

**UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL (UCI)**

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LA AGENCIA DE VIAJES  
OPERADORA, PARA LA ASOCIACIÓN TURISMO RURAL COMUNITARIO  
“PAISAJE CULTURAL GIRONES” ASTURGIRON, DEL MUNICIPIO SAN JUAN  
GIRÓN, DEPARTAMENTO DE SANTANDER, COLOMBIA**



**WILLIAM MURILLO MANTILLA**

**PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO  
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE  
MÁSTER EN GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE**

**San José, Costa Rica**

**Noviembre, 2022**

**UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL (UCI)**

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como  
Requisito parcial para optar al grado de Máster en Gestión del Turismo Sostenible



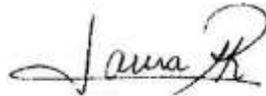
---

Leyla Solano Pacheco  
(Profesor Tutor)



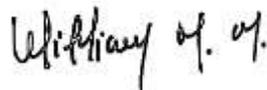
---

Carlos Manuel Díaz Soto  
(Lector 1)



---

Laura Arguedas  
(Lector 2)



---

William Murillo Mantilla  
Sustentante

## **Dedicatoria**

El presente Proyecto Final de Graduación (PFG), está dedicado a mi esposa Sandra Fletcher, mis hijas Luisa Fernanda e Isabella, que, durante el desarrollo académico de la maestría, tuvieron la paciencia de acompañarme los fines de semana en casa.

A mi familia que aportaron ese apoyo incondicional y que de muchos momentos especiales donde no se pudo compartir, siempre dieron esa voz de aliento y de perseverancia.

A Lukas mi mascota que paso noches largas esperando que terminara actividades para irse a dormir.

Gracias a Dios por ser el guía y la luz de mi vida.

## **Agradecimientos**

Mis agradecimientos especiales a las instituciones como la Alcaldía Municipal San Juan Girón, por el apoyo en los permisos otorgados para realizar los estudios, al cuerpo de docentes de la maestría, Gestión para el Turismo Sostenible de la Universidad para la Cooperación Internacional (UCI), por los conocimientos impartidos, a la Fundación para el Desarrollo Sostenible de la Cultura, el Patrimonio y el Turismo FUNDACULTA, por ser la entidad proponente del Proyecto Final de Graduación (PFG), y un agradecimiento con todo el cariño que se merece a la Asociación Turismo Rural Comunitario – Paisaje Cultural Girones, “ASTURGIRON”, que han creído en el proyecto de la creación de la Agencia de Viajes Operadora aportando su tiempo y dedicación.

También agradecimientos a la tutora del PFG, Licenciada, MTE Leyla Solano Pacheco, por el acompañamiento y soporte en la culminación de este proyecto.

## Contenido

	<b>Pág.</b>
1. Introducción	15
1.1 Antecedentes	15
1.2 Problemática	18
1.3 Justificación del proyecto	18
1.4 Objetivos	19
1.4.1 Objetivo General	19
1.4.2 Objetivos Específicos	20
2. Marco Teórico	21
2.1 Marco Referencial	21
2.2 Contexto de la industria de las agencias de viajes	23
2.3 Definiciones	24
2.3.1 Agencias de viajes	24
2.3.2 Plan o paquete Turístico	24
2.3.3 Servicios complementarios	24
2.3.4 Plataformas Electrónicas o Digitales de Servicios Turísticos	24
2.3.5 Operador de Plataforma Electrónica o Digital de servicios turísticos	25
2.4 Clasificación de las agencias de viajes	25
2.4.1 Agencias de viajes y turismo	25
2.4.2 Agencias de viajes operadoras	26
2.4.3 Agencias de viajes mayoristas.	27
2.5 Requisitos de operación	27
2.5.1 Requisitos de funcionamiento	27
2.5.2 Requisitos de inscripción en el Registro Nacional de Turismo – RNT	28

2.5.3	Requisitos especiales de las agencias de viajes y turismo, para la inscripción en el RNT	29
2.5.4	Contribución Parafiscal	29
2.5.5	Requisitos para la publicidad e información	30
2.6	Norma Técnica Colombiana (NTC)	30
2.6.1	Norma Técnica Colombia NTC 6502 – Sistema de Gestión de la Sostenibilidad para agencias de viajes. Requisitos.	31
3.	Marco Legal	32
4.	Marco Metodológico	35
4.1	Fuentes de información	35
4.1.1	Fuentes Primarias	35
4.1.2	Fuentes Secundarias	37
5.	Desarrollo	38
5.1	Diagnostico municipio San Juan Girón	38
5.1.1	Ubicación geográfica	40
5.1.2	Aspectos generales de la ciudad	39
5.1.3	Aspectos generales del sector rural	40
5.1.4	Clima y Temperatura	43
5.1.5	Vías de comunicación	43
5.1.6	Análisis de la competencia del territorio	44
5.1.7	Llegada de turistas nacionales e internacionales al municipio	45
5.1.8	Matriz FODA San Juan Girón	47
5.2	Estructura organizacional para la agencia de viajes	49
5.2.1	Misión	49
5.2.2	Visión	49
5.2.3	Objetivos corporativos	49
5.2.4	Razón Social y Sigla.	50
5.2.5	Domicilio principal	50
5.2.6	Duración	51

5.2.7 Capital Social	51
5.2.8 Objeto Social	51
5.2.9 Facilidades que se requiere para su funcionamiento	51
5.2.10 Estructura organizacional	52
5.3 Marco legal empresarial	53
5.4 Plan de capacitación	57
5.5 Identidad corporativa de la agencia de viajes	66
5.6 Esquema de precios -costos	67
5.7 Paquetes turísticos de la agencia de viajes operadora “Motoso encanto y naturaleza”	69
5.7.1 Ruta del Café y de la Guanábana.	70
5.7.2 Ruta de la Guayaba.	72
5.7.3 Ruta Ancestral y Naturaleza.	74
5.8 Estudio financiero	75
5.8.1 Estimación de la demanda	76
5.8.2 Inversiones	76
5.8.3 Inversión inicial	77
5.8.4 Gastos administrativos y ventas.	77
5.8.5 Proyección de ventas	78
5.8.6 Estado de resultados	79
5.8.7 Análisis financiero	80
5.9 Análisis del mercado y oportunidades	81
5.9.1 Estimación de la demanda	81
5.9.2 Perfil de los clientes potenciales y análisis de la demanda por producto	81
5.9.3 Segmentación y Selección de Mercados	81
5.10 Plan inicial de promoción y mercadeo	83
5.10.1 Mezcla de Promoción	83
5.10.2 Selección de Medios	83

6. Conclusiones	85
7. Recomendaciones	86
Referencias Bibliográficas	87
Apéndices	89

## Lista de Figuras

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Ubicación geográfica del municipio San Juan Girón	38
Figura 2. Vista del parque principal del Municipio de Girón	40
Figura 3. Mirador al Embalse Topocoro	41
Figura 4. Mirador la Cueva	41
Figura 5. Cascada el manantial	42
Figura 6. Cementerio Indígena	42
Figura 7. Hacienda Lenguerke	43
Figura 8. Llegada turistas nacionales e internacionales al municipio.	46
Figura 9. Organigrama Agencia de Viajes Operadora “Motoso Encanto Natural”	52
Figura 10. Consulta de homonimia	53
Figura 11. Logotipo Motoso Encanto Natural	65
Figura 12. Ruta del Café y de la Guanábana	70
Figura 13. Ruta de la Guayaba	72
Figura 14. Ruta Ancestral y Naturaleza	74
Figura 15. Presupuesto de Gastos Administrativos	78
Figura 16. Egresos proyectados	78
Figura 17. Proyección ventas	79
Figura 18. Estado de Resultados Proyectados	80

## Lista de Tablas

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Llegada de turistas nacionales e internacionales al municipio	45
Tabla 2. Matriz DOFA	47
Tabla 3. Capacitación Sensibilización y Normalización Turística	57
Tabla 4. Capacitación Diseño de programas y paquetes turísticos.	58
Tabla 5. Capacitación Constitución legal	60
Tabla 6. Capacitación Manejo administrativo, contable y financiero – Diseño de imagen corporativa de la agencia de viajes	62
Tabla 7. Capacitación Costos paquetes turísticos	64
Tabla 8. Costo del paquete – Ruta del Café y de la Guanábana	67
Tabla 9. Costo del paquete – Ruta de la Guayaba	67
Tabla 10. Costo del paquete – Ruta Ancestral y Naturaleza.	68
Tabla 11. Precio pasadía Ruta Del Café y de la Guanábana	71
Tabla 12. Precio pasadía Ruta De la Guanábana	73
Tabla 13. Precio pasadía Ruta Ancestral y Naturaleza	75
Tabla 14. Activos de la Agencia	76
Tabla 15. Inversión inicial	77
Tabla 16. Segmentación generacional clientes potenciales	82

## Lista de Apéndices

	<b>Pág.</b>
Apéndice 1. Plantilla de acta	89
Apéndice 2. Cronograma	96
Apéndice 3. Modelo de entrevista desarrollada	98
Apéndice 4. Encuesta líder emprendedora	101
Apéndice 5. Encuesta líder emprendedora	103
Apéndice 6. Encuesta presidente junta acción comunal	105
Apéndice 7. Encuesta expresidente ASTURGIRON	107
Apéndice 8. Líder emprendimiento	109
Apéndice 9. Plan de capacitación	111
Apéndice 10. Registro asistencia capacitación sensibilización y normalización turística	112
Apéndice 11. Registro asistencia diseño de programas y paquetes turísticos	113
Apéndice 12. Formato elaboración de inventarios turísticos	114
Apéndice 13. Listado de facilidades turísticas	116
Apéndice 14. Registro asistencia taller: constitución legal	117
Apéndice 15. Registro asistencia manejo administrativo, contable y financiero – diseño de imagen corporativa de la agencia de viajes	118
Apéndice 16. Taller diseño imagen corporativa	119
Apéndice 17. Taller diseño imagen corporativa 2	120
Apéndice 18. Taller diseño imagen corporativa 3	121
Apéndice 19. Registro taller costos paquetes turísticos	122

## Lista de Abreviaturas

AMUCEN	Asociación de mujeres campesinas de Girón
ANATO	Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo.
ASTURGIRON	Asociación turismo rural comunitario “paisaje cultural girones”
BIC	Bien de interés cultural
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
DIAN	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales
FONTUR	Fondo Nacional de turismo
MINCOMERCIO	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
NIT	Número de Identificación Tributaria
NTS	Norma Técnica Sectorial
PIB	Producto interno bruto
PST	Prestadores de Servicios Turísticos
RNT	Registro Nacional de Turismo
RUT	Registro Único Tributario
SENA	Servicio Nacional de Aprendizaje

## Resumen Ejecutivo

El municipio San Juan Girón, hace parte del área metropolitana de Bucaramanga, Colombia. Se encuentra ubicado en el departamento de Santander, fue declarado Monumento Nacional en el año de 1963, hoy es considerado Bien de Interés Cultural (BIC) y hace parte de la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia, su arquitectura tipo español (Casas en bahareque, tapia pisada, tejas de barro, fachadas blancas, calles empedradas que evocan el pasado y su particular color marrón en las puertas y ventanas), consolidan a este municipio como un destino para la oferta del turismo cultural y religioso.

Teniendo en cuenta los anteriores aspectos y ante la demanda actual del turismo de naturaleza y más aún por la situación por la que el mundo recientemente atravesó debido a la pandemia del COVID-19, los turistas y visitantes, han despertado un gran interés por el ecoturismo, el turismo de naturaleza y el turismo rural, para experimentar nuevas vivencias y experiencias, realizando actividades al aire libre y en espacios naturales, como turismo alternativo, el cual tiene como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza, valorando las expresiones culturales, respetando, disfrutando y participando en la conservación de los recursos naturales y culturales.

En el proceso de la consolidación del turismo rural, en el municipio de San Juan Girón, se creó la Asociación Turismo Rural Comunitario “Paisaje Cultural Girones” ASTURGIRON, conformada por 25 asociados, que una vez terminaron el proceso de capacitación en turismo comunitario liderado por el Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA” fortalecieron los emprendimientos turísticos que los mismos asociados empezaron a crear debido a la aceptación del proyecto y a las posibilidades que esta alternativa le brindaba a las comunidades rurales para mejorar sus ingresos y desarrollar una actividad diferente sin abandonar su principal vocación que es la agricultura.

Durante el proceso de la creación de la Asociación, se identificaron recursos turísticos de orden natural y cultural diversos, como por ejemplo el paisaje, la naturaleza, cascadas, pozos naturales, miradores, así como las casonas en tapia pisada y las iglesias rurales. Además dentro del patrimonio cultural inmaterial, se manifiesta en la lengua y la tradición oral, de las comunidades campesinas, como también las tradiciones culinarias, la música y danza, con todas estas expresiones del patrimonio natural y cultural, se diseñaron tres (3) rutas turísticas:

- **Ruta 1:** Gastronomía local, guayaba, heliconias y cascadas cristalinas.

- **Ruta 2:** Mirador los ángeles, cementerio indígena, caminata ecológica y pozos naturales.
- **Ruta 3:** Parador turístico, café, historia, miradores, embalse Topocoro y cultivos de guanábana.

Debido a lo expuesto anteriormente se ve la necesidad de crear una agencia de viajes operadora, liderada por la misma Asociación ASTURGIRON, que organice, promueva y venda planes turísticos a partir de las rutas establecidas, en las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael, esta última vereda hace parte de la zona de influencia del embalse de Topocoro, potencial destino turístico en desarrollo del departamento de Santander, la cual posee miradores contemplativos hacia el espejo de agua y un espectacular paisaje.

En el momento de iniciar el proyecto de la creación de la agencia de viajes operadora ASTURGIRON se encontraba en un estado pasivo, donde los socios, solamente se limitaban a organizar reuniones para realizar eventos como el festival de la guayaba, la celebración del día de San José, entre otros, y los asociados contaban con un proceso de formación y capacitación en temas relacionados con el turismo.

Con el presente Proyecto Final de Graduación (PFG) de la agencia de viajes operadora se capacitó a los asociados de ASTURGIRON en temas como la formalización empresarial, donde se dio a conocer las pautas, requisitos y legislación para la creación de una agencia de viajes operadora; costos de paquetes turísticos, los cuales permitieron conocer los costos directos e indirectos y materias primas, que conforman el paquete turístico.

Este proyecto le apuesta al Turismo Rural Comunitario, como una alternativa para propiciar la participación de las comunidades rurales con vocación hacia el turismo, en una oportunidad de nuevas iniciativas y emprendimientos turísticos, que le permitan a la comunidad local generar nuevos empleos, mayores ingresos y mejor calidad de vida de los actores involucrados, trayendo beneficios de inversión en infraestructura vial, desarrollo económico, salud, educación, conectividad, cultura entre otros, a través de alianzas que involucren a las comunidades, a los gobiernos locales, a las organizaciones no gubernamentales y sector privado.

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Antecedentes

Colombia es el país latinoamericano con mayor dinamismo en el desarrollo turístico y uno de los más destacados en el mundo por el creciente número de llegadas de viajeros durante los últimos años. La Organización Mundial del Turismo, OMT (2012) así como múltiples publicaciones y entes internacionales, han reconocido continuamente los logros del país en la generación de confianza en los mercados emisores, en la consolidación de la oferta de atractivos y recursos turísticos, entre otros factores estratégicos y de gestión, que han contribuido al reposicionamiento de Colombia como destino turístico. Este hecho, ha permitido a las industrias del turismo colombiano una recuperación de sus principales indicadores y plantear retos sectoriales para aprovechar estas oportunidades del entorno.

Según el Banco de la República, en el primer semestre de 2022, la generación de divisas por concepto de pasajeros y viajes llegó a los US\$ 3.207,5 millones, lo que representa una recuperación del 101,2 % con respecto al resultado registrado en el mismo período de 2019, es decir, antes de la pandemia.

Este contexto, hace que el sector turismo sea un renglón estratégico para el Gobierno Nacional, considerado como “el nuevo petróleo de Colombia”, una opción viable y rentable de desarrollo sostenible donde el país, basado en su diversidad biológica y cultural, fortalece su competitividad como una alternativa para la generación de divisas, para crear empleo y mejorar las condiciones de vida de la población; así como constituirse en una iniciativa para la transformación regional, la reconciliación entre los colombianos y mejorar la imagen del país. El turismo es una

de las actividades económicas más importantes del planeta, representa 30% de las exportaciones en el comercio global de servicios, generando 1 de cada 11 empleos y el 10% del PIB mundial (OMT, 2016).

El país se ha enfrentado a una “nueva era” debido a la transformación social que se está dando. Colombia por muchos años tuvo un conflicto armado, el cual no permitió un desarrollo óptimo, principalmente en las poblaciones rurales; afectando así actividades tradicionales como las agropecuarias (Perfetti et al., 2013). Posteriormente, con la firma de los acuerdos de paz en el año 2016, el turismo aparece como uno de los sectores más beneficiados, aunque es preciso aclarar que este ya tenía un importante crecimiento desde la década del 2010. En el posconflicto, y más en estos momentos de crisis económica y social por el COVID-19, el TRC se establece como una alternativa para el desarrollo económico de muchas comunidades rurales.

La comunidad San Juan Girón, cuyo gentilicio es girones (sa), mantiene unas características culturales significativas como, por ejemplo: los eventos religiosos tradicionales como la semana santa, que cada año se vive con fervor y son miles de visitantes y turistas que llegan a este pueblo patrimonio de Colombia, la veneración al señor de los milagros cada 14 de septiembre, el 28 de diciembre la tradicional fiesta de San Benito y las ferias y fiestas del municipio en el mes de agosto.

La comunidad gironesa conserva un patrimonio cultural inmaterial basados en los ámbitos de su organización social, técnicas y tradiciones artesanales, con una producción tradicional de tabaco que durante muchos años fue su principal economía pero que aún se conserva en menor escala, también cuenta con infraestructura cultural como la Casa de la Cultura Francisco Mantilla de los Ríos que tiene espacios como la sala de exposiciones, biblioteca, ludoteca y con un

auditorio llamado el Cocal, para el desarrollo de la artes escénicas como el teatro, las danzas y la música que hace parte de las expresiones culturales representativas del municipio.

También cuenta con una cultura culinaria que va desde la cocina ancestral con preparaciones a base de maíz con las que se prepara arepa santandereana, la chicha como bebida ancestral y el sancocho de chorotas herencia de nuestros indígenas. En la cocina tradicional como elemento de identidad que nos permite conocer las características de la vida social, económica y productiva de las comunidades gironesas, algunos platos representativos son: la carne oreada, el cabro con pepitoria, el mute santandereano y la fritanga, que no siendo un plato de esta región es un icono gastronómico para el deleite de los visitantes.

