

Vultur gryphus LUGAR DONDE SIEMBRAN LOS NIÑOS, LOS JÓVENES,
LOS PÁJAROS Y EL VIENTO

NATALIA CASTRILLÓN SALGADO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y AGROPECUARIAS
INDUSTRIAS PECUARIAS
CALDAS (ANTIOQUIA)
2010

Vultur gryphus LUGAR DONDE SIEMBRAN LOS NIÑOS, LOS JÓVENES,
LOS PÁJAROS Y EL VIENTO

NATALIA CASTRILLÓN SALGADO

Informe de creación de empresa para optar el título de Industrial Pecuaria

ASESOR
CARLOS FEDERICO ÁLVAREZ HINCAPIE
BIÓLOGO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y AGROPECUARIAS
INDUSTRIAS PECUARIAS
CALDAS (ANTIOQUIA)
2010

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Caldas, 27 de julio de 2010

CONTENIDO

| | pág. |
|--|-------------|
| INTRODUCCIÓN | 15 |
| 1. RESUMEN EJECUTIVO | 16 |
| 1.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO | 16 |
| 1.1.1 Nombre comercial | 16 |
| 1.1.2 Lema | 16 |
| 1.1.3 Descripción del servicio | 16 |
| 1.1.3.1 Servicio para estudiantes de preescolar y primero | 16 |
| 1.1.3.2 Servicio para estudiantes de segundo a quinto | 18 |
| 1.1.3.3 Servicio para estudiantes de bachillerato | 18 |
| 1.1.4 Objetivos | 18 |
| 1.1.4.1 General | 18 |
| 1.1.4.2 Específicos | 19 |
| 1.2 PRESENTACIÓN DEL EQUIPO EMPRENDEDOR | 19 |
| 1.3 POTENCIAL DE MERCADO | 19 |

| | pág. |
|--|-----------|
| 1.4 VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR | 20 |
| 1.5 INVERSIONES REQUERIDAS | 21 |
| 1.6 PROYECCIONES DE VENTAS Y RENTABILIDAD | 21 |
| 1.7 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD | 21 |
| 2. MERCADEO | 22 |
| 2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADEO | 22 |
| 2.1.1 Análisis del sector | 22 |
| 2.1.2 Análisis del mercado | 23 |
| 2.1.3 Análisis del cliente | 23 |
| 2.1.4 Análisis de la competencia | 24 |
| 2.2 Estrategia de mercadeo | 27 |
| 2.2.1 Concepto del producto o servicio | 27 |
| 2.2.1.1 Ventaja competitiva | 27 |
| 2.2.1.2 Desventaja competitiva | 28 |
| 2.2.2 Mezcla de marketing | 28 |

| | pág. |
|---|-------------|
| 2.2.2.1 Estrategia de servicio | 28 |
| 2.2.2.2 Venta del servicio | 28 |
| 2.2.2.3 Estrategia de precios | 29 |
| 2.2.2.4 Estrategia de promoción | 29 |
| 2.2.2.5 Estrategia de comunicación | 29 |
| 2.2.2.6 Estrategia de servicio | 29 |
| 2.2.3 Proyección de ventas | 30 |
| 3. ANÁLISIS TÉCNICO OPERATIVO | 31 |
| 3.1 FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO | 31 |
| 3.2 ESTADO DE DESARROLLO | 31 |
| 3.3 INNOVACIÓN | 31 |
| 3.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO | 32 |
| 3.4.1 Flujo-grama de proceso | 32 |
| 3.4.2 Variables de control | 34 |
| 3.4.3 Variable critica de control | 35 |

| | pág. |
|---|-------------|
| 3.5 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS | 35 |
| 3.5.1 Materiales | 35 |
| 3.5.2 Insumos | 36 |
| 3.6 SITUACIÓN TECNOLÓGICA DE LA EMPRESA | 37 |
| 3.6.1 Conocimiento técnico | 37 |
| 3.6.2 La tecnología principal del proyecto | 37 |
| 3.6.3 Localización | 38 |
| 3.6.4 Tamaño | 39 |
| 3.6.4.1 Distribución de las instalaciones | 39 |
| 3.6.4.2 Dimensiones de cada uno de los espacios | 39 |
| 3.7 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN | 40 |
| 3.8 PLAN DE PRODUCCIÓN | 40 |
| 3.9 PLAN DE COMPRAS | 41 |
| 3.9.1 Identificación y establecimiento de opciones de Proveedores | 41 |
| 3.9.2 Parámetros de control de calidad | 41 |

