigmentos. Las mujeres, sin distinción de edad, y los menores de dieciocho (18) años no pueden ser empleados en trabajos subterráneos de las minas ni, en general, trabajar en labores peligrosas, insalubres o que requieran grandes esfuerzos (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 242, numeral 2° y 3°)

Artículo 44. Los menores no podrán ser empleados en los trabajos que a continuación se enumeran, por cuanto suponen exposición severa a riesgos para su salud o integridad física:

1. Trabajos que tengan que ver con sustancias tóxicas o nocivas para la salud.
2. Trabajos a temperaturas anormales o en ambientes contaminados o con insuficiente ventilación.
3. Trabajos subterráneos de minería de toda índole y en los que confluyen agentes nocivos, tales como contaminantes, desequilibrios térmicos, deficiencia de oxígeno a consecuencia de la oxidación o la gasificación.

4. Trabajos donde el menor de edad esté expuesto a ruidos que sobrepasen ochenta (80) decibeles.
5. Trabajos donde se tenga que manipular con sustancias radioactivas, pinturas luminiscentes, rayos X, o que impliquen exposición a radiaciones ultravioletas, infrarrojas y emisiones de radio frecuencia.
6. Todo tipo de labores que impliquen exposición a corrientes eléctricas de alto voltaje.
7. Trabajos submarinos.
8. Trabajo en basurero o en cualquier otro tipo de actividades donde se generen agentes biológicos patógenos.
9. Actividades que impliquen el manejo de sustancias explosivas, inflamables o cáusticas.
10. Trabajos de pañoleros o fogoneros, en los buques de transporte marítimo.
11. Trabajos de pintura industrial que entrañen el empleo de la cerusa, del sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contengan dichos elementos.
12. Trabajos en máquinas esmeriladoras, afilado de herramientas, en muelas abrasivas de alta velocidad y en ocupaciones similares.
13. Trabajos en altos hornos, hornos de fundición de metales, fábricas de acero, talleres de laminación, trabajos de forja, y en prensa pesada de metales.
14. Trabajos y operaciones que involucren la manipulación de cargas pesadas.
15. Trabajos relacionados con cambios de correas de transmisión, aceite, engrasados y otros trabajos próximos a transmisiones pesadas o de alta velocidad.
16. Trabajos en cizalladoras, cortadoras, laminadoras, tornos, fresadoras, troqueladoras, y otras máquinas particularmente peligrosas.

17. Trabajo del vidrio y alfarería, trituración y mezclado de materia prima; trabajo de hornos, pulido y esmerilado en seco de vidriería, operaciones de limpieza por chorro de arena, trabajo en locales de vidriado y grabado, trabajos en la industria cerámica.
18. Trabajo de soldadura de gas y arco, corte con oxígeno en tanques o lugares confinados, en andamios o en molduras precalentadas.
19. Trabajos en fábricas de ladrillos, tubos y similares, moldeado de ladrillos a mano, trabajo en las prensas y hornos de ladrillos.
20. Trabajo en aquellas operaciones y/o procesos en donde se presenten altas temperaturas y humedad.
21. Trabajos en la industria metalúrgica de hierro y demás metales, en las operaciones y/o procesos donde se desprende vapores o polvos tóxicos y en plantas de cemento.
22. Actividades agrícolas o agroindustriales que impliquen alto riesgo para la salud.
23. Las demás que señalen en forma específica los reglamentos del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

PARÁGRAFO. Los trabajadores menores de dieciocho (18) años y mayores de catorce (14), que cursen estudios técnicos en el Servicio Nacional de Aprendizaje o en un instituto técnico especializado reconocido por el Ministerio de Educación Nacional o en una institución del Sistema Nacional de Bienestar Familiar autorizada para el efecto por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, o que obtengan el certificado de aptitud profesional expedido por el Servicio Nacional de Aprendizaje, -SENA-, podrán ser empleados en aquellas operaciones, ocupaciones o procedimientos señalados en este artículo, que a juicio del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, puedan ser desempeñados sin grave riesgo para la salud o la integridad física del menor mediante un

adecuado entrenamiento y la aplicación de las medidas de seguridad que garanticen plenamente la prevención de los riesgos anotados. Queda prohibido a los trabajadores menores de dieciocho (18) años todo trabajo que afecte su moralidad. En especial les está prohibido el trabajo en casas de lenocinio y demás lugares de diversión donde se consuman bebidas alcohólicas. De igual modo se prohíbe su contratación para la reproducción de escenas pornográficas, muertes violentas, apología del delito u otros semejantes (Decreto 2737 de 1989, artículos 245 y 246).