Desde el año 2018, la alcaldía municipal de San Juan Girón, desde la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, emprendió la iniciativa de la creación de la Ruta del Turismo Rural Comunitario de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael, realizando recorridos por las veredas en mención, identificando las bondades que ofrece el sector rural como sus cultivos agrícolas, el paisaje natural, la gastronomía, la cultura e idiosincrasia del campesino, sitios de interés para desarrollar el turismo de naturaleza, aventura, atractivos naturales como cascadas, cuevas indígenas, caminos reales y un espejo de agua conformado por el Embalse de Topocoro que en su extensión total tiene 7000 hectáreas (ha) bañadas en agua de las cuales 2800 (ha) hacen parte de la jurisdicción del municipio y que conforman parte de los miradores turísticos y del paisaje natural del territorio.

Con todas las anteriores bondades del territorio rural, esta iniciativa en el año 2019, sigue su impulso, involucrando actores claves como la alcaldía municipal San Juan Girón, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, la Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB, la Cámara de Comercio de Bucaramanga- seccional Girón, la

Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga CDMB, la empresa ISAGEN, que lidera el proyecto de la represa Hidroeléctrica – Hidrosogamoso – Embalse de Topocoro, actores que aportaron conocimientos y experiencias a través de un ciclo de capacitaciones, dirigidos a los involucrados en el proyecto. Siendo así que se logró la certificación de un curso de turismo comunitario de 40 horas por parte del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.

## **1.2 Problemática**

Al organizarse las comunidades rurales de las veredas de San José de motoso, Altamira y San Rafael en la iniciativa del Turismo Rural Comunitario y luego de avanzar con procesos de capacitación, organización empresarial, emprendimientos turísticos y creación de rutas turísticas, se ve la necesidad de crear una agencia de viajes operadora, que se encargue de promocionar, vender y organizar paquetes turísticos que promuevan el turismo rural comunitario y que beneficie a las comunidades locales, teniendo en cuenta que en el municipio San Juan Girón, las pocas agencias de viajes de turismo existentes, solo ofrecen recorridos por el Centro Histórico y las que hacen parte del área metropolitana de Bucaramanga, su enfoque principal es el turismo receptivo y emisivo.

## **1.3 Justificación del proyecto**

El municipio San Juan Girón, desde el año 2018, ha encaminado sus esfuerzos y alianzas para desarrollar el turismo rural comunitario, diseñando la “Ruta del Turismo Rural Comunitario de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael”, debido a la anterior experiencia, es importante la creación de la agencia de viajes operadora, para promover el turismo rural comunitario en el municipio, que por su ubicación geográfica (hace parte del área metropolitana de

Bucaramanga, dista a tan solo 15 minutos del aeropuerto Internacional Palonegro) y por su connotación de Bien de Interés Cultural (BIC) y pueblo Patrimonio de Colombia, atraen nichos de mercado principalmente del departamento de Santander y de ciudades del interior del país, como Bogotá, Medellín, Cali y la Costa Caribe.

También es importante destacar la presencia de turistas internacionales de países como Estados Unidos, Francia, Alemania y España, que visitan a San Juan Girón, por todo su legado arquitectónico y patrimonial y a partir de la certificación obtenida como Destino Turístico Sostenible, ha sido objeto de mayores flujos de mercados turísticos internacionales, que según cifras del Punto de Información Turística (PIT) en el año 2021 fueron 157 turistas internacionales.

## **1.4 Objetivos**

### ***1.4.1 Objetivo General***

Desarrollar la propuesta para crear la Agencia de Viajes Operadora, para la Asociación Turismo Rural Comunitario “Paisaje Cultural Girones” ASTURGIRON, con el fin de promocionar y comercializar las rutas de turismo rural comunitario identificadas en las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael, que permitan generar ingresos adicionales que beneficien a los asociados y comunidad local, bajo estándares de sostenibilidad turística.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Desarrollar un programa de capacitación que fortalezca las capacidades competitivas de los asociados de ASTURGIRON y se generen espacios de conocimiento que permita el crecimiento empresarial de los asociados.
- Realizar acompañamiento de asesoría para la constitución legal, administrativa, contable y financiera de la agencia de viajes operadora de ASTURGIRON.
- Esbozar la identidad corporativa de la agencia de viajes.
- Diseñar los programas y paquetes turísticos de la agencia de viajes, que contenga planes familiares, grupos y pasadías de manera participativa con los miembros de la Asociación.
- Realizar un taller de costos de paquetes turísticos que permita conocer los costos directos, costos indirectos, punto de equilibrio y utilidad en la operación turística.
- Analizar la competencia del territorio.
- Trazar una estrategia de marketing que visibilice a la oferta turística en el territorio por medio de la agencia de viajes en redes sociales y otros medios de comunicación

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Marco Referencial**

El turismo rural comunitario en Colombia se desarrolla en zonas rurales y en ocasiones urbanas, permitiendo la interacción de las comunidades, por lo general grupos étnicos y familias campesinas, con sus visitantes, esto conlleva a la participación de la distribución de sus beneficios económicos. Esta tendencia del desarrollo turístico se caracteriza por la preservación de los recursos naturales y valorización del patrimonio, los derechos económicos, sociales y culturales de sus habitantes.

Indudablemente es una alternativa para las comunidades rurales, las cuales sin dejar de realizar sus labores propias de la agricultura, ganadería entre otras actividades, generan otras oportunidades de empleo, a través de la actividad turística, se crean esquemas asociativos, para impulsar todo tipo de emprendimientos turísticos, como restaurantes, alojamientos rurales, agencias de viajes operadoras, servicios de guianza turística y transporte local; también para los turistas y visitantes es una alternativa para el descanso, el ocio y el turismo, con el solo hecho de interactuar con las propias comunidades, conocer su idiosincrasia, cultura y disfrutar del paisaje, la naturaleza y la gastronomía local y tradicional, hacen del turista o visitante una experiencia turística inolvidable, más aún con este tema de la pandemia COVID -19, el turismo rural comunitario ha venido en crecimiento.

El municipio “**SAN JUAN GIRÓN**”, ubicado en el departamento de Santander - Colombia donde se llevó a cabo el 15 de enero de 1631 su fundación, por Don Francisco Mantilla de los Ríos, con 391 años de historia y tradición, manteniéndose hoy en día su legado patrimonial, conservando su arquitectura tipo español ( Casas en tapia pisada con paredes blancas, balcones amplios, viviendas con aleros en su totalidad y sus techos con tejas de barro, calles empedradas que evocan el pasado y su particular color marrón en las puertas y ventanas), reconocimiento que mediante la Ley 163 del 30 de diciembre de 1959, “Ley de Defensa y Conservación del Patrimonio Histórico, Artístico y Monumentos Nacionales” , abre las puertas para que se diera la declaración de Monumento Nacional, mediante el decreto 264 del 12 de febrero de 1963, (Decreto 264, 1963).

Este municipio cuenta con 44 veredas de las cuales sobresalen las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael, en las cuales se inició la ruta del Turismo Rural Comunitario, creándose la Asociación Turismo Rural Comunitario-Paisaje Cultural Girones (ASTURGIRON); entidad sin ánimo de lucro, conformada por 25 familias campesinas, que han desarrollado 15 emprendimientos entre los cuales se desarrollan actividades de venta de empanadas de yuca, famosas por la elaboración en almidón, arroz, carne, queso, también existe la asociación de mujeres campesinas AMUCEM, las cuales ofrecen productos elaborados con guayaba, 3 miradores espectaculares donde se aprecia, el paisaje y la naturaleza de este escenario natural, cultivos de heliconias, café y guanábana en los cuales se realizan rutas, donde el turista y visitante se deleitan con los productos preparados por las manos campesinas de estas comunidades; también existe un cementerio indígena, pozos naturales, cascadas, gastronomía local y la conservación de la identidad cultural de estas comunidades rurales, que en forma asociativa han venido liderando los procesos para la conformación de la Ruta del Turismo Rural Comunitario y que no cuenta con la comercialización y promoción de la oferta turística del territorio.

## **2.2 Contexto de la industria de las agencias de viajes**

El Turismo es considerado por la Organización Mundial del Turismo - OMT como un sector económico de gran envergadura y crecimiento en el mundo. En este contexto, el Artículo 1 de Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo de Colombia), resaltó que el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y de sus entidades territoriales. Con esta ley y las otras normas que la han modificado como la Ley 1101 de 2006, Ley 1558 de 2012, Decreto Ley 2106 de 2019 y la Ley 2068 de 2020, se establecen el marco general, principios, definiciones, las autoridades competentes en el sector y los prestadores de servicios turísticos, entre otros aspectos.

Igualmente, el Decreto 1074 de 2015 y sus modificaciones (Decretos 229 de 2017, 2063 y 2119 de 2018), reglamentan aspectos como la inscripción en el Registro Nacional de Turismo, la contribución parafiscal, así como aspectos particulares atinentes a las agencias de viaje y oficinas de representaciones turísticas.

El Decreto Ley 2106 de 2019, conocido como ley anti-trámites incluye algunos componentes relacionados con aspectos de funcionamiento, vigilancia y control de los prestadores de servicios turísticos. Es preciso indicar que los actores del Turismo, como las agencias de viajes y oficinas de representaciones turísticas en Colombia deben conocer la normatividad mencionada, para que se consolide el sector como una industria motora de la economía del país.

## **2.3 Definiciones**

### ***2.3.1 Agencias de viajes***

Son Prestadores de Servicios Turísticos (PST) constituidas por personas naturales o jurídicas, que se dedican profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

### ***2.3.2 Plan o paquete Turístico***

Es la combinación previa de, por lo menos, dos o más servicios de carácter turístico, vendido u ofrecido como un solo producto y por un precio global. La facturación por separado de algunos de los servicios turísticos no exime a la Agencia de Viajes del cumplimiento de las obligaciones del presente título.

### ***2.3.3 Servicios complementarios***

Servicios turísticos adicionales a los básicos de alojamiento y de transporte, que pueden o no estar incluidos en el plan turístico.

### ***2.3.4 Plataformas Electrónicas o Digitales de Servicios Turísticos***

Son aquellas que permiten a los turistas:

- Buscar y encontrar un servicio turístico en su destino de viaje.
- Contactarse con el PST

- Reservar y/o pagar por el servicio.
- Intermedian entre el turista y el PST Cobrar una comisión, remuneración o tarifa de uso.

### ***2.3.5 Operador de Plataforma Electrónica o Digital de servicios turísticos***

Persona natural o jurídica que administra, opera o representa una plataforma electrónica o digital de servicios turísticos que presten y/o disfruten en Colombia.

## **2.4 Clasificación de las agencias de viajes en Colombia**

- **Agencias de Viajes y Turismo:** Venden planes turísticos
- **Agencias de Viajes Operadoras:** Operan planes turísticos.
- **Agencias de Viajes Mayoristas:** Programan y organizan planes turísticos

### ***2.4.1 Agencias de viajes y turismo***

Son las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a vender planes turísticos. Se caracterizan por:

- a) Organizar, promover y vender planes turísticos nacionales, para ser operados por las Agencias de Viajes Operadoras establecidas legalmente en el país.
- b) Organizar, promover y vender planes turísticos para ser operados fuera del territorio nacional.

- c) Reservar y contratar alojamiento y demás servicios turísticos.
- d) Tramitar y prestar asesoría al viajero en la obtención de la documentación requerida para garantizar la facilidad de desplazamiento en los destinos nacionales e internacionales.
- e) Prestar atención y asistencia profesional al usuario en la selección, adquisición y utilización eficiente de los servicios turísticos requeridos.
- f) Reservar cupos y vender pasajes nacionales e internacionales en cualquier medio de transporte.
- g) Operar turismo receptivo, para lo cual deberán contar con un departamento de turismo receptivo y cumplir con las funciones propias de las Agencias de Viajes Operadoras.

#### ***2.4.2 Agencias de viajes operadoras***

Son las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos. Se caracterizan por:

- a) Operar dentro del país planes turísticos, programados por Agencias de Viajes del exterior y del país.
- b) Organizar y promover planes turísticos para ser operados por ellas mismas, sus sucursales y agencias si las tuviera, de acuerdo con la ubicación de cada una de ellas dentro del territorio nacional.
- c) Prestar los servicios de transporte turístico de acuerdo con las disposiciones que reglamentan la materia.
- d) Brindar equipo especializado tal como implementos de caza y pesca, buceo y otros elementos deportivos, cuando la actividad lo requiera.

- e) Prestar el servicio de guianza con personas debidamente inscritas en el Registro Nacional de Turismo.

### **2.4.3 Agencias de viajes mayoristas.**

Son las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a programar y organizar planes turísticos. Se caracterizan por:

- a) Programar y organizar planes turísticos nacionales e internacionales, para ser ejecutados por Agencias de Viajes Operadoras y vendidos por Agencias de Viajes y Turismo.
- b) Programar y organizar planes turísticos para ser operados fuera del territorio nacional por sus corresponsales o agentes y para ser vendidos por las Agencias de Viajes y Turismo.
- c) Promover y vender planes turísticos hacia Colombia, para ser ejecutados por las Agencias de Viajes Operadoras establecidas en el país.
- d) Reservar y contratar alojamiento y demás servicios turísticos, para ser vendidos por las Agencias de Viajes y Turismo.

## **2.5 Requisitos de operación**

### **2.5.1 Requisitos de funcionamiento**

Previo al inicio de sus operaciones, las agencias de viajes y oficinas de representaciones turísticas deberán cumplir en su Municipio o Distrito:

- Inscribirse en el Registro Nacional de Turismo (RNT).
- Permiso de uso de suelo.

- Mantener vigente la matrícula mercantil de la Cámara de Comercio de su municipio o distrito.
- Inscribirse en el Registro Único Tributario (RUT).
- La comunicación de la apertura del establecimiento a la estación de la Policía Nacional.

Igualmente, durante el desarrollo de la actividad económica:

- Las normas referentes a los niveles de intensidad auditiva.
- Los horarios establecidos para la actividad económica desarrollada.
- Las condiciones de seguridad, sanitarias y ambientales.
- El objeto registrado en la matrícula mercantil.
- Mantener y presentar el comprobante de pago al día para aquellos establecimientos donde se ejecuten públicamente obras protegidas por derechos de autor.

### ***2.5.2 Requisitos de inscripción en el Registro Nacional de Turismo – RNT***

Las agencias de viajes en todas sus categorías deben cumplir los siguientes requisitos generales para la inscripción en el RNT:

- Estar inscritos previamente en el Registro Mercantil cuando se ostente la calidad de comerciante.
- Las actividades que el prestador pretende inscribir en el RNT deberán corresponder a la actividad comercial o el objeto social del Registro Mercantil.
- Diligenciar el formulario electrónico de inscripción y la actualización en el RNT, disponible en los sitios web de las cámaras de comercio. Entre la información a suministrar se debe incluir, la información técnica, operativa y financiera.

- Adherirse al código de conducta que promuevan políticas de prevención y eviten la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes en su actividad turística.
- Cuando se trate de inmuebles sometidos a régimen de propiedad horizontal, deberá informar si el inmueble está autorizado en el reglamento para la explotación de actividades comerciales.
- Copia de la certificación de las normas técnicas sectoriales de turismo de aventura.

### ***2.5.3 Requisitos especiales de las agencias de viajes y turismo, para la inscripción en el RNT***

- Indicar si es agencia de viajes, mayorista u operadoras.
- Las agencias de viajes podrán comercializar sus servicios en un local comercial o establecimiento de comercio electrónico o virtual.

### ***2.5.4 Contribución Parafiscal***

La Contribución Parafiscal para la Promoción, Sostenibilidad y Competitividad del Turismo es un gravamen con carácter de obligatorio creado por el artículo 40 de la Ley 300 de 1996, modificado por el artículo 34 de la Ley 2068 de 2020 con destino a la promoción, sostenibilidad y competitividad del turismo y cuyos ingresos son destinados en beneficio del mismo sector.

Los recursos recaudados se destinan a la ejecución de proyectos de infraestructura, competitividad, promoción y mercadeo con el fin de incrementar el turismo interno y receptivo, de acuerdo con la Política de Turismo que establezca el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

### **2.5.5 Requisitos para la publicidad e información**

Toda publicidad o información escrita sobre los planes o servicios turísticos ofrecidos por las Agencias de Viajes, deberá contener como mínimo:

- Clase de agencia de viajes.
- Categoría del establecimiento.
- Tarifas.
- Duración del plan turístico.
- Medios de transporte
- Servicios complementarios.
- Nombre del prestador de servicios turísticos.
- Dirección del prestador de servicios turísticos.
- Número de inscripción en el Registro Nacional de Turismo (RNT).
- Así mismo, deberá especificar claramente los servicios que no incluye.

### **2.6 Norma Técnica Colombiana (NTC)**

El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, ICONTEC, es el organismo nacional de normalización, según el Decreto 1595 de 2015. ICONTEC es una entidad de carácter privado, sin ánimo de lucro, cuya Misión es fundamental para brindar soporte y desarrollo al productor y protección al consumidor. Colabora con el sector gubernamental y apoya al sector privado del país, para lograr ventajas competitivas en los mercados internos y externos.

El turismo es uno de los principales segmentos económicos del mundo y es objeto de atención cada vez mayor debido a su potencial para contribuir al desarrollo sostenible y a los efectos que puede tener en las esferas ambiental, sociocultural y

económica. Las organizaciones de todo tipo en el sector del turismo reconocen cada vez más la necesidad de abordar las cuestiones de sostenibilidad en sus prácticas.

### ***2.6.1 Norma Técnica Colombia NTC 6502 – Sistema de Gestión de la Sostenibilidad para agencias de viajes. Requisitos.***

En este documento se establecen los requisitos de un sistema de gestión de la sostenibilidad para las agencias de viaje que deseen desarrollar e implementar políticas y objetivos sostenibles en la gestión de sus actividades, y servicios (ICONTEC, 2021).

### 3. MARCO LEGAL

El marco legal del turismo en Colombia se remonta a partir de la expedición de la **Ley 300 de 1996, Ley General del Turismo**, que resaltó la importancia de la industria turística como una de las más importantes para el país. En sus primeros alcances esta Ley establece cómo se debe planificar el turismo, se dieron las principales definiciones y principios, se creó el Viceministerio de Turismo y el Fondo de promoción turística”. También se implementó la contribución parafiscal para la industria, fondos que se destinaron para la promoción del país a nivel nacional e internacional y finalmente surgió la división de la Policía de Turismo.