| | pág. |
|---|-------------|
| 4. ORGANIZACIONAL Y LEGAL | 43 |
| 4.1 ORGANIZACIONAL | 43 |
| 4.1.1 Concepto del negocio | 43 |
| 4.1.2 Objetivos de la empresa | 43 |
| 4.1.3 Análisis estratégico de la DOFA | 43 |
| 4.1.4 Grupo emprendedor | 44 |
| 4.1.5 Estructura organizacional | 44 |
| 4.1.5.1 Organigrama de la empresa | 44 |
| 4.1.6 Gastos de administración y nomina | 46 |
| 4.1.7 Organismos de apoyo | 46 |
| 4.2 LEGAL | 46 |
| 4.2.1 Constitución de la empresa y aspectos legales | 46 |
| 4.2.1.1 Tipo de sociedad | 46 |
| 4.2.1.2 Legislación vigente que regula la actividad | 46 |
| 4.2.1.3 Gastos de constitución | 47 |

| | pág. |
|--------------------------------|-------------|
| 5. FINANCIERO | 48 |
| 6. IMPACTO DEL PROYECTO | 50 |
| 6.1 IMPACTO ECONÓMICO | 50 |
| 6.2 IMPACTO SOCIAL | 50 |
| 6.3 IMPACTO AMBIENTAL | 50 |
| 7. CONCLUSIONES | 51 |
| BIBLIOGRAFÍA | 52 |

LISTA DE TABLAS

| | pág. |
|---|-----------|
| Tabla 1. Activos fijos | 21 |
| Tabla 2. Personal de manejo | 37 |
| Tabla 3. Costos y gastos mensuales | 48 |

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. [Información Financiera](#)

GLOSARIO

AGRO ECO TURISMO: Es una actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de la artesanía (RIVEROS Hernando y BLANCO Marvin)¹.

ANÁLISIS DOFA: Es el análisis de las debilidades, oportunidades fortalezas y amenazas de la empresa (Información primaria).

CLUSTER: Es un agrupamiento empresarial que consiste en un grupo de empresas de la misma actividad que tienen una estrategia común, se vinculan con los sectores soporte y mantienen entre sí lazos de proveeduría y prestación de servicios, las cuales están organizadas en redes verticales y horizontales con el propósito de elevar sus niveles de productividad, competitividad y rentabilidad (Comunidad Cluster)².

MARKETING: Es un sistema total de actividades mercantiles, encaminada a planear, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores potenciales (MUÑIZ GONZÁLEZ Rafael)³.

¹ RIVEROS, Hernando y BLANCO, Marvin. El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural. Perú, agosto del 2003, 34 p: PRODAR. Serie documento de trabajo.

² CÁMARA DE COMERCIO MEDELLIN, Comunidad Cluster. ¿Qué es un cluster?. [En línea]/ URL disponible en www.camaramed.org.co/quees.html. [Consultado el 15 de julio del 2010].

³ MUÑIZ GONZÁLEZ, Rafael. Marketing en el siglo XXI. 3 ed. COLOMBIA: Editorial Estudios Financieros., 2010. 27p.

RESUMEN

La empresa parte de la idea de la granja para desarrollar en torno a esta un espacio de aprendizaje significativo enfatizado a grupos de estudiantes para un aprendizaje al aire libre, integrando diferentes alternativas de esparcimiento armonizadas con el medio natural.

El proyecto ofrece a las personas la oportunidad para integrarse con la naturaleza y el manejo ambiental a través de la granja, evidenciándose en esta la cría de algunos animales domésticos como: conejos, gallinas, patos, gansos, cabras y la lombricultura. Integrando suelo, vegetación, fauna, agua y otros minerales; los productos de la granja se utilizaran para el consumo de los visitantes y a futuro se comercializara el excedente.