Queda prohibido el trabajo nocturno para los trabajadores menores. No obstante, los mayores de dieciséis (16) años y menores de dieciocho (18) años podrán ser autorizados para trabajar hasta las ocho (8) de la noche siempre que no se afecte su asistencia regular a un centro docente, ni implique perjuicio para su salud física o moral (Decreto 2737 de 1989, artículos 242, numeral 4).

CAPÍTULO XV.

OBLIGACIONES ESPECIALES PARA LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES.

Artículo 45. Son obligaciones especiales del empleador:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulación en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra los accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.

3. Prestar inmediatamente los primeros auxilios en caso de accidente o de enfermedad.

A este efecto en todo establecimiento, taller o fábrica que ocupe habitualmente más de diez (10) trabajadores, deberá mantenerse lo necesario, según reglamentación de las autoridades sanitarias.

4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador, a sus creencias y sentimientos.
6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para el ejercicio del sufragio; para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación; en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada; para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización o para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avise con la debida oportunidad al empleador o a su representante y que, en los dos (2) últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal que perjudique el funcionamiento de la empresa. En el reglamento de trabajo se señalarán las condiciones para las licencias antedichas. Salvo convención en contrario, el tiempo empleado en estas licencias puede descontarse al trabajador o compensarse con tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas de su jornada ordinaria, a opción del empleador.
7. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración de contrato, una certificación en que consten el tiempo de servicio, la índole de la labor y el salario devengado; e igualmente, si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular, si al ingreso o durante la permanencia en el trabajo hubiere sido sometido a examen médico. Se considera que el trabajador, por su culpa, elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurrido cinco (5) días a partir

de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para la práctica del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.

8. Pagar al trabajador los gastos razonables de venida y de regreso, si para prestar sus servicios lo hizo cambiar de residencia, salvo si la terminación del contrato se origina por culpa o voluntad del trabajador. Si el trabajador prefiere radicarse en otro lugar, el empleador le debe costear su traslado hasta la concurrencia de los gastos que demandaría su regreso al lugar donde residía anteriormente. En los gastos de traslado del trabajador, se entienden comprendidos los de los familiares que con el convivieren; y
9. Cumplir el reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.
10. Conceder al trabajador en Caso de fallecimiento de su cónyuge, compañero o compañera permanente o de un familiar hasta el grado segundo de consanguinidad, primero de afinidad y primero civil, una licencia remunerada por luto de cinco (05) días hábiles, cualquiera sea su modalidad de contratación o de vinculación laboral. La grave calamidad doméstica no incluye la Licencia por Luto que trata este numeral. Este hecho deberá demostrarse mediante documento expedido por la autoridad competente, dentro de los treinta (30) días siguientes a su ocurrencia.

PARÁGRAFO: Las EPS tendrán la obligación de prestar la asesoría psicológica a la familia.

11. Conceder en forma oportuna a la trabajadora en estado de embarazo, la licencia remunerada consagrada en el numeral 1 del artículo 236, de forma tal que empiece a disfrutarla de manera obligatoria una (1) semana antes o dos (2) semanas antes de la fecha probable del parto, según decisión de la futura madre conforme al certificado

médico a que se refiere el numeral 3 del citado artículo 236 (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 57)