Entre otras reformas que ha tenido la Ley 300 de 1996, han sido las siguientes:

- **Ley 1101 de 2006**, se aumentó el número de contribuyentes pasando de tres a 21 subsectores. Esos recaudos ya no solo se destinaron para promoción sino también para la competitividad. Se creó el impuesto progresivo al turismo, aplicado a visitantes extranjeros, surgió el banco de proyectos en el Fondo Nacional de Turismo y el Registro Nacional de Turismo, creado con la ley 300 de 1996, pasó a ser administrado por las cámaras de comercio.

- **Ley 1558 de 2012** volvió a reorganizar la industria creando los comités consultivos, de playas, seguridad turística, entre otros. Incluyó nuevas definiciones y principios como el término de capacidad de carga, incrementó el número de aportantes a la contribución parafiscal y legisla sobre la alianza turística. El DANE empezó a consolidar las cifras de la industria, el Fondo Nacional de Turismo pasó a denominarse FONTUR, aparecieron las primeras ideas del control a la hotelería

paralela y se contempló de manera obligatoria la certificación en sostenibilidad turística para los prestadores de servicios turísticos”.

- **Ley 2068 de 2020** La crisis sanitaria golpeó de manera directa a los sectores de la industria turística. Según cifras del DANE “se calculó una variación de -35,1 % entre 2019 y 2020”, explicó José David Arenas y agregó que “en mayo de 2020 los hoteles tuvieron una disminución de ingresos reales del 93, 5 % con relación a mayo de 2019”.

Bajo este panorama y buscando tener acciones a corto, mediano y largo plazo el Gobierno nacional estableció las siguientes modificaciones a la Ley Macro:

- Se amplió la definición de los términos: desarrollo social, económico y cultural generando con esto la introducción del concepto de desarrollo sostenible, explicó Arenas. El turismo sostenible empieza a ser un factor de competitividad e incorpora niveles mínimos de calidad, seguridad y sostenibilidad.
- Se estipula el concepto de accesibilidad: asegurar y facilitar el disfrute de los sitios turísticos por parte de la población que presenta cualquier tipo de discapacidad.
- Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia 2012.

#### **Otras leyes:**

- **Decreto 1836 del 2021.** Reglamenta las modificaciones con relación al Registro Nacional de Turismo – RNT y las obligaciones de los operadores de plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos prestados y/o disfrutados en Colombia.

- **Decreto 2438 de 2010.** Información sobre la responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de los servicios turísticos.
- **Decreto 502 de 1997.** Naturaleza y funciones de las Agencias de Viajes.
- Ley 2069 de 2020 de Emprendimiento.
- Política de Turismo Cultural.

## 4. MARCO METODOLÓGICO

En base a la finalidad de estudio para la presente investigación se llevó a cabo una investigación de tipo mixta, que consiste en recopilar, analizar e integrar tanto investigación cuantitativa como cualitativa. Johnson et al. (2006) en un “sentido amplio” visualizan a la investigación mixta como un continuo en donde se mezclan los enfoques cuantitativo y cualitativo, centrándose más en uno de éstos o dándoles el mismo “peso”.

El análisis de datos cualitativos consistió en comprender conceptos, opiniones, experiencias y comportamientos; teniendo como objetivo documentar en profundidad el estudio del caso. Se inicia el desarrollo de la metodología con el planteamiento del problema, los objetivos y la justificación del proyecto.

En el proceso cualitativo se llevó a cabo un ciclo de capacitaciones con participación de los asociados de ASTURGIRON, con talleres prácticos, en donde se trataron temas de sostenibilidad, legales, financieros y de diseño de producto.

Para la creación de los estudios financieros, análisis de mercadeo y oportunidades se utilizó el modelo de plan de negocios del “Manual Básico para las Operaciones de Turismo Comunitario – OTCs – Planes de Negocios”. (2010).

### 4.1 Fuentes de información

Eyssautier (2002) manifiesta que: La fuente de información es el lugar donde se encuentran los datos requeridos, que posteriormente se pueden convertir en información útil para el investigador. Los datos son todos aquellos fundamentos o

antecedentes que se requieren para llegar al conocimiento exacto de un objeto de estudio. Estos datos, que se deben recopilar de las fuentes, tendrán que ser suficientes para poder sustentar y defender un trabajo.

#### **4.1.1 Fuentes Primarias**

“Son todas aquellas donde se obtiene información directa, es decir, donde se origina la información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos.” (Dextre & Pretell, 2008, p. 72).

Para la construcción de la presente propuesta, fue necesario recopilar información del tipo primaria y de manera directa en el ámbito de la investigación:

- Entrevista semiestructurada: realizada a algunos asociados de ASTURGIRON, que tienen cargos en la Junta Directiva y a emprendedores turísticos, con el fin de conocer la percepción de cuál ha sido el beneficio de que el turismo llegue a la región.

Para la investigación actual, se confeccionó una estructura de preguntas (véase apéndice 3) que sirvieron de base para las entrevistas desarrolladas, las cuales tuvieron como centro de debate, aspectos como:

- Situación de la comunidad antes y después del turismo.
- Impactos positivos y negativos generados por el turismo.
- Sentir de la comunidad frente al desarrollo del turismo.
- Problemas y/o dificultades que enfrenta el turismo en la comunidad, y
- Expectativas y aspiraciones de la población en torno al desarrollo turístico del lugar.

Los resultados de la aplicación de las encuestas elaboradas se pueden visualizar del apéndice 04 al 08. Finalmente, toda la información recopilada sirvió como base para una segunda etapa de trabajo, en la cual se desarrollaron talleres de trabajo con miembros de la comunidad interesados en el turismo, donde finalmente se plasmó la información total recopilada sobre instrumentos metodológicos como el análisis FODA.

- Reunión participativa: talleres con los asociados de ASTURGIRON con el fin de indagar sobre el posible diseño de la imagen corporativa de la agencia de viajes, inventarios y facilidades turísticas de la región.

#### **4.1.2 Fuentes Secundarias**

“Ofrecen información sobre el tema por investigar, pero no son la fuente original de los hechos o situaciones, sino que los referencian.” (Dextre & Pretell, 2008, p. 72).

Para la presente investigación las fuentes secundarias empleadas fueron:

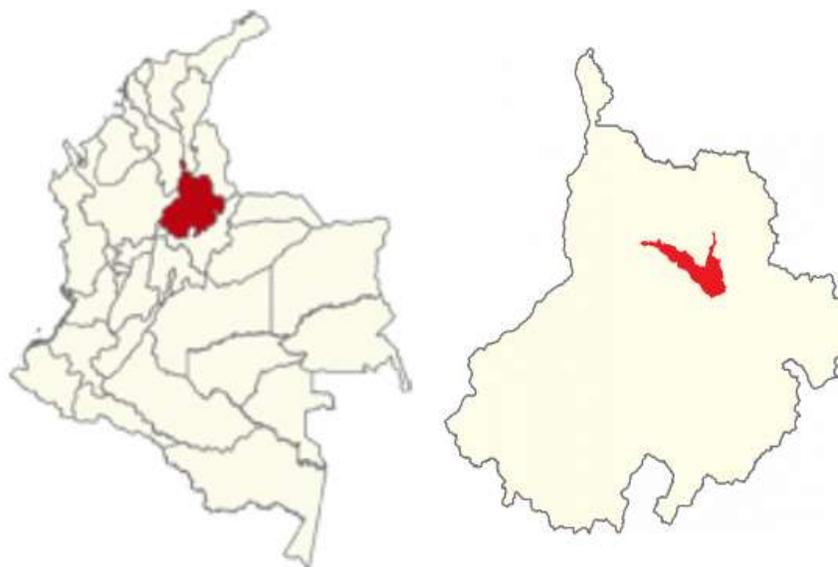
- Proyectos de grado
- Libros digitales
- Páginas web

## 5. DESARROLLO

### 5.1 Diagnóstico municipio San Juan Girón

#### 5.1.1 Ubicación geográfica

Girón "Monumento Nacional" de Colombia está ubicado en el Departamento de Santander a 7 kilómetros de su capital Bucaramanga y hace parte del Área Metropolitana de Bucaramanga junto con los municipios de Floridablanca y Piedecuesta. Pertenece a la Provincia de Soto.



**Figura 1.** Ubicación geográfica del municipio San Juan Girón. Fuente: pueblos patrimonio (2018)

Se encuentra a una distancia de 373 Km de Bogotá, a 532 Km de Santa Marta, a 575 Km de Barranquilla, a 692 Km de Cartagena y a 195 Km de Cúcuta.

Su cabecera está localizada a los 07° 04' 15" de latitud norte y 73° 10' 23" de longitud oeste.

### **5.1.2 Aspectos generales de la ciudad**

San Juan Girón, Monumento Nacional desde 1963. Calles empedradas, casas de fachadas blancas con tejas y macetas de barro, son parte importante de su muy bien conservada arquitectura colonial.

Los principales atractivos de este municipio, fundado en 1631, son la Parroquia, Iglesia San Juan Bautista, Santuario y Basílica Menor del Señor de los Milagros, Plazuela Nuestra Señora de las Nieves, el Parque Principal, Parque José Alejandro Peralta, la Casa de la Cultura, Puentes Los Mirtos, Puente Las Nieves, Puente San José, Puente el Moro, Puente San Benito y Puente Antón García, Las Visitas o Los Pasos de Bolívar, la Piedra de Fusilamiento, la Fuente, Palacio Consistorial (Alcaldía Municipal), Casa de los Nazarenos, Mansión del Frayle, la Alameda de las Nieves, el Malecón Turístico.

En sus calles es muy común encontrar gitanas que buscan adivinar la suerte de los visitantes leyendo las palmas de sus manos, así como un buen número de vendedores de raspao, una bebida ideal para refrescarse bajo los 27 grados promedio de temperatura.



**Figura 2.** Vista del parque principal del Municipio de Girón. Fuente: Hotel Las Nieves

Girón, también conocido como la Villa de Los Caballeros, cuenta con una oferta gastronómica, en la que resaltan los platos típicos y tradicionales como el mute Santandereano, el cabrito al horno, carnes a la parrilla, sin dejar de lado la tradicional fritanga Gironesa. Adicionalmente se cuenta con la ruta dulce, en el marco del Parque Peralta encontramos el famoso maracumix el original, y otras variedades como la piñamix, sandiamix, que son bebidas de frutas mezcladas, y los helados caseros de palito (corozo, maní, yuca, aguacate, coco, entre otros). Junto a Barichara y El Socorro, es uno de los tres pueblos patrimonio de Colombia ubicados en el departamento de Santander.

### ***5.1.3 Aspectos generales del sector rural***

El municipio San Juan Girón cuenta con un total de 42.688 hectáreas de extensión. Su población rural oscila en 19.665 habitantes (Proyección DANE). El municipio se encuentra conformado por 44 veredas y 4 corregimientos.

A tan solo 12 km aproximadamente del municipio de Girón, se encuentra la vereda San José de Motoso, que es el epicentro de la ruta de Turismo Rural Comunitario, durante su recorrido, se puede disfrutar de los cítricos como naranjas, mandarinas y cultivos de piña que aromatizan el olfato de los visitantes, allí encontramos también la iglesia San José de Motoso, cementerio indígena, pozos naturales, cascadas, miradores, la ruta de la guayaba y la exquisita gastronomía tradicional de la región. Otro de los disfrutes es recorrer los cultivos de café y cacao, degustando una taza para el deleite de los turistas y visitantes.



**Figura 3.** *Mirador al Embalse Topocoro.* Fuente: ASTURGIRÓN (2020)



**Figura 4.** *Mirador la Cueva.* Fuente: ASTURGIRÓN (2020)



**Figura 5.** *Cascada el manantial.* Fuente: ASTURGIRÓN (2020)



**Figura 6.** *Cementerio Indígena.* Fuente: ASTURGIRÓN (2020)

Siguiendo el recorrido en la parte alta llegamos al mirador Altamira donde se observa una panorámica espectacular del embalse de Topocoro y sobre el camino pasamos por la vereda San Rafael que conduce al embalse por la parte alta disfrutando del paisaje y panorámicas del embalse; por la parte baja las veredas Cabaña baja, Cabaña alta y Marta, se perfilan como el potencial de desarrollo

turístico sobre el embalse de Topocoro, para el disfrute del paisaje, deportes náutico y turismo de naturaleza.



**Figura 7.** *Hacienda Lenguerke.* Fuente: ASTURGIRÓN (2020)

#### **5.1.4 Clima y Temperatura**

La temperatura promedio en el municipio de Girón es de 28°C

#### **5.1.5 Vías de comunicación**

El Departamento de Santander posee una red vial que posibilita la conexión de sus poblaciones con la capital de la República, y desde allí, con el resto del territorio nacional. La troncal del Norte, que atraviesa los municipios de Barbosa, Socorro, San Gil y Bucaramanga, constituye una de las alternativas principales. Por otro lado, la troncal del Carare parte desde Barbosa hacia el municipio de Vélez, para conectar posteriormente con las poblaciones de Cimitarra y Puerto Olaya. Existen, además, otras vías pavimentadas que comunican a la capital santandereana con Cúcuta, en Norte de Santander; y hacia el occidente, con el municipio de Barrancabermeja. La troncal del Magdalena Medio, por la vía de

occidente, conecta a Santander con los departamentos de Tolima, Caldas y Antioquia.

El municipio San Juan Girón tiene conectividad aérea desde el Aeropuerto Internacional Palonegro a 15 minutos de recorrido en vehículo.

También hace parte de la conectividad terrestre el terminal de transportes de Bucaramanga, que dista 10 minutos del municipio de San Juan Girón.

### ***5.1.6 Análisis de la competencia del territorio***

Las agencias de viajes de turismo receptivo existentes ofrecen planes turísticos a los municipios del departamento de Santander que tienen oferta de turismo de aventura, gastronomía, naturaleza, que equidistan a por lo menos 2 o 3 horas de la ciudad de Bucaramanga, mientras que el producto de la Ruta de Turismo Rural Comunitario, desde el municipio de San Juan Girón está aproximadamente a una (1) hora de recorrido.

Los competidores reales de la Agencia de Viajes Operadora “Motoso Encanto y Naturaleza” son las agencias de viaje de turismo receptivo del área metropolitana de Bucaramanga, que ofrecen planes turísticos a municipios con potencial turístico como San Gil, Socorro, Barichara, también de un día y con una oferta variada en deportes de aventura y naturaleza. Asimismo, las asociaciones de turismo comunitario que se han establecido en otros municipios como Floridablanca, que presentan una oferta de turismo de naturaleza más enfocada al senderismo, caminatas ecoturísticas y principalmente con su atractivo turístico el Cerro del Santísimo.

En el municipio de Lebrija también se está desarrollando el turismo comunitario en las Veredas de San Gabriel, San Nicolas, Cantabria y la Vereda el Cerro de la Aurora con emprendimientos consolidados que ofrecen servicios de

turismo experiencial al interactuar con la naturaleza a visitantes, con actividades en el campo, turismo gastronómico con recetas y sabores ancestrales.

Otro municipio es Piedecuesta que tiene una asociación de turismo comunitario llamada los garroteros, con una oferta muy completa con la ruta de la mora, por sus extensos cultivos y además gastronomía como la trucha y el clima apropiado para el descanso y tiene un escenario llamado el Rasgón que presta servicios de educación ambiental, alojamiento, caminatas ecológicas.

### **5.1.7 Llegada de turistas nacionales e internacionales al municipio**

La siguiente información muestra la llegada de turistas nacionales e internacionales al municipio San Juan Girón desde el año 2019 a junio del año 2022.

**Tabla 1.**

*Llegada de turistas nacionales e internacionales al municipio*

Año	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros
2019	1.884	331
2020	711	90
2021	909	157
2022 (a 30 de junio)	563	61

Fuente: Punto de Información Turística (PIT) Municipio San Juan Girón



**Figura 8.** Llegada turistas nacionales e internacionales al municipio. Fuente: Elaboración propia, basada en la estadística del PIT del municipio San Juan Girón.

Teniendo en cuenta la estadística de llegada de turistas nacionales e internacionales al municipio San Juan Girón, se observa un alto flujo de turista en el 2.019 frente al año 2.020, donde hubo una gran disminución de turistas no solo en el municipio sino a nivel mundial, producto de la pandemia del COVID 2019.

Para el año 2.021 y transcurso del 2.022 se presenta un incremento en la llegada de turistas teniendo en cuenta la reactivación económica y la disminución de las medidas de protocolos de bioseguridad.

### 5.1.8 Matriz FODA San Juan Girón

A continuación se definieron las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas relacionadas con el desarrollo de la actividad turística en el municipio de San Juan Girón.

**Tabla 2.**

*Matriz DOFA*

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Valor del patrimonio cultural material e inmaterial del centro histórico representado en su historia, tradiciones y gastronomía.</li> <li>● Facilidad de conectividad vial y aérea del municipio que lo conecta con poblaciones cercanas.</li> <li>● Prestadores de servicios turísticos como alojamientos, restaurantes en el centro histórico del municipio.</li> <li>● La comunidad local se ha capacitado en turismo comunitario y está bien informada sobre conceptos básicos de turismo comunitario.</li> <li>● Abundante biodiversidad de flora, fauna y paisaje en la región.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Potencialidad de Colombia para atraer turistas interesados en cultura y naturaleza, debido a su riqueza natural y cultural.</li> <li>● Crecimiento gradual del turismo receptivo.</li> <li>● Aprovechamiento del área del embalse de Topocoro para el fortalecimiento de la agencia de viajes por medio de la empresa ISAGEN.</li> <li>● Interés de los turistas por un turismo experiencial y sostenible.</li> <li>● Mejoramiento de los ingresos y calidad de vida de los asociados de ASTURGIRON y comunidad en general.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Proyecto innovador en alianza con las comunidades locales y la alcaldía municipal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Inversión local por parte de los gobiernos en infraestructura y servicios públicos.</li> </ul>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Oferta limitada de programas de educación turística en el municipio.</li> <li>● Deficiencia en la infraestructura turística (inspección de policía, hospital, puesto de salud).</li> <li>● Las vías terciarias están en estado deficiente, don destapadas.</li> <li>● Servicios públicos básicos como (agua potable, alcantarillado, gas natural y conectividad de internet), deficientes para la prestación de servicios turísticos.</li> <li>● No hay una ruta de transporte intermunicipal entre el municipio San Juan Girón y las veredas.</li> <li>● Carencia de competencias laborales para el desarrollo de la actividad turística.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Destinos turísticos como San Gil y Barichara, que se encuentran a solo 120 km o dos horas de camino de Girón, y que tienen una infraestructura turística mayormente desarrollada, pudiendo inferir negativamente en el número de turistas que decidan visitar Girón.</li> <li>● Precios bajos en el mercado.</li> <li>● Incursión de nuevos competidores.</li> <li>● Las vías terciarias en mal estado, principalmente en invierno.</li> <li>● Cambios de gobiernos.</li> <li>● Falta de incentivos económicos para el fortalecimiento de los emprendedores.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia.