Las actividades que se incluirán en el día serán: desayuno, los visitantes recorrerán el sendero ecológico con sus respectivas explicaciones, alimentaran los animales de la granja, sembraran en la huerta (opcional), luego pasaran a una conferencia o relajación en el salón de actividades, se bañaran en el chorro de agua de manantial, observaran en el mariposario al aire libre la mariposa alas de cristal, pasaran al almuerzo y realización de talleres de esparcimiento, finalmente se sacaran conclusiones y se reflexionara sobre la importancia que tiene el cuidado del medio ambiente y de nosotros como parte de el. Además se ofrecen planes especiales, como capacitaciones, para grupos de acuerdo al tema que requieran.

ABSTRAC

The company starts with the idea to develop the farm, this project is emphasize in the meaningful learning for student groups for outdoor learning, integrating recreational alternatives harmonize with the natural environment.

The project offers people the opportunity to interface with nature and environmental management through the farm, as evidence in these breeding domestic animals such as rabbits, chickens, ducks, geese, goats and earthworms. Integrating soil, vegetation, fauna, water and other minerals, the farm products will be use for the consumption of future visitors and market the surplus.

The activities will be include in the day: breakfast, the visitor will tour the eco-trail with their respective explanation, they will feed the animals on the farm, the visitor will plant in the garden (optional), then they will pass to a conference or relaxing in the activity room, after that they will bathe in the stream of spring water and they will observe the wings glass butterfly, they will come to take the lunch and make recreational workshops, finally we will draw any conclusions and reflect on the importance of keep the environment and us as a part of it. The company also offers special plans, such as training, to groups according to the subject require.

INTRODUCCIÓN

La idea del proyecto nació hace tres años como una necesidad a la diversificación de la producción básica de la finca familiar. En ese momento se buscaron nuevas alternativas y se encontró que estaba surgiendo una actividad complementaria a la actividad diaria del campo, que suministraba ingresos alternos a los obtenidos directamente de las actividades pecuarias. A partir de este momento se empezó a construir el proyecto iniciando por la adecuación de infra estructura para los visitantes y a la elaboración de unidades didácticas para atender a los posibles clientes. Se hizo mercadeo con los colegios San Juan Bosco de Belén, Soleira, Isolda, Colombo Frances, Colombo Alemán, Benedictinos, la Normal superior Antioqueña, La Inmaculada entre otros, ya que es un medio conocido en la familia y se iniciaron Los recorridos. Con estas primeras experiencias surgieron nuevas necesidades que actualmente se están mejorando.

Para esta idea se toma el modelo de granja para desarrollar en torno a él un espacio de aprendizaje significativo enfatizado a grupos de estudiantes, integrando diferentes alternativas de esparcimiento perfectamente armonizadas con el medio natural, buscando en todo caso despertar en las personas el respeto por éste y el valor de las labores agropecuarias. Permite pasar un día diferente sin las prisas y las preocupaciones de la ciudad, a la vez que aprender la importancia del campo, la protección y el cuidado del medio ambiente y algunos procesos productivos de las diferentes especies animales y vegetales que hay en este lugar.

1. RESUMEN EJECUTIVO

1.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO

1.1.1 Nombre comercial: *Vultur gryphus* lugar donde siembran los niños, los jóvenes, los pájaros y el viento.

1.1.2 Lema: Por que vida es más que vida..., quien pase por *Vultur gryphus* vivirá el día más feliz de su vida en contacto con la naturaleza.

1.1.3 Descripción del servicio: Los servicios ofrecidos son similares para todos los grupos de estudiantes que visitan a *Vultur gryphus* con variaciones en el nivel de los contenidos académicos de acuerdo a la edad, así:

1.1.3.1 Servicio para estudiantes de preescolar y primero:

🌿 **Recibimiento:** El grupo llega y se le hace una pequeña charla sobre lo que se va a tratar en el día y sobre las actividades que se van a realizar, se dan las normas e instrucciones generales.

🌿 **Desayuno:** Se da una hora y treinta minutos para el desayuno y para integración de los visitantes con el entorno y con sus compañeros.

🌿 **Recorrido por el sendero ecológico:** Recorrido de 1.200 metros por un bosque en sucesión, donde los niños tienen la oportunidad de conocer el uso de algunas plantas y tener una aventura entre el bosque, en el recorrido se dan diferentes explicaciones como el cuidado que se debe tener con la flora traída de otros países y la importancia del lombricultivo para la sostenibilidad de la granja, además de poder interactuar con las lombrices.