Artículo 46. Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor, en los términos estipulados; observar los preceptos del reglamento y acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de modo particular la impartan el empleador o sus representantes, según el orden jerárquico establecido.
2. No comunicar con terceros, salvo la autorización expresa, las informaciones que tenga sobre su trabajo, especialmente sobre las cosas que sean de naturaleza reservada o cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios al empleador, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales del trabajo ante las autoridades competentes.
3. Conservar y restituir un buen estado, salvo el deterioro natural, los instrumentos y útiles que le hayan sido facilitados y las materias primas sobrantes.
4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.
5. Comunicar oportunamente al empleador las observaciones que estime conducentes a evitarle daños y perjuicios.
6. Prestar la colaboración posible en casos de siniestro o de riesgo inminente que afecten o amenacen las personas o cosas de la empresa o establecimiento.
7. Observar con suma diligencia y cuidado las instrucciones y órdenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales.

8. La trabajadora en estado de embarazo debe empezar a disfrutar la licencia remunerada consagrada en el numeral 1 del artículo 236, al menos una semana antes de la fecha probable del parto (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 58).

Artículo 47. Se prohíbe a la empresa.

1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores, sin autorización previa escrita de éstos para cada caso, o sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes:
 - a) Respeto de salarios, pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152 y 400.
 - b) Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta de un cincuenta por ciento (50%) de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos, en la forma y en los casos en que la ley las autorice.
 - c) En cuanto a pensiones de jubilación, los empleadores pueden retener el valor respectivo en los casos del artículo 274
2. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacenes o proveedurías que establezca el empleador.
3. Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se le admita en el trabajo o por otro motivo cualquiera que se refiera a las condiciones de éste.
4. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores en el ejercicio de su derecho de asociación.
5. Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político, o dificultarles o impedirles el ejercicio del derecho del sufragio.

6. Hacer, autorizar, o tolerar propaganda política en los sitios de trabajo.
7. Hacer o permitir todo género de rifas, colectas o suscripciones en los mismos sitios.
8. Emplear en las certificaciones de que trata el ordinal 7o. del artículo 57 signos convencionales que tiendan a perjudicar a los interesados, o adoptar el sistema de "lista negra", cualquiera que sea la modalidad que utilicen, para que no se ocupe en otras empresas a los trabajadores que se separen o sean separados del servicio.
9. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 59).

Artículo 48. Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la fábrica, taller o establecimiento, los útiles de trabajo y las materias primas o productos elaborados. Sin permiso del empleador.
2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcóticos o drogas enervantes.
3. Conservar armas de cualquier clase en el sitio del trabajo, a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores (D.2478/48).
4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso del empleador, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar del trabajo.
5. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas del trabajo o excitar a su declaración o mantenimiento, sea que participe o no en ellas.
6. Hacer colectas, rifas y suscripciones o cualquier clase de propaganda en los lugares de trabajo.

7. Coartar la libertad para trabajar o no trabajar, o para afiliarse o no a un sindicato o permanecer en él o retirarse.
8. Usar los útiles o herramientas suministradas por el empleador en objetos distintos del trabajo contratado (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 60).

CAPÍTULO XVI.

ESCALA DE FALTAS Y SANCIONES DISCIPLINARIAS.

Artículo 49. Las sanciones disciplinarias no pueden consistir en penas corporales, ni en medidas lesivas de la dignidad del trabajador. Cuando la sanción consista en suspensión del trabajo, ésta no puede exceder de ocho (8) días por la primera vez, ni de dos (2) meses en caso de reincidencia de cualquier grado. El empleador no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en el reglamento, en pacto, en convención colectiva, en fallo arbitral o en contrato individual. (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 111 al 112 y el artículo 114).

Artículo 50. Se establecen las siguientes clases de falta leves y sus sanciones disciplinarias así:

- a) El retraso de hasta quince (15) minutos en la hora de entrada sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez, multa de la décima parte del salario de un día; por la segunda vez, multa de la quinta parte del salario de un día; por tercera vez suspensión en el trabajo en la mañana o en la tarde según el turno en que ocurra, y por cuarta vez suspensión en el trabajo por tres días.

- b) La falta en el trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causa perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez suspensión en el trabajo hasta por tres días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días.
- c) La falta total al trabajo durante el día sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica, por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez, suspensión en el trabajo hasta por dos meses.
- d) La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por 2 meses.