## **5.2 Estructura organizacional para la agencia de viajes**

Durante el desarrollo del proyecto se logró en los talleres de capacitación, consolidar las opiniones y apreciaciones de los asociados para definir los valores corporativos de la agencia de viajes, que se describen a continuación.

### **5.2.1 Misión**

Somos una agencia de viajes de Turismo Rural Comunitario, cuyas actividades están enfocadas en brindar a nuestros clientes experiencias mediante el contacto con la naturaleza y las actividades propias del campo, conservando las tradiciones de las comunidades campesinas y sus valores, promoviendo el desarrollo y calidad de vida de las familias mediante su participación en el mercado turístico sostenible.

### **5.2.2 Visión**

Consolidarnos para el 2030 como la agencia de viajes operadora, líder en programas de turismo rural comunitario del departamento de Santander, ofreciendo experiencias vivenciales en torno a las actividades propias de las comunidades rurales, comprometidos con el desarrollo turístico sostenible y regenerativo.

### **5.2.3 Objetivos corporativos**

- Garantizar a clientes actuales y potenciales la prestación de un servicio oportuno, ágil, idóneo que considere de primera mano las necesidades de estos con el objetivo de satisfacer sus necesidades.

- Generar bienestar para los colaboradores y sus familias mediante la oferta de puestos de trabajo dignos, con salarios justos y competitivos frente al mercado.
- Brindar satisfacción total a todos los clientes de la agencia.
- Generar ingresos permanentes a través de la venta de distintos paquetes turísticos que satisfagan las necesidades de los clientes, buscando que la excelente prestación de los servicios garantice un flujo constante y positivo que genere rentabilidad para la compañía, empleados y socios.

#### ***5.2.4 Razón Social y Sigla.***

Los asociados de ASTURGIRON, acuerdan libre y voluntariamente constituir un establecimiento comercial, cuya razón social para todos los efectos será: Agencia de Viajes Operadora “Motoso Encanto Natural”. Sociedad comercial, regida por las leyes colombianas vigentes, en especial por las disposiciones establecidas en el Código de Comercio y las demás que le sean aplicables.

#### ***5.2.5 Domicilio principal***

El domicilio principal de la Agencia de Viajes Operadora “Motoso Encanto Natural” será en la oficina de turismo de la plazuela de la Vereda San José de Motoso, en el municipio de San Juan Girón.

#### ***5.2.6 Duración***

La duración de la sociedad será indefinida, pero podrá disolverse y liquidarse en cualquier momento o prorrogarse en los casos, formas y términos previstos por la Ley.

### **5.2.7 Capital Social**

La Agencia de Viajes Operadora “Motoso Encanto Natural” se inscribirá con un capital social de \$10.000.000 millones de pesos mcte.

### **5.2.8 Objeto Social**

La Agencia de Viajes Operadora “Motoso Encanto Natural”, es una Agencia de Viajes Operadora, especializada en turismo que ofrece experiencias turísticas, en el municipio San Juan Girón, con productos turísticos de aventura, historia, naturaleza, ecoturismo, gastronomía y turismo rural comunitario, a turistas y visitantes tanto nacionales como internacionales. Atendidos por un equipo humano especializado y profesional y con la mejor disposición de calidad en el servicio.

### **5.2.9 Facilidades que se requiere para su funcionamiento**

Para su funcionamiento se requiere inicialmente:

- Director ejecutivo: importante para llevar a cabo la administración, control y seguimiento del funcionamiento de la agencia de viajes, vender los planes y programas turísticos, manejo de redes sociales, proyección de ventas.
- Secretaria: que haga las veces de recepcionista, con funciones de secretariado, contable y archivo.
- Un contador público: que ejerce funciones contables y financieras de la empresa.

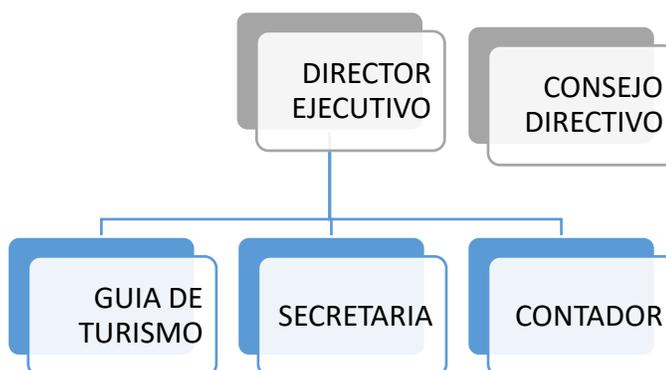
### 5.2.10 Estructura organizacional

La Agencia de Viajes Operadora “Motoso Encanto Natural”, cimentará su sistema organizacional en dos áreas: área administrativa y comercial, que se encuentran bajo la dirección y manejo del director ejecutivo.

El Consejo Directivo será el órgano de control y de toma de decisiones, frente al manejo administrativo, financiero y comercial de la agencia de viajes.

El área comercial se ocupará del diseño de las rutas y programas turísticos, de las estrategias para llegar a nuevos mercados, manejo de las redes sociales, de las estrategias de promoción y el posicionamiento de la imagen empresarial.

En la figura 9 se encuentra la estructura gráfica del sistema de cargos distribuido para la Agencia de Viajes Operadora “Motoso Encanto Natural”.



**Figura 9.** Organigrama Agencia de Viajes Operadora “Motoso Encanto Natural”. Fuente: Elaboración propia

### 5.3 Marco legal empresarial

**Paso 1. Consulta homonimia:** Esta consulta se realiza en la página [www.sintramites.com](http://www.sintramites.com) y permite conocer si existen o no otras empresas o establecimientos a nivel nacional con el mismo nombre de la empresa que se va a crear. No se matricula a una persona natural o jurídica, ni un establecimiento de comercio, sucursal o agencia que tenga un nombre idéntico a otro ya inscrito.

Para el caso de Motoso Encanto Natural se encontró que el nombre aún no se encuentra registrado (ver figura 10).



The screenshot shows the website interface for the Cámara de Comercio de Bucaramanga. At the top left is the logo and name of the chamber. A navigation bar includes 'Inicio', 'Como Ser Empresario', and 'Consulta de Documentos'. The main heading is 'Consulta de Homonimia', with a sub-note: 'Para el diligenciamiento de los formularios el usuario debe registrarse en el portal. Para ellos se debe solicitar algunos datos necesarios.' Below this are two search options: 'Buscar Por Nombre' and 'Buscar Por Palabra Clave'. The 'Razón Social' search field contains the text 'motoso encanto natural' and a 'Buscar' button. A message at the bottom of the form reads: 'El Nombre 'MOTOSO ENCANTO NATURAL' No Existe. Este Nombre Estará Sujeto A Revisión Posterior Por Parte De La Cámara De Comercio.'

**Figura 10.** Consulta de homonimia. Fuente: Elaboración propia

**Paso 2. Consulta de la actividad económica.** Antes de diligenciar los formularios para el registro de la empresa como persona natural o jurídica, es importante llevar a cabo la clasificación de la actividad económica; para ello deberá

identificar el Código Industrial Internacional Uniforme (CIIU) correspondiente a su actividad empresarial.

Para el caso de la Agencia de Viajes Operadora “Motoso Encanto Natural” se identificaron los siguientes códigos CIIU:

- Código CIIU 7911 Actividades Agencias de Viajes.
- Código CIIU 7990 Otros servicios de reserva y actividades relacionadas.

**Paso 3. Consulta de Marca.** La protección de las marcas como bienes susceptibles de derecho de dominio se obtiene mediante el registro en la Superintendencia de Industria y Comercio.

La marca permite que los consumidores identifiquen el producto o servicio y lo recuerden, de forma que puedan diferenciarlo de uno igual o semejante ofrecido por otro empresario. Los consumidores son más propensos a adquirir un producto del cual recuerdan la marca que de aquellos que no logran identificar.

**Paso 4. Solicitud formato de RUT.** Presentar copia del RUT, en caso de no tener RUT, puede solicitarlo a través del portal de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co) que contenga la anotación “Para trámite en cámara” o por medio de la Cámara de Comercio.

**Paso 5. Estatutos persona jurídica.** Cuando se presenta para la inscripción elaborar un acta de la reunión de socios, de asociados, o accionistas según el caso etc. o el documento privado, donde conste la constitución de la persona jurídica, y en la misma se deben establecer los estatutos o remitirse un anexo que los contenga. El acta o el documento privado debe ser suscrito y firmado por todos los socios.

**Paso 6. Diligenciamiento del formulario de registro.** Formularios RUES.

**Paso 7. Cancelación de los derechos de inscripción.**

**Tarifas del registro mercantil:**

- Persona jurídica: Derechos de inscripción de acuerdo con el activo total destinado al desarrollo de la actividad mercantil y según los valores fijados en las tarifas del Registro Mercantil.
- Más el 0.7% Impuesto de Registro sobre el monto total de su capital.

**Paso 8. Certificado de matrícula ante la Cámara de Comercio del municipio/ciudad**

- Una vez inscrito como persona natural o jurídica, solicitar el certificado de matrícula o el de existencia y representación legal según el caso.
- La matrícula mercantil deberá renovarse durante los tres primeros meses de cada año.
- En caso de modificar o ampliar la actividad económica informar a la DIAN

**Paso 9. Solicitud de Resolución que autoriza la numeración de la facturación**

- Suministrar información de una cuenta corriente o de ahorros activa, de una entidad vigilada por la Superintendencia Financiera.
- Tener actualizado el RUT, especialmente en lo relacionado con nombre o razón social, dirección, responsabilidad para facturar y establecimientos de comercio.
- Presentar certificado cámara de comercio.
- Presentar la solicitud a través de la página de la [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co) por medio del formato 1302 “Solicitud de numeración de facturación” o diligenciar directamente el formulario en las instalaciones de la DIAN.
- La numeración de la facturación tiene una vigencia de 2 años.

### **Paso 10. Registro libros de contabilidad**

De acuerdo con lo estipulado en el Decreto 019 de 2012, los libros que deben inscribirse son:

- Comerciantes: libros de registro de socios o accionistas y los de actas de asamblea y juntas de socios.

### **Paso 11. Registro Nacional de Turismo Inscripción – Decreto 229 de 2017**

A partir del 1° de marzo de 2012 los prestadores de servicios turísticos deben inscribirse a través del portal del Registro Único Empresarial y Social – RUES [www.rues.org.co](http://www.rues.org.co) accediendo por el vínculo del ‘Registro Nacional de Turismo’ (<http://rnt.rue.com.co/> eligiendo la Cámara de Comercio que le corresponda), de acuerdo con lo establecido en el artículo 166 del Decreto Ley 019 del 10 de enero de 2012 y el cumplimiento de los requisitos generales y específicos establecidos en el Decreto 229 de 2017 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, s.f.).

Antes de realizar la solicitud de inscripción en el Registro Nacional de Turismo, cerciórese que:

- La empresa esté debidamente registrada ante la cámara de comercio.
- Que tenga inscrito ante la cámara de comercio, el establecimiento de comercio por medio del cual se prestará el servicio turístico.
- Que la actividad comercial y/o el objeto social, corresponda o contemple actividades y/o funciones del prestador de servicios turísticos que se pretende inscribir.

## 5.4 Plan de capacitación

En cumplimiento a los objetivos del proyecto, se desarrolló el plan de capacitación (ver apéndice 9), dirigido a los asociados de ASTURGIRÓN que durante varias jornadas participaron activamente, tratando diversos temas relacionados con la normalización turística, formalización empresarial, costos de paquetes turísticos, marketing, y que tuvieron su principal enfoque en la propuesta enmarcada para la creación de la agencia de viajes operadora. A continuación se presenta el desarrollo del plan de capacitación contenido en las tablas 3, 4, 5, 6 y 7.

**Tabla 3.**

*Capacitación Sensibilización y Normalización Turística*

<b>Tema capacitación:</b>	Sensibilización y Normalización Turística (ver apéndice 10 registro asistencia capacitación)
<b>Fecha:</b>	12 agosto de 2022
<b>Lugar:</b>	Salón Comunal Vereda San José de Motoso
<b>Expositor:</b>	Edgar Vargas Hernández – William Murillo Mantilla



Tema capacitación:	Sensibilización y Normalización Turística (ver apéndice 10 registro asistencia capacitación)
	
<p>En esta capacitación se desarrollaron los siguientes temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Ley general de Turismo</li> <li>● Marco institucional</li> <li>● Legislación o normatividad turística</li> <li>● Principios rectores de la actividad turística</li> <li>● Registro Nacional de Turismo</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

#### Tabla 4.

*Capacitación Diseño de programas y paquetes turísticos.*

Tema capacitación:	Diseño de programas y paquetes turísticos (ver apéndice 11 registro asistencia capacitación)
<b>Fecha:</b>	18 agosto de 2022
<b>Lugar:</b>	Salón Comunal Vereda San José de Motoso
<b>Expositor:</b>	Nelly Olarte – Representante legal Agencia de Viajes UNITURISMO

Tema capacitación:	Diseño de programas y paquetes turísticos (ver apéndice 11 registro asistencia capacitación)
	Edgar Vargas Hernández – Gobernación de Santander



En esta capacitación se desarrollaron los siguientes temas:

- ¿Qué es un mercado?
- Enfoque de mercado
- Producto Turístico
- Principios para desarrollar un paquete turístico
- Factores a considerar en la estructuración de un paquete
- Determinación del precio de los paquete

Tema capacitación:	Diseño de programas y paquetes turísticos (ver apéndice 11 registro asistencia capacitación)
<p>En esta capacitación se tuvo como invitados a la Señora Nelly Olarte representante de la agencia de viajes UNITURISMO y el señor Edgar Vargas Hernández funcionario de la Secretaria de Cultura y Turismo de la Gobernación de Santander, quienes al inicio de la capacitación presentaron las experiencias de los procesos en la organización de los paquetes turísticos tanto a nivel privado como institucional.</p> <p>Se realizó un taller aplicando el Formato único para la elaboración de inventarios turísticos (ver apéndice 12), en el cual una vez organizado grupos de tres (3) personas, plasmaron los recursos turísticos de las veredas involucradas en el proyecto de la ruta del turismo rural comunitario (San José de Motoso, Altamira y San Rafael). También se trabajó en el listado de facilidades turísticas (ver apéndice 13), que son las que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor.</p>	

Fuente: elaboración propia

### **Tabla 5.**

#### *Capacitación Constitución legal*

Tema capacitación:	CONSTITUCIÓN LEGAL: Actividad Económica CIU, Registro Nacional de Turismo – Tipos de Empresa (ver apéndice 14 registro asistencia capacitación)
<b>Fecha:</b>	25 agosto de 2022
<b>Lugar:</b>	Salón Comunal Vereda San José de Motoso
<b>Expositor:</b>	Doris Prada- Cámara de Comercio

Tema capacitación:	CONSTITUCIÓN LEGAL: Actividad Económica CIUU, Registro Nacional de Turismo – Tipos de Empresa (ver apéndice 14 registro asistencia capacitación)
--------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



En esta capacitación se desarrollaron los siguientes temas:

- Formalidad empresarial
- Inscripción ante las Cámaras de Comercio
- Deberes de los comerciantes
- Requisitos inscripción ante la Cámara de Comercio
- ¿Cuáles son los tipos de Sociedades Comerciales en Colombia?

Tema capacitación:	CONSTITUCIÓN LEGAL: Actividad Económica CIU, Registro Nacional de Turismo – Tipos de Empresa (ver apéndice 14 registro asistencia capacitación)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• RNT</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

### Tabla 6.

*Capacitación Manejo administrativo, contable y financiero – Diseño de imagen corporativa de la agencia de viajes*

Tema capacitación:	Manejo administrativo, contable y financiero - Diseño de imagen corporativa de la agencia de viajes (ver apéndice 15 registro asistencia capacitación)
<b>Fecha:</b>	01 septiembre de 2022
<b>Lugar:</b>	Salón Comunal Vereda San José de Motoso
<b>Expositor:</b>	Sergio Mauricio Valencia – Publicista Yorlewison Farley Castro - Contador



Tema capacitación:	Manejo administrativo, contable y financiero - Diseño de imagen corporativa de la agencia de viajes (ver apéndice 15 registro asistencia capacitación)
	
<p>En esta capacitación se desarrollaron los siguientes temas:</p> <p><b>Manejo administrativo, contable y financiero.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Manejo administrativo de una empresa de servicios turísticos.</li> <li>● Manejo contable y tributario de una empresa de servicios turísticos.</li> </ul> <p><b>Diseño de imagen corporativa de la agencia de viajes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Qué es un logotipo?</li> <li>● ¿Qué características debe tener un logo?</li> <li>● Componentes de un logotipo</li> <li>● Promoción y mercadeo en redes</li> </ul>	
<p>En grupo de 3 participantes se realizó el taller “Diseño de Imagen Corporativa” donde cada grupo expresó a través de un cuestionario (ver apéndice 16, 17 y 18) sus ideas de acuerdo al entorno y territorio los servicios que ofrecen en su negocio, los principales competidores, que consideraciones de colores le gustaría para la imagen corporativa de la agencia de viajes, describir un slogan y que elementos particulares de la ruta del turismo comunitario le gustaría incluir en el logo de acuerdo a la flora, fauna y la cultura de la región.</p>	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 7.***Capacitación Costos paquetes turísticos*

<b>Tema capacitación:</b>	Capacitación Costos de Paquetes Turísticos (ver apéndice 19 registro asistencia capacitación)
<b>Fecha:</b>	08 septiembre de 2022
<b>Lugar:</b>	Salón Comunal Vereda San José de Motoso
<b>Expositor:</b>	William Murillo Mantilla – Estudiante UCI



En esta capacitación se desarrollaron los siguientes temas:

- Costos fijos – costos variables
- Estructura de costo
- Gastos

- Margen de ganancia
- Imprevistos
- Comisiones
- Impuestos en Colombia
- Pago del parafiscal
- Precio

Fuente: Elaboración propia

## 5.5 Identidad corporativa de la agencia de viajes

Para el taller de la identidad e imagen corporativa de la agencia de viajes, se contó con la participación de un experto en Publicidad y Mercadeo, quien dirigió el taller, involucrando a los asociados de ASTURGIRÓN, aplicando un formato con preguntas (ver apéndice 16, 17 y 18), que direccionaron el contexto de la creación del logotipo y nombre de la agencia de viajes el cual se muestra a continuación:



**Figura 11.** Logotipo Motoso Encanto Natural. Fuente: Valencia (2022)

## 5.6 Esquema de precios -costos

Los precios se fijarán de acuerdo con lo que está ofreciendo el mercado competidor en los programas y planes turísticos que se ofertan como pasadías a sitios turísticos del área metropolitana y a los destinos turísticos regionales, de acuerdo con el mercado del turismo doméstico y receptivo; y a partir de los costos de operación como es el transporte, alimentación, guía de turismo, refrigerio, seguro de viaje, visitas a sitios de interés definidos dentro de la Ruta.