🌿 **Actividades en la granja:** Luego de hacer el recorrido por el sendero llegan a un espacio de 5.000 M² donde los visitantes pueden apreciar el magnifico mundo del campo. Éstos tienen la oportunidad de interactuar y de alimentar los animales (cabras, patos y gallinas) con alimentos en su gran mayoría provenientes de la granja; allí se da una descripción de forma sencilla del

proceso productivo de cada animal y curiosidades de cada especie.

🌿 **Actividades de sensibilización:** Posteriormente pasan al salón de conferencias donde se hacen actividades de relajación y cánticos a la tierra como “buen día madre tierra” que hacen que el niño piense en los componentes del planeta y su interacción. Así mismo, se lleva a cabo una puesta en común de las sensaciones y aprendizajes que genera el recorrido por el sendero.

🌿 **Actividades complementarias:** Luego del trabajo de sensibilización, los visitantes salen a realizar la actividad de su interés entre las cuales están:

🌿 **Chorro de agua manantial:** Agua de manantial que pasa por la granja, y mediante filtros naturales se dispone en una fuente formando un chorro para que los visitantes disfruten de un baño puro similar a las condiciones naturales como fluye en los ecosistemas. Luego el agua regresa a su cauce después de pasar por un estanque que sirve de esparcimiento y diversión para los niños, brindando la posibilidad de tener contacto directo con la tierra. Todo esto garantiza que los asistentes disfruten el agua a la vez se genera sensibilización por lo natural.

🌿 **Mariposario al aire libre:** Donde pueden hacer observación de las mariposas alas de cristal (*Olería fumata* y *Greta otto*) (VÉLEZ BRAVO, Andrés; DUQUE VÉLEZ, Patricia y WOLFF ECHEVERRI, Patricia)⁴ en estado natural. Conocer sobre las características necesarias para que estas especies estén allí, su importancia como bioindicadoras de temperatura y humedad específica, su ciclo vital con metamorfosis, la relación mariposa/planta hospedera, y además se reflexiona sobre la importancia de la protección de los ecosistemas y ambientes naturales para que estas especies y otras puedan existir.

🌿 **Interacción con los animales y plantas:** Los visitantes tienen la posibilidad de tener contacto con los animales alimentarlos y conocer sobre ellos, también tienen la

⁴ VÉLEZ BRAVO, Andrés; DUQUE VÉLEZ, Patricia y WOLFF ECHEVERRI, Patricia. Mariposas: del Parque Ecológico Piedras Blancas Guía de campo. 1 ed. Medellín: L. Vieco e Hijos Ltda., 2009. 201 p.

alternativa de sembrar en la huerta las verduras y las plantas forrajeras que posteriormente serán el alimento de los animales que están observando. Se explica el proceso de compostaje que se realiza con los residuos orgánicos, resultantes de los sistemas productivos agropecuarios y su posterior recirculación en el proceso productivo.

✿ **Almuerzo y conclusiones:** Después de terminar las actividades, se pasa al restaurante a disfrutar el almuerzo. Para concluir el día se le pregunta a los niños que aprendieron en la jornada y se hace una reflexión final sobre la importancia que tiene el cuidado del medio ambiente y de nosotros como parte de él.

1.1.3.2 Servicio para estudiantes de segundo a quinto: La variación para estos grupos esta en las siguientes actividades:

✿ **Actividades de sensibilización:** En el salón de conferencias se da una charla con terminología sencilla correspondiente a los conceptos de granja integral, se hace una puesta en común de las sensaciones y aprendizajes que se generan al hacer el recorrido y se observa en el microscopio muestras de hojas, flores y segmentos de plantas que son colectadas por el guía en el recorrido por el sendero.

1.1.3.3 Servicio para estudiantes de bachillerato: La variación para estos grupos es de acuerdo al tema académico que quieran tratar, si no escogen un tema particular se trabajan las mismas actividades antes mencionadas pero con mayor profundización teórica en el senderismo, donde los visitantes podrán observar desde la montaña los diferentes ecosistemas propios de la zona andina con su biodiversidad, en el recorrido se darán diferentes explicaciones como el manejo adecuado de los suelos, la importancia de la flora nativa para la protección del agua, el cuidado que se debe tener con los organismos exóticos (foráneos) y la importancia del lombricultivo para la sostenibilidad de la granja; se hace mejor conceptualización de los procesos productivos de los animales y un buen trabajo de sensibilización en el salón de conferencias.