PARÁGRAFO - La imposición de multas no impide que la empresa prescinda del pago del salario correspondiente al tiempo dejado de trabajar. El valor de las multas se consignará en cuenta especial para dedicarse exclusivamente a premios o regalos para los trabajadores del establecimiento que más puntual y eficientemente, cumplan sus obligaciones.

Artículo 51. Constituyen faltas graves:

- a. El retardo hasta de 15 minutos en la hora de entrada al trabajo sin excusa suficiente, por quinta vez.
- b. La falta total del trabajador en la mañana o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, por tercera vez.
- c. La falta total del trabajador a sus labores durante el día sin excusa suficiente, por tercera vez.

- d. Violación grave por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias.

CAPÍTULO XVII.

PROCEDIMIENTO PARA COMPROBACIÓN DE FALTAS Y FORMAS DE APLICACIÓN DE LAS SANCIONES DISCIPLINARIAS.

Artículo 52. Procedimiento para imponer sanciones. Antes de aplicarse una sanción disciplinaria el empleador, debe dar oportunidad de ser oídos tanto el trabajador inculpado como a dos (2) representantes del sindicato a que éste pertenezca. En todo caso se dejará constancia escrita de los hechos y de la decisión de la empresa de imponer o no la sanción definitiva (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 115).

Artículo 53. No producirá efecto alguno la sanción disciplinaria que se imponga pretermitiendo o violando el trámite antes señalado (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 115).

CAPÍTULO XVIII.

RECLAMOS: PERSONAS ANTE QUIENES DEBEN PRESENTARSE Y SU TRAMITACIÓN.

Artículo 54. Los reclamos de los trabajadores se harán ante su jefe inmediato, quien deberá comunicarlo al gerente de la empresa, este los escuchara y junto al gerente resolverán en justicia y equidad.

Artículo 55. Los trabajadores están en toda libertad de asesorarse del sindicato respectivo sobre los efectos de los reclamos que se establecen en artículos anteriores.

PARÁGRAFO – En la empresa ECOHISTOUR S.A.S. no existen prestaciones adicionales a las legalmente obligatorias.

CAPÍTULO XIX.

PUBLICACIONES.

Artículo 56. Publicación:

1. Dentro de los quince (15) días siguientes al de la notificación de la resolución aprobatoria del reglamento, la empresa lo publicará en el lugar de trabajo, mediante la fijación de dos (2) copias en caracteres legibles, en dos (2) sitios distintos.
2. Con el reglamento se publicará la resolución aprobatoria (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 120 Modificado por el artículo 6o. del Decreto 617 de 1954).

CAPÍTULO XX.

VIGENCIA.

Artículo 57. Aprobado el reglamento, entra a regir ocho (8) días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el artículo anterior (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 121).

CAPÍTULO XXI.

DISPOSICIONES FINALES.

Artículo 58. Desde la fecha que entra en vigencia este reglamento, quedan sin efecto las disposiciones del reglamento que antes de esta fecha haya tenido la empresa.

CAPÍTULO XXII.

CLÁUSULAS INEFICACES.

Artículo 59. No producen ningún efecto las cláusulas del reglamento que desmejoren las condiciones del trabajador en relación con lo establecido en las leyes, contratos individuales, pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales, los cuales sustituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador (Código Sustantivo del Trabajo, artículo 109).

CAPÍTULO XXIII.

MECANISMOS DE PREVENCIÓN DEL ABUSO LABORAL Y PROCEDIMIENTO INTERNO DE SOLUCIÓN.

Artículo 60. Los mecanismos de prevención del acoso laboral previstos por la empresa tienen como objetivo fomentar una cultura de convivencia y conciencia colectiva, que promueva un ambiente laboral digno, justo y armonioso. Estas medidas también buscan salvaguardar la intimidad, la reputación, la salud mental y la libertad de los individuos en el entorno laboral.

Artículo 61. En desarrollo del propósito a que se refiere el artículo anterior, la empresa ha previsto las siguientes medidas preventivas, según resolución número 002646 de 2008.