Utilizaremos un sistema de precios basados en la competencia, pero teniendo en cuenta las necesidades del cliente, los precios irán variando en función de los servicios solicitados. Para esto contaremos con acuerdos comerciales con las agencias de viajes de turismo receptivo y operadores de turismo, como también con los aliados “prestadores de servicios turísticos de San Juan Girón”. Siempre garantizando los mejores precios y la calidad del servicio.

En la estrategia de precios se tendrá en cuenta los siguientes conceptos:

- **Objetivos financieros:** el margen de rentabilidad estimado es de un 30 % por cada uno de los paquetes turísticos ofrecidos y conocer las tasas de retorno sobre las inversiones y las ventas.
- **Objetivos de competitividad:** siendo “Motoso Encanto y Naturaleza” una agencia de viajes especializada en Turismo Rural Comunitario, se logrará una posición en el mercado frente a las empresas competidoras, teniendo en cuenta que en el departamento de Santander, no se encuentra una agencia de viajes con segmentos específicos en el mercado.
- **Objetivos de imagen:** Es mantener la presencia de la empresa en la conciencia del público, mantener o aumentar las ventas, darle cierto prestigio a la empresa y a través de su símbolo o ícono respaldar

campañas publicitarias, fomentar la publicidad espontánea y reducir costos de publicidad.

A continuación se muestra la estructura de precios fijados para cada ruta en pesos colombianos, equivalente 1 US dólar a \$4.974 pesos colombianos.

**Tabla 8.**

*Costo del paquete – Ruta del Café y de la Guanábana*

<b>COSTO DEL PAQUETE - RUTA DEL CAFÉ Y DE LA GUANÁBANA</b>		
<b>ITEM</b>	<b>20 PAX</b>	<b>10 PAX</b>
Transporte	\$ 33.333	\$ 45.000
Guía turismo	\$ 6.667	\$ 12.000
Asistencia médica	\$ 4.000	\$ 4.000
Almuerzo	\$ 20.000	\$ 20.000
Refrigerio	\$ 5.000	\$ 5.000
Entradas (2)	\$ 9.000	\$ 9.000
<b>Costo total</b>	<b>\$ 78.000</b>	<b>\$ 95.000</b>
<b>Precio con margen de utilidad del 30%</b>	<b>\$ 111.429</b>	<b>\$ 135.714</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 9.**

*Costo del paquete – Ruta de la Guayaba*

<b>COSTO DEL PAQUETE - RUTA GUAYABA</b>		
<b>ITEM</b>	<b>20 PAX</b>	<b>10 PAX</b>
Transporte	\$ 25.000	\$ 35.000
Guía turismo	\$ 6.667	\$ 12.000

<b>COSTO DEL PAQUETE - RUTA GUAYABA</b>		
<b>ITEM</b>	<b>20 PAX</b>	<b>10 PAX</b>
Asistencia médica	\$ 4.000	\$ 4.000
Almuerzo	\$ 20.000	\$ 20.000
Refrigerio	\$ 5.000	\$ 5.000
Entradas (2)	\$ 6.000	\$ 6.000
<b>Costo total</b>	<b>\$ 66.667</b>	<b>\$ 82.000</b>
<b>Precio con margen de utilidad del 30%</b>	<b>\$ 95.238</b>	<b>\$ 117.143</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 10.**

*Costo del paquete – Ruta Ancestral y Naturaleza.*

<b>COSTO RUTA ANCESTRAL Y NATURALEZA</b>		
<b>ITEM</b>	<b>20 PAX</b>	<b>10 PAX</b>
Transporte	\$ 25.000	\$ 35.000
Guía turismo	\$ 6.667	\$ 12.000
Asistencia médica	\$ 4.000	\$ 4.000
Almuerzo	\$ 20.000	\$ 20.000
Refrigerio	\$ 5.000	\$ 5.000
Entradas (3)	\$ 9.000	\$ 9.000
<b>Costo total</b>	<b>\$ 69.667</b>	<b>\$ 85.000</b>
<b>Precio con margen de utilidad del 30%</b>	<b>\$ 99.524</b>	<b>\$ 121.429</b>

Fuente: Elaboración propia.

## **5.7 Paquetes turísticos de la agencia de viajes operadora “Motoso encanto y naturaleza”**

Un paquete turístico es el total de beneficios que obtiene un cliente cuando realiza la compra, incluye: el producto mismo, la disponibilidad, la garantía, el servicio de posventa y la asistencia que ofrece el vendedor, así como los esquemas de financiación y las relaciones personales.

### **Definiciones:**

- Paquete: concepto específico de producto destino, suma de servicios – duración – precio.
- Plan: alternativas del paquete en función de la categoría de los servicios, plan alimentación.
- Programa: itinerario de viaje en número de días.

El producto que ofrece la Agencia de Viajes Operadora “Motoso Encanto y Naturaleza”, está definido como el producto turístico conformado por los servicios tangibles e intangibles que ofrece la Ruta del Turismo Rural Comunitario. Basado en los paquetes turísticos que traen consigo un conjunto de bienes y servicios entre los que encontramos servicios de alojamiento, gastronomía, visitas guiadas a cultivos propios de la región, transporte, visita a atractivos naturales como cascadas, pozos naturales, cementerio indígena, miradores naturales y artesanías.

Para tener más claro los servicios a ofrecer, se diseñaron los siguientes planes turísticos:

### **5.7.1 Ruta del Café y de la Guanábana.**

**Parador Turístico, café, historia, miradores Embalse Topocoro y cultivos de guanábana**



**Figura 12.** Ruta del Café y de la Guanábana. Fuente: ASTURGIRON (2022)

Sobre la vía a la vereda Altamira, una parada que no puede faltar es en el Parador Turístico las Palmas, para disfrutar de un mirador de paisaje natural y de los servicios de alimentos y bebidas que ofrece el lugar. Siguiendo el recorrido encontramos la Finca Santa Helena, para vivir la experiencia de conocer acerca de la cultura cafetera y disfrutar de una taza de café producido por la asociación Girocafé. También encontramos un mirador donde se aprecia el Embalse de Topocoro.

A 6 kilómetros aproximadamente de recorrido, en transporte, llegamos a la vereda San Rafael en donde se observa algo de historia en la hacienda Geo Von Lenguerke, continuamos la aventura y encontramos el mirador Rosa Blanca, sitio donde se aprecia el Embalse de Topocoro en todo su esplendor. Para finalizar el recorrido, visitaremos la finca el Caraño, donde realizamos la ruta de la guanábana y deleitamos la exquisita oferta gastronómica como el sorbete, masato y guarapo (elaborados de la fruta de la Guanábana).

### ¿Qué incluye este plan?

- Transporte Local en la ruta Girón – Vereda San José de Motoso - Altamira – San Rafael y Girón.
- Visita: Parador turístico Las Palmas, Finca Santa Helena (degustación taza de café), mirador Embalse Topocoro, Hacienda Geo Von Lenguerke, visita mirador Rosa Blanca sitio donde se aprecia el Embalse de Topocoro en todo su esplendor, visita a la Finca el Caraño para disfrutar de un sorbete de guanábana.
- Alimentación: (1) merienda (1) almuerzo tradicional.
- Tarjeta de asistencia médica.
- Coordinador de grupo.

**Tabla 11.**

*Precio pasadía Ruta Del Café y de la Guanábana*

PASADIA Según # pax en el grupo	20 pax	10 pax
	VALOR PERSONA	
Adulto	<b>\$ 111.429</b>	<b>\$ 135.714</b>

PASADIA Según # pax en el grupo	20 pax	10 pax
	VALOR PERSONA	
0 – 4 años	<b>\$ 25.000</b>	<b>\$ 25.000</b>

Fuente: Elaboración propia

### 5.7.2 Ruta de la Guayaba.

#### Gastronomía local, heliconia y cascada cristalina



**Figura 13.** Ruta de la Guayaba. Fuente: ASTURGIRON (2022)

En pleno centro de la plazoleta de San José de Motoso, encontramos las empanadas las Gemelas, tradicionales por su elaboración en yuca, a pocos metros la capilla San José de Motoso y los exquisitos bocadillos de guayaba, hechos por las manos de las mujeres emprendedoras de la asociación AMUCEM, en este mismo lugar, emprendemos la Ruta de la Guayaba, para vivir la experiencia del proceso de la siembra, cosecha y comercialización.

Seguidamente visitaremos los cultivos de Heliconias que hacen parte de la decoración del paisaje, disfrutando de la aventura, realizamos una caminata ecológica y descendemos hacia las cascadas el manantial para disfrutar de sus aguas cristalinas.

### ¿Qué incluye este plan?

- Transporte Local en la ruta Girón – Vereda San José de Motoso – Girón.
- Visita asociación AMUCEM para disfrutar de una experiencia con productos de la guayaba, recorrido por la ruta de la guayaba, visita a cultivos de heliconias, caminata por sendero ecológico e ingreso a las cascadas el manantial.
- Alimentación: (1) Merienda, (1) Almuerzo tradicional.
- Tarjeta de asistencia médica.
- Coordinador de grupo.

**Tabla 12.**

*Precio pasadía Ruta De la Guanábana*

PASADIA Según # pax en el grupo	20 pax	10 pax
	VALOR PERSONA	
Adulto	<b>\$ 95.238</b>	<b>\$ 117.143</b>
0 – 4 años	<b>\$ 25.000</b>	<b>\$ 25.000</b>

Fuente: Elaboración propia

### **5.7.3 Ruta Ancestral y Naturaleza.**

#### **Mirador los ángeles, cementerio indígena, caminata ecológica y pozos naturales**



**Figura 14.** *Ruta Ancestral y Naturaleza.* Fuente: ASTURGIRON (2022)

Llegar al Mirador los Ángeles es disfrutar del paisaje que nos ofrece, con una panorámica donde se observan los municipios de Lebrija, Bucaramanga, Zapatoca y Betulia, el aeropuerto internacional Palonegro y el condominio Ruitoque. Más adelante sobre la misma ruta, llegamos al Mirador la Cueva, en el cual se aprecia una panorámica con un paisaje verde lleno de naturaleza.

Descendemos de los miradores y durante un recorrido de aproximadamente 10 minutos en transporte, encontramos una finca muy particular con un cementerio indígena y caminos para realizar recorridos ecoturísticos, que nos conducen a los pozos de aguas naturales de don Beto, los cuales ofrecen espacios para la recreación y la familia.

### ¿Qué incluye este plan?

- Transporte Local en la ruta Girón – Vereda San José de Motoso –Girón.
- Visita Mirador los Ángeles, Mirador la Cueva, cementerio indígena, recorrido por sendero ecológico, disfrute de baño en pozos naturales.
- Alimentación: (1) merienda y (1) almuerzo tradicional – degustación de helados caseros tradicionales.
- Tarjeta Asistencia Médica.
- Coordinador de grupo.

**Tabla 13.**

*Precio pasadía Ruta Ancestral y Naturaleza*

PASADIA Según # pax en el grupo	20 pax	10 pax
	VALOR PERSONA	
Adulto	<b>\$ 99.524</b>	<b>\$ 121.429</b>
0 – 4 años	<b>\$ 25.000</b>	<b>25.000</b>

Fuente: Elaboración propia

## 5.8 Estudio financiero

Para la prestación del servicio de los paquetes turísticos que ofrece “Motoso Encanto Natural” es necesario realizar los estados y proyecciones financieras que permitirán conocer y analizar en detalle, los movimientos de dinero que efectuará la empresa. Estas son herramientas que orientan la toma de decisiones ante cambios y situaciones que involucren inversiones, gastos, compras, contrataciones u otros flujos de dinero.

### 5.8.1 Estimación de la demanda

El público objetivo proyectado inicial son los habitantes del mismo municipio San Juan Girón, que oscila en promedio según cifras del DANE, en 173.841 habitantes, de los cuales si calculamos un 5% de la población, estaríamos promediando 8.692 visitantes, de los cuales el 11% (956) visitantes al mes y 11.472 al año visitarán la ruta del turismo rural comunitario.

### 5.8.2 Inversiones

Las inversiones del proyecto están conformadas por dos ítems, la instalación del proyecto (activos fijos) y la etapa de funcionamiento (capital del trabajo).

**Tabla 14.**

*Activos de la Agencia*

Activos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadores	2	\$ 2.000.000	\$ 4.000.000
Impresoras (Escáner-fotocopiadora)	1	\$450.000	\$ 450.000
Teléfono	1	\$150.000	\$ 150.000
Escritorios	2	\$ 950.000	\$ 1.900.000
Sillas de escritorio	2	\$ 250.000	\$ 500.000
Silla tándem 4 puestos (sala de espera)	1	\$ 890.000	\$ 890.000
Archivador	2	\$ 480.000	\$960.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 8.850.000</b>

Fuente: Elaboración propia

### 5.8.3 Inversión inicial

**Tabla 15.**

*Inversión inicial*

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
<b>Activos fijos</b>	\$ 8.850.000
<b>Efectivo-</b>	\$ 10.000.000
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$ 18.850.000
<b>Aporte de los socios</b>	<b>\$ 3.000.000</b>
<b>Aporte ISAGEN</b>	<b>\$ 15.850.000</b>

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la inversión inicial para el funcionamiento del primer año se requiere un valor de \$18.850.000 valor del cual el 84% será financiado con el proyecto de ISAGEN y el 16% corresponde a los aportes de los socios.

### 5.8.4 Gastos administrativos y ventas

Corresponden a los gastos que se generan por el funcionamiento de la agencia: servicios públicos, gastos personal administrativo, útiles y papelería, mercadeo y publicidad. En la figura 15 se encuentra el presupuesto de gastos administrativos y ventas del primer año de funcionamiento de la agencia y en la figura 16 la proyección de los primeros cinco años de operación de la agencia, proyectando un incremento anual del 2% en los gastos.

CONCEPTO	SALARIO O PRESTACIÓN	AUX. TRANSPORTE	APORTE PARAFISCALES	SALUD	PENSIÓN	PRESTACIONES SOCIALES	TOTAL DEVENGADO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
DIRECTOR EJECUTIVO	\$ 1,800,000	\$ 0	\$ 72,000	\$ 153,000	\$ 216,000	\$ 392,985	\$ 1,800,000	\$ 2,633,985	\$ 31,607,820
CONTADOR (PRESTACIÓN DE SERVICIOS)	\$ 600,000						\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 7,200,000
GUIA DE TURISMO	\$ 1,000,000	\$ 117,172	\$ 40,000	\$ 85,000	\$ 120,000	\$ 243,907	\$ 1,117,172	\$ 1,606,079	\$ 19,272,943
SECRETARIA	\$ 1,000,000	\$ 117,172	\$ 40,000	\$ 85,000	\$ 120,000	\$ 243,907	\$ 1,117,172	\$ 1,606,079	\$ 19,272,943
<b>TOTAL GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>								<b>\$ 6,446,142</b>	<b>\$ 77,353,705.85</b>
PAPELERIA								\$ 100,000	\$ 1,200,000
ÚTILES DE ASEO Y CAFETERIA								\$ 80,000	\$ 960,000
SERVICIOS PÚBLICOS								\$ 200,000	\$ 2,400,000
ARRIENDO								\$ 150,000	\$ 1,800,000
PUBLICIDAD								\$ 100,000	\$ 1,200,000
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS</b>								<b>\$ 7,076,142</b>	<b>\$ 84,913,706</b>

Figura 15. Presupuesto de Gastos Administrativos. Fuente: Elaboración propia

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 2,400,000	\$ 2,448,000	\$ 2,496,960	\$ 2,546,899	\$ 2,597,837
ARRIENDO	\$ 1,800,000	\$ 1,836,000	\$ 1,872,720	\$ 1,910,174	\$ 1,948,378
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	\$ 77,353,706	\$ 78,900,780	\$ 80,478,796	\$ 82,088,371	\$ 83,730,139
ÚTILES DE ASEO Y CAFETERIA	\$ 960,000	\$ 979,200	\$ 998,784	\$ 1,018,760	\$ 1,039,135
PAPELERIA	\$ 1,200,000	\$ 1,224,000	\$ 1,248,480	\$ 1,273,450	\$ 1,298,919
MERCADEO Y PUBLICIDAD	\$ 1,200,000	\$ 1,224,000	\$ 1,248,480	\$ 1,273,450	\$ 1,298,919
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 84,913,706</b>	<b>\$ 86,611,980</b>	<b>\$ 88,344,220</b>	<b>\$ 90,111,104</b>	<b>\$ 91,913,326</b>

Figura 16. Egresos proyectados. Fuente: Elaboración propia

### 5.8.5 Proyección de ventas

Para los próximos 5 años se proyectan las siguientes ventas de planes (ver figura 17) teniendo en cuenta la llegada de turistas nacionales e internacionales (ver tabla 1) y la proyectada en la estimación de la demanda en el numeral 5.8.1, en la que hacemos referencia en la población del municipio, para incentivar el turismo doméstico.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NÚMERO TURISTAS	11.472	13.193	15.172	17.447	20.065
PRECIO PLAN	\$ 102.063	\$ 105.125	\$ 108.279	\$ 111.527	\$ 114.873
TOTAL VENTA EN PESOS (AÑO)	\$ 1.170.866.736	\$ 1.386.891.649	\$ 1.642.773.158	\$ 1.945.864.806	\$ 2.304.876.862

**Figura 17.** *Proyección ventas.* Fuente: Elaboración propia

Respecto a ingresos, se realiza una proyección de ventas que inicia con 960 planes al mes, que corresponde por año a 11.520 planes, incrementándose cada año en un 15%.

#### **5.8.6 Estado de resultados**

Este es un estado en el cual aparecen las pérdidas o ganancias netas contables de la empresa en un periodo de tiempo determinado. Es entonces, un resumen detallado del cálculo de la utilidad del negocio que ayuda a entender porque esta es positiva o negativa. Para la realización de resultados se tuvo en cuenta los ingresos de la empresa y los egresos derivados de costos, gastos, impuestos y otros. Con el se obtiene la utilidad neta del ejercicio.

En la figura 18 se presenta el estado de resultados proyectados para los primeros cinco años de operación de la agencia.