1.1.4 Objetivos:

1.1.4.1 General: Plantear como una forma complementaria al sector pecuario las actividades agro-eco turísticas, integrando un conjunto de actividades a las cuales participan los visitantes y reciben un servicio de entretenimiento y educación ambiental.

1.1.4.2 Específicos:

- ✿ Vincular componentes del sector agropecuario, para ofrecer tours, días de esparcimiento y de aprendizaje a los turistas.

- ✿ Aprovechar el lugar agropecuario (instalaciones) para capacitar y para sensibilizar a las personas de la ciudad, dando explicaciones sobre el manejo y los procesos de producción de la granja.

- ✿ Generar una oportunidad de negocio alternativo a la producción animal, aprovechando el turismo para la venta de los productos, capacitaciones dentro de las instalaciones, servicios de recreación sana y respetuosa del medio ambiente.

1.2 PRESENTACIÓN DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

- ✿ Natalia Castrillón Salgado, estudiante de Industrias Pecuarias Corporación Universitaria Lasallista, con énfasis en la producción pecuaria implementando la gestión de proyectos. Presenta claridad conceptual y habilidades para la asesoría, consultoría y asistencia técnica para el sector pecuario, atención al detalle y el análisis de problemas en el manejo de las explotaciones.
Experiencia laboral: Tallerista del Programa Educativo Ambiental de Unilever, Antioquia.

- ✿ Maria Orfi Salgado, Bióloga de la Universidad de Antioquia, con experiencia laboral en el área de investigación y docencia, habilidad para trabajar en equipo, especialmente en el direccionamiento de proyectos con jóvenes que tengan capacidad para el manejo riguroso en el qué hacer investigativo. Facilidad para comunicar de manera sencilla tanto oral como escrita la belleza del planeta tierra y el manejo de la problemática ambiental actual.
Experiencia laboral: Colegio San Juan Bosco 1991-2009. Jefe del área de Ciencias Naturales y docente de Biología de 10 y 11 grado.
Coordinadora del programa Ambiental de Unilever (1996-2009) se ha especializado en desarrollar proyectos de investigación especialmente con jóvenes colombianos.

1.3 POTENCIAL DE MERCADO

La población objetivo de la empresa inicialmente será enfocada en los estudiantes de los colegios de estrato 3, 4, 5 y 6 del área metropolitana, la

cual tiene una población de 3´317.166 (DANE, 2005)⁵ de los cuales se encuentra entre este rango 409.531 estudiantes (Información primaria) que son el potencial de mercado de la empresa.

1.4 VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR

El lugar donde estará ubicada la empresa tiene como ventaja ser socialmente libre de conflicto armado, con vecinos de nivel campesino, la distancia entre Medellín y *Vultur gryphus* es de 45 minutos, las instalaciones están en terreno propio, con excelente paisajismo, esta ubicada en el municipio Barbosa que hace parte del Área Metropolitana. Que tiene como misión propender por el desarrollo sostenible a través del eco turismo, en la zona sería el único negocio de este tipo, la vía de acceso es la carretera Medellín la costa con excelente flujo vehicular. El equipo emprendedor es especializado en el manejo integral de granjas y en la educación ambiental lo que facilitara el manejo de la empresa. A su vez el énfasis de la empresa aprovecha la conciencia que se esta generando actualmente con el cuidado del medio ambiente, ya se ha hecho un acercamiento con el publico objetivo y se han iniciado las actividades con colegios. Además el proyecto responde a una necesidad urgente del mundo actual que es la educación ambiental en pro del planeta tierra y de la sostenibilidad del campo.

El Agro eco turismo se desarrolla bajo intereses nacionales e internacionales para la búsqueda de nuevas alternativas que permitan generar ingresos complementarios a las actividades agropecuarias.

⁵ COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE). 2005. Gran encuesta integrada de hogares. [en línea]/ URL disponible en: www.dane.gov.co. [Consultado el 23 de diciembre del 2009].