1. Formular una política clara dirigida a prevenir el acoso laboral que incluya el compromiso por parte del empleador y de los trabajadores, de promover un ambiente de convivencia laboral.

2. Elaborar manual de convivencia, en el que se especifique los tipos de comportamientos aceptados en la empresa.
3. Realizar actividades de sensibilización sobre acoso laboral y sus consecuencias, las cuales irán dirigidas a los directivos y trabajadores, con el fin que se rechacen estas prácticas y se respalde la dignidad e integridad de las personas en el trabajo.
4. Conformar un comité de convivencia laboral y establecer un procedimiento interno confidencial, conciliatorio y efectivo para prevenir el acoso laboral.
5. Realizar actividades de capacitación sobre resolución de conflictos y desarrollo de habilidades sociales para la concertación y la negociación, dirigidas a comité de convivencia laboral, que les permitan mediar las situaciones de acoso laboral.
6. Establecer el procedimiento para formular las quejas a través del cual se puedan denunciar los hechos constitutivos de acoso laboral, garantizando la confidencialidad y el respeto por el trabajador.
7. Realizar seguimiento y vigilancia periódica del acoso laboral utilizando instrumentos que para el efecto hayan sido validados en el país, garantizando la confidencialidad de la información.

Artículo 62. Para los efectos relacionados con la búsqueda de solución de las conductas de acoso laboral, se establece el siguiente procedimiento interno con el cual se pretende desarrollar las características de confidencialidad, efectividad y naturaleza conciliatoria señaladas por las resoluciones número 002646 de 2008 y número 0000652 de 2012 para este procedimiento:

1. La empresa conformará un comité de convivencia laboral, el cual estará integrado por un representante de los directivos y un representante de los trabajadores los cuales contarán con competencias actitudinales y comportamientos tales como respeto, imparcialidad, tolerancia, serenidad, confidencialidad, serenidad, reserva en el manejo de información y ética; asimismo habilidades de comunicación asertiva, liderazgo y resolución de conflictos.
2. Las funciones del comité de convivencia laboral serán:
 - Recibir y dar trámite de las quejas presentadas que puedan constituir acoso laboral, así como las pruebas que lo soportan.
 - Examinar de manera confidencial los casos específicos y puntuales que puedan tipificar conductas o circunstancias de acoso laboral, al interior de la empresa.
 - Escuchar las partes involucradas de manera individual sobre los hechos que dieron lugar a la queja.
 - Adelantar reuniones con el fin de crear un espacio de dialogo entre las partes involucradas, promoviendo compromisos mutuos para llegar a una solución efectiva de las controversias.
 - Formular un plan de mejora concertado entre las partes para construir, renovar y promover la convivencia laboral, garantizando en todos los casos el principio de confidencialidad.
 - Hacer seguimiento de los compromisos adquiridos por las partes involucradas en la queja, verificando su cumplimiento de acuerdo con lo pactado.
 - En los casos que no se llegue a un acuerdo entre las partes, o no se cumplan las recomendaciones formuladas o la conducta persista, el comité de convivencia

laboral deberá remitir la queja a la alta dirección de la empresa, cerrara el caso y el trabajador puede presentar la queja ante el inspector de trabajo o demandar ante el juez competente.

- Presentar a la alta dirección las recomendaciones para el desarrollo efectivo de las medidas preventivas y correctivas del acoso laboral, así como el informe anual de los resultados de la gestión del comité y los informes requeridos por los organismos de control.
- Hacer seguimiento al cumplimiento de las recomendaciones dadas a las dependencias de gestión del recurso humano ocupacional de la empresa.
- Elaborar informes trimestrales sobre la gestión del comité que incluya las estadísticas de quejas, seguimiento de los casos y recomendaciones los cuales serán presentados a la dirección de la empresa.

Fecha: 07 – 06 – 2023

Dirección: Barrio Cascajal (Malecón o Sector amurallado).

Municipio: Santa Cruz de Lorica.

Departamento: Córdoba.

Representante legal: Karol Juliana Doria Ballesta.