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 1.170.866.736	\$ 1.386.891.649	\$ 1.642.773.158	\$ 1.945.864.806	\$ 2.304.876.862
COSTOS PRODUCCION	\$ 819.617.040	\$ 970.836.384	\$ 1.116.456.531	\$ 1.322.449.042	\$ 1.566.443.298,58
UTILIDAD BRUTA	\$ 351.249.696	\$ 416.055.265	\$ 526.316.627	\$ 623.415.763	\$ 738.433.564
(-) GASTOS DE ADM. Y VENTAS	\$ 84.913.706	\$ 86.611.980	\$ 88.344.220	\$ 90.111.104	\$ 91.913.326
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 266.335.990	\$ 329.443.285	\$ 437.972.407	\$ 533.304.659	\$ 646.520.238
NOTA: Este valor corresponde a comisiones financieras					
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 9.600.000	\$ 9.792.000	\$ 9.987.840	\$ 10.187.597	\$ 10.391.349
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 256.735.990	\$ 319.651.285	\$ 427.984.567	\$ 523.117.062	\$ 636.128.889
NOTA: Industria y comercio - Renta					
(-) IMPUESTOS	\$ 83.100.757	\$ 103.252.573	\$ 137.603.535	\$ 168.003.884	\$ 204.114.586
(=) UTILIDAD NETA	\$ 173.635.233	\$ 216.398.712	\$ 290.381.032	\$ 355.113.179	\$ 432.014.303

Figura 18. Estado de Resultados Proyectados. Fuente: Elaboración propia

### 5.8.7 Análisis financiero

Una vez realizados los estados financieros, se puede determinar que “Motoso Encanto Naturaleza” es un emprendimiento estable, que alcanza su punto de equilibrio desde el primer año obteniendo un valor aproximado de \$174.634.604 de utilidad neta.

## **5.9 Análisis del mercado y oportunidades**

### **5.9.1 Estimación de la demanda**

El público objetivo proyectado inicial son los habitantes del mismo municipio San Juan Girón, que oscila en promedio según cifras del DANE, en 173.841 habitantes, de los cuales si calculamos un 5% de la población, estaríamos promediando 8.692 visitantes, de los cuales el 11% (956) visitantes al mes y 11.472 al año visitarán la ruta del turismo rural comunitario.

### **5.9.2 Perfil de los clientes potenciales y análisis de la demanda por producto**

**Perfil del Cliente Meta:** El perfil son grupos familiares y jóvenes en busca de la aventura.

### **5.9.3 Segmentación y Selección de Mercados**

La segmentación va dirigida a las características demográficas del turista o cliente, teniendo en cuenta características físicas (edad, sexo, etc.), de sus características sociales (estado civil, clase social, etc.), o de sus características económicas (ingresos, educación, empleo, etc.).

Para ello contaremos con las encuestas practicadas a los turistas que se registran en el punto de información turística del municipio de San Juan Girón para conocer su lugar de procedencia, edades, interés de la visita al destino; y en cuanto a la población residente del área metropolitana, revisaremos las estadísticas del DANE “Departamento Administrativo Nacional de Estadística”.

**La segmentación generacional:** Es muy importante porque nos permite comprender de una mejor manera el comportamiento de los consumidores y sus procesos de toma de decisiones, permite dividir en grupos el mercado por edades.

Para este proyecto se realizó la siguiente segmentación definida en la tabla 16.

**Tabla 16.**

*Segmentación generacional clientes potenciales*

Milenios	Generación X	Baby Boomers
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aprenden de manera autodidacta.</li> <li>● Internet es su vida</li> <li>● Amantes a las redes sociales</li> <li>● Amantes de la ecología</li> <li>● Edad actual de 19 a 37 años</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Buscan experiencia de consumo</li> <li>● Buscan mostrar su éxito a través de los viajes</li> <li>● Edad actual de 38 a 51 años</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Independientes, con capacidad económica</li> <li>● Valoran pasar tiempo con la familia.</li> <li>● Son activos.</li> <li>● Edad actual de 52 a 70 años</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la segmentación de mercado, indica que se debe considerar dentro de las estrategias de comercialización todos los rangos de edad, y que la Ruta del Turismo Rural Comunitario debe contener la oferta de actividades propias para cada grupo.

## 5.10 Plan inicial de promoción y mercadeo

### 5.10.1 Mezcla de Promoción

“Motoso Encanto y Naturaleza”, realizará un conjunto de técnicas de comunicación y medios de difusión que le permitirá transmitir un mensaje que estimule al mercado meta tomar sus decisiones de compra.

Los elementos por utilizar en la mezcla de promoción estarán compuestos por:

- Publicidad
- Venta personal
- Promoción de ventas
- Relaciones públicas
- Mercadeo directo.

Otros canales por utilizar será la participación de la vitrina turística de ANATO, la mayor feria comercial de turismo en el país.

### 5.10.2 Selección de Medios

Los medios de comunicación a utilizar para la promoción de los paquetes turísticos de la Ruta del Turismo Rural Comunitario serán:

- **Página Web:** Diseño de una página web en idioma español e inglés en la que se publicara los servicios de “Motoso Encanto y Naturaleza”, los paquetes turísticos definidos de la Ruta del Turismo Rural Comunitario, datos de contacto y localización. También una sección donde el cliente o turista pueda aportar su opinión sobre los servicios recibidos.

- **Redes Sociales:**

- **Google My Business:** donde los clientes o turistas, pueden obtener información de los servicios y paquetes turísticos ofrecidos, esta red social permite a las empresas disponer de un perfil público con sus datos y estar en contacto directo con su público, a través de las herramientas que Google pone a nuestra disposición de forma gratuita.
- **Facebook, Instagram y WhatsApp:** como redes sociales, buscan conectar personas dentro del mundo virtual. Se pueden utilizar para motivar al cliente o turista para que publiquen fotografías y videos de los paquetes turísticos ofertados.

- **Canal tradicional:**

Publicidad en medios de comunicación escrita como prensa local y volantes donde se promocióne los paquetes turísticos establecidos en la Ruta del Turismo Rural Comunitario.

- **Publicidad en medio audiovisual:** como el canal regional de televisión TRO.

## 6. Conclusiones

- El Turismo Rural Comunitario, como alternativa de desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades de las veredas de Motoso, Altamira y San Rafael, que hacen parte del proyecto de la Ruta del Turismo Rural Comunitario, son el reflejo hoy de una iniciativa que surgió de la alcaldía municipal de San Juan Girón y que ha motivado e incentivado a estas comunidades a organizarse y crear la Asociación de Turismo Rural Comunitario – Paisaje Cultural Girones ASTURGIRÓN, liderada por 25 familias.
- ASTURGIRÓN, como organización base del turismo comunitario, ve la necesidad de crear una agencia de viajes operadora, que promueva planes y programas turísticos, con el fin de comercializar las rutas turísticas establecidas.
- No existe una agencia de viajes operadora en el municipio San Juan Girón que promueva el turismo receptivo, ni tampoco el turismo rural, por lo que ASTURGIRÓN tiene muchas posibilidades de éxito.
- Después del COVID 19, se ha visto una gran tendencia de los mercados turísticos, en buscar alternativas para el turismo de naturaleza y bienestar.
- Existe interés por parte de los asociados de ASTURGIRON, en crear la agencia de viajes operadora, para que ellos mismos diseñen sus propios planes y programas turísticos, para ser vendidos a otras agencias de viajes y a la vez operarlos ellos mismos.
- Con la iniciativa del turismo rural comunitario de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael, han surgido emprendimientos turísticos, de alojamiento, gastronomía, sitios de interés turístico, que fortalecen los programas y planes turísticos, creados para la agencia de viajes.

## 7. Recomendaciones

- Que la agencia de viajes operadora, sea administrada y operada por los asociados de ASTURGIRON, generando así empleo y nuevas fuentes de ingreso para las comunidades involucradas en el proyecto.
- Desde las instituciones públicas y privadas seguir fortaleciendo estas iniciativas de turismo comunitario, con programas de capacitación y beneficios económicos, con el fin de mantener la sostenibilidad de la agencia de viajes.
- Gestionar ante la Alcaldía Municipal, Gobernación de Santander y a nivel Nacional, proyectos que beneficien a los asociados de ASTURGIRON, especialmente en líneas de desarrollo económico, social, ambiental e infraestructura.
- Desarrollar estrategias de comercialización y promoción turística, que permita visualizar a la agencia de viajes en redes sociales, como una alternativa que promueve planes y paquetes turísticos diferenciadores con enfoque de turismo rural comunitario.
- Que la Agencia Operadora de Viajes participe en ferias, eventos y vitrinas turísticas locales y nacionales, con el fin de dar a conocer los servicios, planes y programas turísticos.
- Fomentar entre los asociados de ASTURGIRON, las comunidades anfitrionas, turistas y visitantes, el respeto por la naturaleza y la cultura local.

## Referencias Bibliográficas

- Agencias de viajes y oficinas de representaciones turísticas. (s.f.). *Guía legal de los prestadores de servicios turísticos.*
- Barrera, E., & Muñoz, R. (2003). *Manual de Turismo Rural para Micro Pequeños y Medianos Empresarios Rurales Serie de Instrumentos Técnicos para la Microempresa Rural.*
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.).
- Consortio INTURIDEE. (2010). *Manual Básico para las Operaciones de Turismo Comunitario – OTCs – Planes de Negocios.*
- Decreto 264. (1963). *Por el cual se reglamenta la Ley 163 de 1959 sobre defensa y conservación del patrimonio histórico, artístico y monumentos públicos de la Nación.* Obtenido de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1307>
- ICONTEC. (2021). *Norma Técnica Colombia NTC 6502. Sistema de gestión de la sostenibilidad para agencias de viajes. Requisitos.* Bogotá: El Instituto. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-colombianas-y-guias/ntc-6502-2021-sistema-de-gestion-de-la-sostenibili/ntc-6502-2021-sistema-de-gestion-de-la-sostenibilidad-para-las-agen>
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados.* México: Pearson Educación.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). *Guía de Turismo de Naturaleza.* Bogotá.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Guía de Turismo de Naturaleza” Política de Turismo Sostenible: Unidos por la Naturaleza.* Bogotá.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022). *En el Día Mundial del Turismo Colombia le apuesta a repensar el turismo con sostenibilidad y desarrollo*

*social por la paz*. Obtenido de

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/dia-mundial-del-turismo-2022>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). *¿Qué es el Registro Nacional de Turismo?* Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/registro-nacional-de-turismo/%C2%BFque-es-el-registro-nacional-de-turismo>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2011). *Lineamientos de Política para el desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia*. Bogotá.

Plan sectorial de turismo 2018-2022. (2018). *Turismo: el propósito que nos UNE*.

Pueblos patrimonio. (s.f.). *Página Principal*. Obtenido de

[www.pueblospatrimonio.com](http://www.pueblospatrimonio.com)

## Apéndices

### Apéndice 1. Plantilla de acta



#### ACTA (CHARTER) DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN (PFG)

**Nombre y apellidos:** William Murillo Mantilla

**Lugar de residencia:** Municipio San Juan Girón, Colombia, Santander

**Institución:** Fundación para el Desarrollo Sostenible de la Cultura, el Patrimonio y el Turismo FUNDACULTA.

**Cargo / puesto:** Consultor

Información principal y autorización del PFG	
Fecha: 4 de julio de 2022	<b>Nombre del proyecto:</b> Propuesta para la creación de la Agencia de Viajes Operadora, para la Asociación Turismo Rural Comunitario "Paisaje Cultural Girones" ASTURGIRON, del municipio San Juan Girón, Departamento de Santander, Colombia.
<b>Fecha de inicio del proyecto:</b> Julio 4 de 2022	<b>Fecha tentativa de finalización:</b> Octubre 4 de 2022
<b>Tipo de PFG: (tesina)</b>	
<b>Objetivos del proyecto:</b>	
<p><b>Objetivo General:</b> Desarrollar la propuesta para crear la Agencia de Viajes Operadora, para la Asociación Turismo Rural Comunitario "Paisaje Cultural Girones" ASTURGIRON, con el fin de promocionar y comercializar las rutas de turismo rural comunitario identificadas en las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael, que permitan generar ingresos adicionales que beneficien a los asociados y comunidad local, bajo estándares de sostenibilidad turística.</p>	
<p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollar un programa de capacitación que fortalezca las capacidades competitivas de los asociados de ASTURGIRON y se generen espacios de conocimiento que permita el crecimiento empresarial de los asociados.</li> </ol>	

+506 2283 6464  
info@uci.ac.cr  
www.uci.ac.cr

Avenida 15, Calle 25  
Barrio Escalante  
Costa Rica

Conocimiento,  
creatividad  
y conectividad



**UCI**  
Universidad para la  
Cooperación Internacional



**ELAP**  
Escuela Latinoamericana de  
Áreas Protegidas

2. Realizar acompañamiento de asesoría para la constitución legal, administrativa, contable y financiera de la agencia de viajes operadora de Asturgirón.
3. Esbozar la identidad corporativa de la agencia de viajes.
4. Diseñar los programas y paquetes turísticos de la agencia de viajes, que contenga planes familiares, grupos y pasadías de manera participativa con los miembros de la Asociación.
5. Realizar un taller de costos de paquetes turísticos que permita conocer los costos directos, costos indirectos, punto de equilibrio y utilidad en la operación turística.
6. Analizar la competencia del territorio.
7. Trazar una estrategia de marketing que visibilice a la oferta turística en el territorio por medio de la agencia de viajes en redes sociales y otros medios de comunicación.

#### Descripción del producto:

Desde el año 2018, la alcaldía municipal de San Juan Girón, desde la Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural, emprendió la iniciativa de la creación de la Ruta del Turismo Rural Comunitario de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael, realizando recorridos por las veredas en mención, identificando las bondades que ofrece el sector rural como sus cultivos agrícolas, el paisaje natural, la gastronomía, la cultura e idiosincrasia del campesino, sitios de interés para desarrollar el turismo de naturaleza, aventura, atractivos naturales como cascadas, cuevas indígenas, caminos reales y un espejo de agua conformado por el Embalse de Topocoro que en su extensión total tiene 7000 hectáreas (ha) bañadas en agua de las cuales 2800 (ha) hacen parte de la jurisdicción del municipio y que conforman parte de los miradores turísticos y del paisaje natural del territorio.

Con todas las anteriores bondades del territorio rural, esta iniciativa en el año 2019, sigue su impulso, involucrando actores claves como la alcaldía municipal de San Juan Girón, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, la Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB, la Cámara de Comercio de Bucaramanga- seccional Girón, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga CDMB, la empresa ISAGEN, que lidera el proyecto de la represa Hidroeléctrica – Hidrosogamoso – Embalse de Topocoro, actores que aportaron conocimientos y experiencias a través de un ciclo de capacitaciones, dirigidos a los involucrados en el proyecto. Siendo así que se logró la certificación de un curso de turismo comunitario de 40 horas por parte del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.

+506 2283 8484  
info@uci.ac.cr  
www.uci.ac.cr

Avenida 15, Calle 25  
Barrio Escalante  
Costa Rica

Conocimiento,  
creatividad  
y conectividad



También en este proceso de la consolidación del turismo rural comunitario, se creó la Asociación Turismo Rural Comunitario "Paisaje Cultural Girones" ASTURGIRON, conformada por 25 asociados, a la vez se inició con emprendimientos turísticos que los mismos asociados empezaron a crear debido a la aceptación del proyecto y a las posibilidades que esta alternativa le brindaba a las comunidades rurales para mejorar sus ingresos y desarrollar una actividad diferente sin abandonar su principal vocación que es la agricultura.

Durante el proceso se diseñaron 3 rutas turísticas, teniendo en cuenta las potencialidades de cada una de las veredas que hacen parte del proceso.

- Ruta: Gastronomía local, guayaba, heliconias y cascadas cristalinas.
- Ruta: Mirador los ángeles, cementerio indígena, caminata ecológica y pozos Naturales.
- Ruta: Parador turístico, café, historia, miradores embalse de topocoro y cultivos de guanábana.

Ya para el año 2021 la empresa ISAGEN, realiza un convenio de asociación entre la Alcaldía Municipal de San Juan Girón y ASTURGIRON, donde se invirtieron Setenta y Cinco Millones de Pesos (\$75.000.000) para el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos, entre los cuales se destacan las empanadas las gemelas, fábrica de bocadillos, mirador los ángeles, tamales doña consuelo, mirador la cueva, balneario donde beto, cementerio indígena, cultivo de heliconias, mirador santa helena, parador turístico las palmeras, mirador rosa blanca y finca el caraño donde se realiza la ruta de la guanabana.

Para este año 2022 la apuesta es la creación de una agencia de viajes operadora, liderada por la misma asociación ASTURGIRON, para que se encargue de la operación del turismo, venta y comercialización de planes turísticos, transporte, alojamiento, servicio de guía turística y de todas aquellas ofertas turísticas que surjan a partir de esta actividad.

#### **Necesidad del proyecto:**

El municipio San Juan Girón, es declarado Monumento Nacional desde 1963, hoy es considerado Bien de Interés Cultural (BIC) y hace parte de la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia, su arquitectura tipo español (Casas en bahareque, tapia pisada, tejas de



barro, fachadas blancas, calles empedradas que evocan el pasado y su particular color marrón en las puertas y ventanas), consolidan a este municipio como un destino para la oferta del turismo cultural y el turismo religioso.

Teniendo en cuenta los anteriores aspectos, que solo se ofrece el turismo cultural y religioso, como productos turísticos y ante la demanda actual del turismo de naturaleza y más aún por la situación por la que el mundo está atravesando por la pandemia Covid -19, los turistas y visitantes, han despertado un gran interés por el turismo ecológico, ecoturismo o turismo de naturaleza, para experimentar nuevas vivencias y experiencias, efectuando actividades al aire libre y en espacios naturales, como un turismo alternativo, el cual tiene como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza, valorando las expresiones culturales , respetando, disfrutando y participando en la conservación de los recursos naturales y culturales.

Es por esto la importancia de crear una agencia de viajes operadora, liderada por la misma Asociación ASTURGIRON, que organice, promueva y venda planes turísticos a partir de las rutas establecidas, también de la oferta turística que tiene el departamento de Santander para ser operados por las Agencias de Viajes Operadoras establecidas legalmente en el país, también que reserve y contrate alojamiento y demás servicios turísticos.

Este proyecto le apuesta al Turismo Rural Comunitario, como una alternativa para propiciar la participación de las comunidades rurales con vocación hacia el turismo, en una oportunidad de nuevas iniciativas y emprendimientos turísticos, que le permitan a la comunidad local generar nuevos empleos, mayores ingresos y mejor calidad de vida de los actores involucrados, trayendo beneficios de inversión en infraestructura vial, desarrollo económico, salud, educación, conectividad, cultura entre otros, a través de alianzas que involucren a las comunidades, a los gobiernos locales, a las organizaciones no gubernamentales y sector privado.