1.5 INVERSIONES REQUERIDAS

Tabla 1. Activos Fijos

| ACTIVOS FIJOS | | | | |
|---|---------------------|-----------------|-------------------|------------------|
| CONCEPTO | VR. UNITARIO | CANTIDAD | VR. TOTAL | VIDA ÚTIL |
| Microscopio | \$1'000.000 | 1 | \$1'000.000 | 3 AÑOS |
| Video-beam | \$2'000.000 | 1 | \$2'000.000 | 3 AÑOS |
| Equipo de computo | \$1'000.000 | 1 | \$1'000.000 | 3 AÑOS |
| Cabras (hembras) | \$330.000 | 7 | \$2'310.000 | 10 AÑOS |
| Cabras (macho) | \$650.000 | 1 | \$650.000 | 5 AÑOS |
| Gallinas | \$30.000 | 30 | \$900.000 | 5 AÑOS |
| Patos | \$50.000 | 4 | \$200.000 | 5 AÑOS |
| Gansos | \$300.000 | 2 | \$600.000 | 5 AÑOS |
| Conejo | \$30.000 | 8 | \$240.000 | 5 AÑOS |
| Pie de cría lombrices | \$ 100.000 | 1 | \$100.000 | 5 AÑOS |
| Material didáctico (paquete, ya está financiado por el Programa de Educación Ambiental de Unilever) | \$4'000.000 | 1 | \$ 4'000.000 | 5 AÑOS |
| Vidriería | \$ 25.000 | 40 | \$ 1'000.000 | 5 AÑOS |
| Terreno | \$ 50'000.000 | 1 | \$50'000.000 | |
| Aprisco | \$5'000.000 | 1 | \$ 5'000.000 | 20 AÑOS |
| Gallinero | \$ 1'250.000 | 1 | \$ 1'250.000 | 20 AÑOS |
| Estanque de patos | \$ 2'000.000 | 1 | \$ 2'000.000 | 20 AÑOS |
| Cama de lombrices | \$ 250.000 | 1 | \$ 250.000 | 20 AÑOS |
| Conejera | \$ 1'500.000 | 1 | \$ 1'500.000 | 20 AÑOS |
| Casa | \$ 25'000.000 | 1 | \$25'000.000 | 20 AÑOS |
| TOTAL | | | 99'000.000 | |

1.6 PROYECCIONES DE VENTAS Y RENTABILIDAD

Hoja de “Información Inicial” y hoja de “estado de resultados” (Dar clic [aquí](#) para ver informe financiero).

1.7 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Hoja de “Flujo de Caja” (Dar clic [aquí](#) para ver informe financiero).

2. MERCADEO

2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1.1 Análisis del sector: El entorno tecnológico es muy básico, maneja en algunos casos video-beam para las conferencias, cerca eléctrica, pica pastos, aspersores, guadañadora, ordeño manual y en algunos casos mecánico debido al enfoque direccionado a producción de leche y al turismo. En este sector el cluster funciona exitosamente como lo demuestran los proyectos de Miramar en Mar de la planta Argentina (VARISCO Cristian, 2004)⁶. Por lo general, la mayoría de turistas prefieren zonas que ofrezcan una gama interesante de oportunidades recreativas y no sectores donde se presenta un servicio en forma aislada, demostrado en las conclusiones de la aplicación de cluster en las regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos en Chile (SCHAERER Jorge y DIRVEN Martine, 2001)⁷. En Colombia el agro turismo tiene pocos proyectos de este tipo, en el convenio de competitividad que realizó el Ministerio de Comercio, Industria y turismo incluyeron mejoras para este sector (Ministerio de Comercio, Industria y turismo)⁸. Por ejemplo desde finales del año 2007 la Cámara Colombiana de Turismo lidero la presentación de una propuesta para desarrollo turístico en Risaralda. Desde entonces en convenio con la Universidad de Los Andes se diseño y aplico la metodología para el “proyecto de fortalecimiento del cluster turístico de Risaralda” (Cluster turístico RISARALDA)⁹. Por otra parte en Antioquia los cluster están en proyectos contemplado en el Acuerdo de Competitividad donde se estiman incentivos para la asociación de las empresas de agro turismo que hagan cluster (Secretaria de Agricultura y desarrollo rural Antioquia)¹⁰.