#### **Justificación de impacto del proyecto:**

El municipio San Juan Girón, desde el año 2018, ha encaminado sus esfuerzos y alianzas para desarrollar el turismo rural comunitario, diseñando la "Ruta del Turismo Rural Comunitario de las veredas de San José de Motoso , Altamira y San Rafael", involucrando actores claves como el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, la Universidad Autónoma



de Bucaramanga UNAB, la Cámara de Comercio de Bucaramanga – Seccional Girón, la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga CDMB, la empresa ISAGEN, que lidera el proyecto del embalse de Topocoro, el cual hace parte de la jurisdicción del municipio con 2800 hectáreas bañadas en agua y que son parte de la oferta de atractivos turísticos con los miradores contemplativos de paisaje y naturaleza que se han identificado en la parte alta de las veredas en mención.

Debido a la anterior experiencia, es importante la creación de la agencia de viajes operadora, para promover el turismo rural comunitario en un municipio que por su ubicación geográfica que lo caracteriza y su connotación de Bien de Interés Cultural (BIC), con nichos de mercado de ciudades como Bogotá, Medellín y la Costa Caribe y principalmente el área metropolitana de Bucaramanga, que son su principal mercado objetivo, para los fines de semana y festivos. También es importante destacar la presencia de turistas internacionales que visitan a San Juan Girón, por todo su legado arquitectónico y patrimonial, y que también harían parte de los flujos de mercados turísticos.

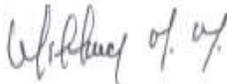
Este proyecto trae consigo, etapas muy importantes como la capacitación que fortalece las capacidades competitivas de los asociados de ASTURGIRON, la creación de la agencia de viajes operadora con todos sus procesos legales de constitución y áreas administrativas, la creación de su identidad corporativa, el desarrollo de la estrategia comercial con los programas y paquetes turísticos establecidos, conocer los costos, punto de equilibrio y la utilidad de la operación turística desarrollada, diseñar una estrategia de marketing que impulse el turismo comunitario y los servicios turísticos de la zona y por último el acto protocolario del lanzamiento del proyecto ante medios de comunicación y los aliados estratégicos que promueven el turismo en la región.

Además, el turismo comunitario, comprendido como una estrategia local de aprovechamiento de ventajas comparativas en condiciones complejas desde lo social, económico, ambiental y cultural, que con unas mínimas oportunidades y capacidades pueden transformar su realidad o entorno, en oportunidades competitivas para las comunidades involucradas, otorgando así soluciones prácticas a problemas complejos como la paz y el desarrollo. También se constituye en una alternativa innovadora de aprovechamiento de los recursos locales de manera sostenible, que permiten generar empleo y nuevas formas de generación de ingresos económicos a comunidades con recursos económicos limitados o excluidas. *Lineamientos de Política para el desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia. Bogotá, julio de 2012.*



<p><b>Restricciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En el POT "Plan de Ordenamiento Territorial" del municipio, el turismo comunitario, no está como una prioridad, en su ordenamiento territorial.</li> <li>- Las vías terciarias están en estado deficiente, son destapadas.</li> <li>- Servicios públicos básicos como (agua potable, alcantarillado, gas natural y conectividad de internet), deficientes para la prestación de servicios turísticos.</li> <li>- La crisis ocasionada por la pandemia Covid -19 ha traído efectos negativos para el sector turístico.</li> <li>- No existe en el municipio una agencia de viajes operadora que impulse el turismo receptivo y doméstico.</li> </ul>
<p><b>Entregables:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de capacitación dirigido a los Asociados de ASTURGIRON.</li> <li>- Agencia de viajes operadora constituida, en aspectos legales y administrativos.</li> <li>- Planes turísticos locales empaquetados y costeados.</li> <li>- Estrategia de marketing diseñada.</li> </ul>
<p><b>Identificación de grupos de interés:</b></p> <p><b>Cliente(s) directo(s):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Alcaldía Municipal</li> <li>-Comunidad local</li> <li>- Agencias de viajes del área metropolitana de Bucaramanga</li> <li>- Instituciones Educativas</li> <li>- ISAGEN</li> <li>- Cámara de Comercio de Bucaramanga seccional Girón.</li> <li>- Policía Nacional y Grupos de Emergencia.</li> </ul> <p><b>Cliente(s) indirecto(s):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Concejo municipal de Girón</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gobernación de Santander</li> <li>- Alcaldía municipal de Lebrija</li> <li>- CDMB</li> <li>- Empresas de transporte especial de turismo e intermunicipal.</li> </ul>	
<b>Aprobado por (Tutor):</b>  Leyla Solano Pacheco. MTE,MAP.	<b>Firma:</b>  <b>LEYLA SOLANO</b> <b>PACHECO</b> <b>(FIRMA)</b> <div style="font-size: small; color: red; margin-left: 20px;">       Firmado digitalmente        por LEYLA SOLANO        PACHECO (FIRMA)        Fecha: 2022.06.10        10:13:51 -0600'     </div>
<b>Estudiante:</b>  William Murillo Mantilla	<b>Firma:</b> 





### Apéndice 3. Modelo de entrevista desarrollada

**Nombres y apellidos:**

---

**Rol que desempeña en la Comunidad:**

---

1. ¿Antes de que llegara la iniciativa del Turismo Rural Comunitario, cómo se reflejaba la actividad turística en la región?

---

---

---

2. ¿Considera que se han realizado algunos cambios en la región con la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?

---

---

---

3. ¿Qué cambios positivos o negativos han surgido en la comunidad con la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?

---

---

---

4. ¿Qué iniciativas de emprendimientos turísticos se han desarrollado con los procesos de la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?

---

---

---

5. ¿Usted considera que con la iniciativa de turismo rural comunitario se pueden generar impactos en los ámbitos ambientales, económicos y sociales?  
¿Cuáles?

---

---

---

6. ¿Considera que los recursos turísticos naturales y culturales de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael tienen potencial turístico? ¿Por qué?

---

---

---

7. ¿Cree que es necesaria la creación de una agencia de viajes operadora? ¿Por qué?

---

---

---

8. ¿La Ruta del Turismo Rural Comunitario diseñada en esta iniciativa, tiene la suficiente oferta de servicios turísticos (hoteles, hostales, restaurantes, sitios turísticos) para la atención de grupos familiares y de turistas?

---

---

---

9. ¿Cómo le solicitaría al gobierno municipal para impulsar esta iniciativa de turismo rural comunitario?

---

---

---

10. ¿Qué otros aliados públicos o privados, involucraría para el desarrollo y fortalecimiento del turismo rural comunitario de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael? ¿Cuáles?

---

---

---

Elaboró:

William Murillo Mantilla

Estudiante Tesina PFG

## Apéndice 4. Encuesta líder emprendedora



Nombres y apellidos: Adriana pineeda

Rol que desempeña en la Comunidad: Líder emprendedora

1. ¿Antes de que llegara la iniciativa del Turismo Rural Comunitario, cómo se reflejaba la actividad turística en la región?

No había mucho

2. ¿Considera que se han realizado algunos cambios en la región con la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?

SI. La vereda ha crecido comercialmente  
ha llegado gente nueva.

3. ¿Qué cambios positivos o negativos han surgido en la comunidad con la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?

positivos: han aparecido nuevos negocios.

Negativos: contaminación auditiva.

4. ¿Qué iniciativas de emprendimientos turísticos se han desarrollado con los procesos de la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?

Restaurantes - Hospedaje.

5. ¿Usted considera que con la iniciativa de turismo rural comunitario se pueden generar impactos en los ámbitos ambientales, económicos y sociales? ¿Cuáles?

Ambiental: más contaminación.

economico: crecimiento.



6. ¿Considera que los recursos turísticos naturales y culturales de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael tienen potencial turístico? ¿Por qué?

SI tienen potencial, hay cosas únicas  
como la historia, el clima, los cultivos,  
los miradores

7. ¿Cree que es necesaria la creación de una agencia de viajes operadora? ¿Por qué?

SI. porque es mejor tener organizado

8. ¿La Ruta del Turismo Rural Comunitario diseñada en esta iniciativa, tiene la suficiente oferta de servicios turísticos (hoteles, hostales, restaurantes, sitios turísticos) para la atención de grupos familiares y de turistas?

Tiene pero falta más.

9. ¿Cómo comunidad que le solicitaría al gobierno municipal para impulsar esta iniciativa de turismo rural comunitario?

vías en buen estado, recolección de  
basura.

10. ¿Qué otros aliados públicos o privados, involucraría para el desarrollo y fortalecimiento del turismo rural comunitario de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael? ¿Cuáles?

ISAGEN, CDMP,

## Apéndice 5. Encuesta líder emprendedora



Nombres y apellidos: María Isabel Cordero

Rol que desempeña en la Comunidad: Emprendimiento en la comunidad

1. ¿Antes de que llegara la iniciativa del Turismo Rural Comunitario, cómo se reflejaba la actividad turística en la región?  
No había nada de turismo
2. ¿Considera que se han realizado algunos cambios en la región con la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?  
Totalmente ha cambiado la vereda con más personas que nos visita.
3. ¿Qué cambios positivos o negativos han surgido en la comunidad con la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?  
Positivo: Mucho visitantes llegan a la vereda  
Negativo: Ha cambiado en los negocios.
4. ¿Qué iniciativas de emprendimientos turísticos se han desarrollado con los procesos de la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?  
Emprendimientos las gelaterías, restaurantes, visita panorámica a las veredas.
5. ¿Usted considera que con la iniciativa de turismo rural comunitario se pueden generar impactos en los ámbitos ambientales, económicos y sociales? ¿Cuáles?  
Incremento de las visitas en lo económico aumentando las veredas.



6. ¿Considera que los recursos turísticos naturales y culturales de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael tienen potencial turístico? ¿Por qué?

Si tienen por el clima, la naturaleza, historia, la iglesia.

7. ¿Cree que es necesaria la creación de una agencia de viajes operadora? ¿Por qué?

Si, por que están llegando turistas y no están organizados.

8. ¿La Ruta del Turismo Rural Comunitario diseñada en esta iniciativa, tiene la suficiente oferta de servicios turísticos (hoteles, hostales, restaurantes, sitios turísticos) para la atención de grupos familiares y de turistas?

todavía nos falta

9. ¿Cómo comunidad que le solicitaría al gobierno municipal para impulsar esta iniciativa de turismo rural comunitario?

Vías, servicios y baños públicos, un kiosko en la plaza de Motoso.

10. ¿Qué otros aliados públicos o privados, involucraría para el desarrollo y fortalecimiento del turismo rural comunitario de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael? ¿Cuáles?

Empresas de transporte Ciénaga de Comercio, ISAGEN, CALIZ, CEIVA.

## Apéndice 6. Encuesta presidente junta acción comunal



Nombres y apellidos: Nelson E. Navas Domínguez

Rol que desempeña en la Comunidad: presidente junta Acción Comunal 09-000

1. ¿Antes de que llegara la iniciativa del Turismo Rural Comunitario, cómo se reflejaba la actividad turística en la región?

Sólo se recibían visitas esporádicas, no había  
nada organizado

2. ¿Considera que se han realizado algunos cambios en la región con la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?

Si efectivamente en cuanto a la organización  
y se ha visto más flujo de turistas y se ha  
desarrollado el potencial turístico del lugar o sector.

3. ¿Qué cambios positivos o negativos han surgido en la comunidad con la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?

Se ha visto otras posibilidades económicas diferentes  
de las actividades agrícolas.

4. ¿Qué iniciativas de emprendimientos turísticos se han desarrollado con los procesos de la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?

Restaurantes comida típica, pozos de agua natural,  
miradores, balnearios naturales, productos a base de elementos  
que se producen en la región, Empanadas, queso Panelero, queso de pastura,  
queso de cabra

5. ¿Usted considera que con la iniciativa de turismo rural comunitario se pueden generar impactos en los ámbitos ambientales, económicos y sociales? ¿Cuáles?

Entonces si inevitablemente hay impactos en estos  
Temas Ambientales: Mayor contaminación  
Económicos: Nuevas expectativas económicas  
social: Mayor flujo de visitantes



6. ¿Considera que los recursos turísticos naturales y culturales de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael tienen potencial turístico? ¿Por qué?

Si, por su paisaje y ubicación, miradores de  
 Soplao de Topyolani, mirador del cerro metropolitano.

7. ¿Cree que es necesaria la creación de una agencia de viajes operadora? ¿Por qué?

Si, para tener mayor control y darles un  
 mejor servicio y tener mayor rentabilidad.

8. ¿La Ruta del Turismo Rural Comunitario diseñada en esta iniciativa, tiene la suficiente oferta de servicios turísticos (hoteles, hostales, restaurantes, sitios turísticos) para la atención de grupos familiares y de turistas?

Hay un Hotel, varios restaurantes y varios sitios  
 como: miradores, Comitea folclórica, zonas de  
 agua natural.

9. ¿Cómo comunidad que le solicitaría al gobierno municipal para impulsar esta iniciativa de turismo rural comunitario?

Protección y mantenimiento de vías, Agua potable  
 comunitaria.

10. ¿Qué otros aliados públicos o privados, involucraría para el desarrollo y fortalecimiento del turismo rural comunitario de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael? ¿Cuáles?

- La Gobernación de Santander  
 - Procpulo

## Apéndice 7. Encuesta expresidente ASTURGIRON



Nombres y apellidos: Alonso Rodríguez Vera  
 Rol que desempeña en la Comunidad: Expresidente Astur Girón

1. ¿Antes de que llegara la iniciativa del Turismo Rural Comunitario, cómo se reflejaba la actividad turística en la región?  
Atrazada. Sin motivación  
y sin entusiasmo
2. ¿Considera que se han realizado algunos cambios en la región con la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?  
Un cambio muy  
notable.
3. ¿Qué cambios positivos o negativos han surgido en la comunidad con la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?  
Despegue de emprendimientos  
y motivación gremial
4. ¿Qué iniciativas de emprendimientos turísticos se han desarrollado con los procesos de la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?  
Rutas: Guayba, Guerebarra, Capa  
cucus, Flora y mucho más
5. ¿Usted considera que con la iniciativa de turismo rural comunitario se pueden generar impactos en los ámbitos ambientales, económicos y sociales? ¿Cuáles?  
muchas iniciativas en bien  
ambiental y económicos



6. ¿Considera que los recursos turísticos naturales y culturales de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael tienen potencial turístico? ¿Por qué?

Por el Paisaje el clima y  
la Gastronomía

7. ¿Cree que es necesaria la creación de una agencia de viajes operadora? ¿Por qué?

Por complemento de lo  
que tenemos

8. ¿La Ruta del Turismo Rural Comunitario diseñada en esta iniciativa, tiene la suficiente oferta de servicios turísticos (hoteles, hostales, restaurantes, sitios turísticos) para la atención de grupos familiares y de turistas?

Si

9. ¿Cómo comunidad que le solicitaría al gobierno municipal para impulsar esta iniciativa de turismo rural comunitario?

Apoyo en mobiliario

10. ¿Qué otros aliados públicos o privados, involucraría para el desarrollo y fortalecimiento del turismo rural comunitario de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael? ¿Cuáles?

Isagen

## Apéndice 8. Líder emprendimiento



Nombres y apellidos: Miguel Louca Domínguez  
 Rol que desempeña en la Comunidad: Líder emprendedor de turismo

1. ¿Antes de que llegara la iniciativa del Turismo Rural Comunitario, cómo se reflejaba la actividad turística en la región?  
NO igual como ahora, pero sí más por turismo,  
la esperanza de que el turismo llegara.
2. ¿Considera que se han realizado algunos cambios en la región con la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?  
Muchos cambios, se ha parcelado más  
carreteras nuevas, nuevas negocios
3. ¿Qué cambios positivos o negativos han surgido en la comunidad con la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?  
Positivos: Valorización de predios, han mejorado  
un poco las carreteras, más alcantarillas, mejoran.  
Negativos: Incremento de basura en los sitios  
turísticos
4. ¿Qué iniciativas de emprendimientos turísticos se han desarrollado con los procesos de la iniciativa del Turismo Rural Comunitario?  
Los miradores, las carpas, para reuniones
5. ¿Usted considera que con la iniciativa de turismo rural comunitario se pueden generar impactos en los ámbitos ambientales, económicos y sociales? ¿Cuáles?  
En lo ambiental más contaminación, incremento  
de basura y desechos.



6. ¿Considera que los recursos turísticos naturales y culturales de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael tienen potencial turístico? ¿Por qué?

Si, por su ubicación, cerca a las vías principales, por lo pintoresco.

7. ¿Cree que es necesaria la creación de una agencia de viajes operadora? ¿Por qué?

Si, por la necesidad de promocionar los sitios turísticos.

8. ¿La Ruta del Turismo Rural Comunitario diseñada en esta iniciativa, tiene la suficiente oferta de servicios turísticos (hoteles, hostales, restaurantes, sitios turísticos) para la atención de grupos familiares y de turistas?

No en su totalidad, pero debemos evaluar en tener una oferta.

9. ¿Cómo comunidad que le solicitaría al gobierno municipal para impulsar esta iniciativa de turismo rural comunitario?

Vías, acueducto, alcantarillado

10. ¿Qué otros aliados públicos o privados, involucraría para el desarrollo y fortalecimiento del turismo rural comunitario de las veredas de San José de Motoso, Altamira y San Rafael? ¿Cuáles?

Gobernación, ISAGEN, empresas privadas.

## Apéndice 9. Plan de capacitación

TEMA	CONTENIDO	RESPONSABLE	DURACIÓN	Mes 2-Agosto				Mes 3-Septiembre					
				1	2	3	4	1	2	3	4		
Sensibilización Turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concepto de sensibilización turística</li> <li>- ¿Qué beneficios genera el turismo a la comunidad?</li> <li>- ¿Cómo fomentar el turismo?</li> </ul>	Alcaldía Municipal de Girón	2 horas		12								
Normalización turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marco legal de turismo</li> <li>- Ley general del turismo</li> <li>- Normas y otras leyes</li> <li>- Normas técnicas sectoriales</li> <li>- Normas de calidad.</li> </ul>	FUNDACULTA	2 horas		12								
Constitución legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro Mercantil</li> <li>- Actividad Económica CIIU</li> <li>- Registro Nacional de Turismo</li> <li>- Tipos de empresas</li> <li>- Manejo administrativo, contable y financiero.</li> </ul>	Cámara de Comercio	4 horas				25	01					
Diseño de programas y paquetes turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptos claves</li> <li>- Identificación de recursos y atractivos turísticos</li> <li>- Consolidación del producto y/o destino turístico.</li> <li>- Tipos de paquetes</li> <li>- Diseño de rutas y experiencias turísticas.</li> </ul>	Leonor Rodríguez-Agencia de Viajes Santander al Extremo	4 horas			18							
Diseño de imagen corporativa – Estrategia de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño del logotipo de la agencia (marca)</li> <li>- Segmento de mercados</li> <li>- Promoción y mercadeo (redes sociales)</li> <li>- Potencial de alianzas con otras empresas</li> </ul>	FUNDACULTA	4 horas					01					
Costos de paquetes turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costos directos e indirectos</li> <li>- ¿Qué es el precio?</li> <li>- ¿Qué factores se deben considerar en el proceso de costeo y fijación de precio?</li> <li>- Punto de equilibrio y utilidad en la operación turística.</li> </ul>	Yohani Herrera – UNITURISMO	4 horas						8				

### Apéndice 10. Registro asistencia capacitación sensibilización y normalización turística





LISTADO DE ASISTENCIA				
No	Nombre Completo	Cedula Ciudadanía	Teléfono de contacto	Emprendimiento
Propuesta para la Creación de la Agencia de Viajes Operadora de la Asociación de Turismo Rural Comunitario ASTURGIRON. Taller de Sensibilización Turística y Normalización Turística				
Lugar:		Salón Comunal San José de Motoso		Fecha: Agosto 12 de 2022
Expositores:		Edgar Vargas Hernández – William Murillo Mantilla		
				Hora: 8:00 am – 12m
				Firma
1	Nelson E. Horacio	91180843	3132382885	Balneario
2	Filberto Rojas	2112744	3132382885	Balneario
3	Rosaura Calvete	30207121	3167300811	Flores Villamarcela Rosaura
4	Winnaghen Rosas	91488138	3152460885	Ruta Comunitaria
5	Hector H. Ordoñez	7304532	3164967977	Hospedaje
6	Consuelo Vera	30209954	3175864282	Amueca; (tambú)
7	Misael Luna D.		3164224438	Club Gavilanz Mirador Los Angeles
8	Hernando Vera	91282264	3133711845	Finca Turística GRAN PARQUE
9	HANE PETER ARENAS	91290300	504773797	AGENCIA





10	Rosaura Calvete	30208746	3023994610	Agencia de Viajes
11	M. Isabel Colmenares	3167610059		Emprendimiento Agroturismo M. Isabel Colmenares
12	William Murillo Mantilla	91267672	3175020041	Willy 4.1
13				
14				
15				
16				
17				

Apéndice 11. Registro asistencia diseño de programas y paquetes turísticos



LISTADO DE ASISTENCIA					
No	Nombre Completo	Cedula Ciudadania	Teléfono de contacto	Emprendimiento	Firma
Lugar: Salón Comunal San José de Motoso      Fecha: Agosto 18 de 2022      Hora: 8:00 am 12m Expositores: Nelly Diarte - Representante Legal de Agencia de Viajes UNITURISMO Y Edgar Vargas Hernández - Gobernación de Santander.					
1	M. Isabel	2029763	364610057	Empaquetados los Gaites	M. Isabel
2	Florencia González	30208746	3023794610		Florencia González
3	Leidy B. González	10926210	3132005121	Firma - Hotel	Leidy B. González
4	Rosana Cuervo	30207121	3157300811	Florencia Villamarcela	Rosana Cuervo
5	Hernando Vera		3153711845	Tinae Turística	Hernando Vera
6	HAND RECO V. NELOS	91700300	3014773795	Empaquetados los Gaites	HAND RECO V. NELOS
7	Adriana Pineda	37747122	3153343461	Posada Arrieros	Adriana Pineda
8	Delia María Hernández	91180843	3132382885	Empaquetados los Gaites	Delia María Hernández
9	Liliana Dávalos	2112744			Liliana Dávalos



10	William Alvarado	91767635	3132000061	Arrieros	William Alvarado
11	Nelly Diarte Mina	63339624	3208495653	Capacitador	Nelly Diarte Mina
12	Edgar A. Vargas	1344218	3165305117	Empaquetados	Edgar A. Vargas
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					

## Apéndice 12. Formato elaboración de inventarios turísticos



FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS. FORMULARIO 0. LISTADO PRELIMINAR			
Departamento / Santander.			
Municipio / Girón.			
No	Nombre	Ubicación	Fuente
1	Restaurante Mirador Motoso Parrilla/campestre Motoso		ASTURGIRO
2	Cementerio Indígena	Finca Buenavista Motoso	ASTURGIRO
3	Cascada El Manantial	Finca Villa Marcela EL DIVISO - Motoso	ASTURGIRO
4	Cultivo de Flores Heliconias	Finca Villa Marcela EL DIVISO	ASTURGIRO
5	Hacienda San Rafael Geovon Lenguerke	Ver San Rafael	ASTURGIRO
6	Capilla San José	Motoso	ASTURGIRO
7	Capilla Santísima Trinidad	Altamira	ASTURGIRO
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			



FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS.  
FORMULARIO 0.  
LISTADO PRELIMINAR

Departamento /			
Municipio /			
No	Nombre	Ubicación	Fuente
1	Camino de Basabourq V con Rafael		Peter Arenas
2	Mirador Santa deca	V Altamira	Gilberto Novas
3	Represa Topororo	V la panaguera	Hernando Vera
4	Mirador y camino Lengua de la curva	V con Pafod	Peter Arenas
5	Mirador de Rio Sagamun	V. San Rafael	Hernando Vera
6	Mirador de la a uera mayes	V. San Rafael	Carmen C Dominguez
7	Mirador villa de los angelos	V. Motoro	Mijal. Luna
8	la plazuela	V motoro	Peter arenas
9	Gran parque aventura	V San Rafael	Peter arenas
10	Admiral de veto	V. Motoro	Gilberto Novas
11	Mitos y leyendas		
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			

### Apéndice 13. Listado de facilidades turísticas



#### LISTADO DE FACILIDADES TURÍSTICAS – RUTA DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO ASTURGIRÓN

Para Sammachí (2001), las facilidades turísticas son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Esto implica que, sin la existencia de estas facilidades, el recurso turístico rara vez se constituye en un producto turístico, entre estas facilidades se deben contar: el equipamiento de alojamiento, los servicios de gastronomía, artesanías, infraestructura y/o servicios necesarios para el turista y para la accesibilidad y de transporte.

No	SERVICIOS	EMPRESA/ ENTIDAD	TÉLFONOS DE CONTACTO	DIRECCIÓN/VEREDA
1	TRANSPORTE	-troung palomero y de dioma 5:30 pm a 11 am Aeropuerto		
2	ALOJAMIENTO	-Hotel el profa - Manzanilla -La Voz Verde -Finca las Encinas		
3	RESTAURANTE/ GASTRONOMIA	Restaurante las Encinas Aguacates Cajun Gastronomía Comunal	011 250 250 250 011 250 250 250 011 250 250 250	Manzanilla de la Vereda
4	ARTESANIAS	Finca Encinas y artesanías de productos, artesanías		
5	INFRAESTRUCTURA (Vías, batería de baños)	Alto, algunos puntos de agua, electricidad, internet y otros servicios - baños, punto de agua, punto	El punto, punto de agua batería de baños, servicios, puntos	
6	CENTRO MEDICO	punto de salud unifamiliar		



7	SERVICIO DE INTERNET - WIFI	2 puntos de internet en el punto de agua		
8	DROGUERIA	(1)		
9	SERVICIOS BANCARIOS	Evally comercio bancario		
10	CENTROS RECREATIVOS	comercio parque		
11	ACTIVIDADES DE OCIO			
12	INSPECCION DE POLICIA	NO		
13	CAMBIO DE DIVISAS	NO		
14	SEÑALIZACION	En la		
15	OPERADORES DE TURISMO	NO		
16	BAR - DISCOTECA	Bar las Encinas		

Apéndice 14. Registro asistencia taller: constitución legal



LISTADO DE ASISTENCIA					
No	Nombre Completo	Cedula Ciudadania	Teléfono de contacto	Emprendimiento	Firma
Propuesta para la Creación de la Agencia de Viajes Operadora de la Asociación de Turismo Rural Comunitario ASTURGIRON. Taller 3: Constitución legal: Actividad Económica CIU, Registro Nacional de Turismo, Tipo de empresa.					
Lugar:		Salón Comunal San José de Motoso		Fecha:	Agosto 12 de 2022
Expositores:		Doris Prada -			
				Hora:	8:00 am - 12m
No	Nombre Completo	Cedula Ciudadania	Teléfono de contacto	Emprendimiento	Firma
1	Rosana Caluza	30207121	3157300811	Floras Villamarech	Rosana
2	NELLY CARDEÑAS	63275300	3177994602	Ruta del Cacao	Nelly
3	Nelson Navas	91100943	3132592885	Estadística	Nelson
4	Misael Turva	91114163	3161221138	Melosa punto Limpio	Misael
5	Adrián Pineña	37747127	3153343961	Posada Américas	Adrián
6	HANZ PETER HERNANDEZ	91240300	3014735797	Hacienda Teniente	Hanz Peter
7	Alberto Pavao	2112744		Logo el Marañón	Alberto
8	Washington Pavao	91926133	3152460885	Rta. Guacabo	Washington
9	Pavón Carlos Domingo	230108246	3023994610	Siglas del 2010	Pavón Carlos



No	Nombre y Apellido e.c.	Tel. Contacto	Emprendimiento	Firma	
10	Robiel Navas	547016	314279077	Comercio Ind. Serv	Robiel
11	Hector Ariel Andrade B.	7301532	316967997		Hector
12	Hernando Vera Rojas	91206264	31206264	Firma Las Avellanas	Hernando
13	M. Isabel Colmanesc.	3028163	316110057		M. Isabel
14	Consuelo Lopez B. / Ona	30209459	3175864282		Consuelo
15	TOMAS ALVAREZ TORRES	3158954382			Tomas
16	Elbrito Garcia	3155100786	Guacabo		Elbrito
17	William Alfonso Quintella	3175020061	Arefor Espincho		William
18	DORIS PRADA	37890010	3153212441	Corporación de B. P. B. Sec. Girón	Doris
19	Orlando Vasquez	9120620	3187128507	ORLA - Sorido	Orlando
20	Nelson Reyes Gato	13741225	3102184452	Comunidad Comunal de B. P.	Nelson
21					
22					

**Apéndice 15. Registro asistencia manejo administrativo, contable y financiero – diseño de imagen corporativa de la agencia de viajes**



LISTADO DE ASISTENCIA						
Asunto		Propuesta para la Creación de la Agencia de Viajes Operadora de la Asociación de Turismo Rural Comunitario ASTURGIRON. Taller 4: Manejo administrativo, contable y financiero y Diseño de imagen corporativa de la agencia de viajes.				
Lugar:	Salón Comunal San José de Motosa	Fecha:	Septiembre 1 de 2022	Hora:	8:00 am - 12m	
Expositores:	Sergio Mauricio Valencia y Yorlewisson Farley Castro					
No	Nombre Completo	Cedula Ciudadania	Teléfono de contacto	(Ctrl) - Emprendimiento	Firma	
1	Alberto Novas	2112744	3172382885	Lago y el Marañón Restaurante	[Firma]	
2	Nelson E Novas D	41180845	3133381885	Motosa Deseño Camp	[Firma]	
3	Rosana Colveta	30207121	3157300811	Flores	Rosana	
4	Roberto Novas D	547016	3142290137	Seminario Indígena	[Firma]	
5	TOMAS ALVARO	91179178	3158950382	RUTA DE LA GUAYACA FIACA LAS BUADUQUES	TOMAS ALVARO	
6	Hernando Vera	91206264	3153711845	FIACA LAS BUADUQUES	[Firma]	
7	Hector Danilo	7201502	314947492	Harpones	[Firma]	
8	Patricia Cecilia Gomez	30208746	3023994610	Jugos y Frutas	[Firma]	
9	Misael Juan	91150167	3164224138	Club Gavilanes Miraflores, Los Angeles	[Firma]	



No	C.C.	Telefono	Emprendimiento	Firma
10	M. Isabel Colveta	30208763	3167610058	M. Isabel Colveta
11	Umar Nedy Colveta	3177994602	63275800	[Firma]
12	Washington Rosas	3152460885	91488138	[Firma]
13	Perez H. Armas	2011773793	91290300	[Firma]
14	Adriana Pinedo	37747127	3153343961	Gran Parque Aventura Pasada Arrieros Hacienda Lengua e Oculucua
15				
16	Conrado Lopez	30209434	315261782	elaboracion tomates
17	Roberto Valencia	13019420	3155198054	serenas @ Miraflores
18	William Huelte	21209625	3135020061	ZICI
19	Yorlewisson Farley Castro	9480555	316653728	[Firma]
20				
21				

## Apéndice 16. Taller diseño imagen corporativa



### TALLER DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA

¿Cuál es su tipo de negocio y que servicios le gustaría ofrecer?

Agencia de turismo y viajes : Aventura extrema, historia, gastronomía artesanal ancestral, experiencia, juegos naturales exóticos, de cultura.

¿Cuál es su principal competidor(es)?

Otras Agencias operadoras.

Brevemente, ¿qué considera que lo diferencia de la competencia?

El clima, la calidez y el servicio de soporte, su ubicación geográfica, en lazar cada emprendimiento

¿Qué servicios o productos proporciona su empresa?

Guianza, restaurante, experiencia en admirar desde los miradores, turismo histórico, religioso,

¿Cómo se enteraran sus clientes de su empresa, servicio o producto?

Voz a voz, redes sociales, emisoras radiales, participación en eventos, alianzas con otras agencias.

¿Qué gama de colores desea involucrar? ¿Alguna razón en particular?

color guayaba, azul, verde, razón: color de los productos de la zona.

¿Alguna frase como slogan para su marca? **Motoso Altamira San Rafael.**

Más vida - Más turismo - Más naturaleza  
Mas diversión -

¿Hay algún elemento, imagen, que quisiera incluir en el logo?

Una heliconia, paisaje natural,

¿Puedes dibujar el Logo como quieres o como se lo imagina? Graficarlo (diseñarlo)

## Apéndice 17. Taller diseño imagen corporativa 2



### TALLER DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA

¿Cuál es su tipo de negocio y que servicios le gustaría ofrecer?

Agenda de viajes, <sup>ZUMAC</sup> TURISMO, ALOJAMIENTOS  
GASTRONOMÍA, HISTORIAS, PAISAJISMO  
AVENTURA, MIZADORES, FLECA, DESCANSO

¿Cuál es su principal competidor(es)?

LEBRIJA CON SUS ATRATIVOS APUNTA

Brevemente, ¿qué considera que lo diferencia de la competencia?

VIAS DE ACERO, clima, INVERSIONISTAS

¿Qué servicios o productos proporciona su empresa?

PORTAFOLIO de emprendimiento <sup>RACTIVIDAD</sup>  
CAMINO LANGARME, <sup>PUTAS</sup> panoramias, <sup>MILOBO</sup> TOPOCERAS

¿Cómo se enteraran sus clientes de su empresa, servicio o producto?

VOZ A VOZ, Redes sociales,  
Gobierno emisoras

¿Qué gama de colores desea involucrar? ¿Alguna razón en particular?

AZUL CAJE VERDE

¿Alguna frase como slogan para su marca?

TURISMO CON SABOR

¿Hay algún elemento, imagen, que quisiera incluir en el logo?

camino de langarime

¿Puedes dibujar el Logo como quieres o como se lo imagina? Graficarlo (diseñarlo)

Agencia, SABOREAK TOUR

## Apéndice 18. Taller diseño imagen corporativa 3



### TALLER DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA

¿Cuál es su tipo de negocio y que servicios le gustaría ofrecer?

Impresionantes Miradores, Gastronomía  
zonas ecológicas, Gastronomía típica, Hospedaje, Cementero  
Indígena, pozos de Agua Natural, Paisajismo, Deportes de Aventura

¿Cuál es su principal competidor(es)?

Ninguno

Brevemente, ¿qué considera que lo diferencia de la competencia?

Miradores Topocoro, Cementero Indígena,

¿Qué servicios o productos proporciona su empresa? Tenemos 3 Redes

- ① Gastronomía Local, quoyaba, helados, cocinas ecológicas, y Hospedaje.
- ② Mirador Los Pingales, cementero Indígena, Caminata Ecológica, pozos naturales
- ③ Parque Fun Afico, Cape Histórico, Mirador Embalse Topocoro, y cultivo de Guandano

¿Cómo se enteraran sus clientes de su empresa, servicio o producto?

Redes sociales, voz a voz, medios de comunicación

¿Qué gama de colores desea involucrar? ¿Alguna razón en particular?

Verde: por sus paisajes, Azul: por su cielo

Rojo: por sus frutos, Naranja: por su abundancia

¿Alguna frase como slogan para su marca?

Naturaleza y vida en un solo entorno

¿Hay algún elemento, imagen, que quisiera incluir en el logo?

Miradores, montaña, frutas, cascadas

¿Puedes dibujar el Logo como quieres o como se lo imagina? Graficarlo (diseñarlo)

Apéndice 19. Registro taller costos paquetes turísticos



LISTADO DE ASISTENCIA					
Asunto		Propuesta para la Creación de la Agencia de Viajes Operadora de la Asociación de Turismo Rural Comunitario ASTURGIRON. Taller Costos de Paquetes Turísticos.			
Lugar:	Salón Comunal San José de Motoso	Fecha:	Septiembre 8 de 2022	Hora:	8:00 am - 12m
Expositor:	William Murillo Mantilla - UCI				
No	Nombre Completo	Cedula Ciudadania	Teléfono de contacto	Emprendimiento	Firma
1	Conrado Lopez B	30209454	3175864282	tanalea (cañon)	<i>[Firma]</i>
2	Gilberto Navas	2112244	3132382985	El Manantial	<i>[Firma]</i>
3	Helen E. Navas D.	91180843	3132382885	Las Jiróns Mojano Páramo Camp	<i>[Firma]</i>
4	Tomás Alvarez Torres	91179178	3158954382	RUTA DEL AGUA	<i>[Firma]</i>
5	Robiel Navas D	5647016	3142290172	SEMENTERO INDIENO	<i>[Firma]</i>
6	Rosa Navas Torres	91190500	3010093309	Las Jiróns	<i>[Firma]</i>
7	Adrián Pineda	37747127	3153343961	Posada Arrieras	<i>[Firma]</i>
8	Alonso Rodríguez	91236066	3159086949	Hacienda Lengoste	<i>[Firma]</i>
9	Diego J. Gudi	7301532	3164923997	Hospedaje	<i>[Firma]</i>



10	Misael Lora	91178167	3164224438	elba garza mismo	<i>[Firma]</i>
11	Rosa Contreras	30208246	3023994610	Logos y fotos	<i>[Firma]</i>
12	Hernando Vera Rojas	3153711225		Figura las graduadas	<i>[Firma]</i>
13	Rosana Calvete Calderon	30207121		Flores Villamarek	<i>[Firma]</i>
14	William Olumbó	91269625	3135020061	capacitador	<i>[Firma]</i>
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					