⁶ VARISCO, Cristian, 2004. El cluster turístico de Miramar. [en línea]/ URL disponible en: redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/276/27680205.pdf. [Consultado el 24 de mayo del 2010].

⁷ SCHAERER, Jorge y DIRVEN, Martine, 2001. El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las regiones del Maule, la Araucanía y los Lagos. [en línea]/URL disponible en: www.infoagro.net/shared/docs/a5/ACF664D.pdf. [consultado el 24 de mayo del 2010].

⁸ COLOMBIA, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008. CONVENIOS DE COMPETITIVIDAD: Un instrumento para la competitividad nacional desde las regiones. [en línea]/ URL disponible en: www.mincomercio.gov.co. [Consultado el 24 de mayo del 2010].

⁹ RISARALDA, Proyecto cluster turístico Risaralda. [en línea]/ URL disponible en: www.visitarisaralda.com/buenapetito/eventos/1/PROYECTO%20CLUSTER%20TURISTICO. [Consultado el 24 de mayo del 2010].

¹⁰ ANTIOQUIA, SECRETARIA DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL ANTIOQUIA. Acuerdo de competitividad. [en línea]/ URL disponible en:

Esta actividad en Antioquia esta poco desarrollada y hay muchos proyectos por plantear para mejorar ya que es un negocio prospero en las ciudades que se ha desarrollado totalmente.

2.1.2 Análisis del mercado: El mercado de la empresa serian personas que se encuentren entre los estratos 3 al 6, de este mercado se enfocara en el segmento inicialmente de estudiantes de los colegios de estrato 3, 4, 5 y 6 del área metropolitana, la cual tiene una población de 3'317.166 (DANE, 2005).en este rango se encuentran 409.531 estudiantes (información primaria) que son el potencial de mercado de la empresa. Los servicios que se ofrecen están encaminados a satisfacer las necesidades de las jornadas pedagógicas de los colegios que se hacen dos veces al año. Además estos son los estratos que tiene la capacidad económica para invertir en este tipo de servicios.

2.1.3 Análisis del cliente: Son personas que tienden a admirar las cosas simples, de la magia de la naturaleza, la aventura, los animales y las plantas.

Inicialmente este segmento lo enfocamos en estudiantes de los colegios de estrato 3, 4, 5 y 6 del área metropolitana, con una edad entre 6 y 17 años, que estarían interesados en el servicio por que los docentes y padres de familia quieren que sus estudiantes e hijos sean educados de una manera diferente a través de las experiencias vivenciales donde se aprende en el contexto.

La aceptación del servicio ha sido satisfactoria ya que se ha evidenciado en los ensayos hechos, que los visitantes han salido con un mayor conocimiento y sensibilización por el planeta tierra. Esto se ha observado en las conclusiones del día, también se han obtenido sugerencias sobre aumentar el número de animales y sobre el deseo de volver a *Vultur gryphus* con sus familias, estas se consideraran a futuro para la expansión del proyecto.

Además la Tendencia del mercado es que cada vez el hombre es más dependiente de la tecnología, esto hace que sienta la necesidad de tener contacto con la naturaleza para recordar sus orígenes.

A medida que se vaya teniendo más experiencia el mercado objeto va ir creciendo, por que la empresa se va posicionando y ya no solo se atenderán colegios sino otras personas interesadas en la temática a desarrollar: agro-ecoturismo.

www.antioquia.gov.co/organismos/agricultura/hortofruticola/hortofruticola/diagnostico%2520S%2520DE%2520A.pdf. [Consultado el 24 de mayo del 2010].

2.1.4 Análisis de la competencia: El mercado es medianamente competido ya que existen muchos demandantes como los colegios con énfasis en ciencias naturales o en el cuidados de la naturaleza entre los cuales se encuentran San Juan Bosco de Belen, Soleira, Isolda, Colombo Frances, Colombo Alemán, Benedictinos, la Normal superior Antioqueña, La Inmaculada entre otros; y pocos oferentes que ya se han analizado en visitas realizadas por el equipo emprendedor como:

🌿 “Monte Vivo” enfatizado en turismo y recreación, con servicios de retro-aventura, cabalgatas, cable vuelo, spa y hotel; ubicado en Santa Elena. El servicio tiene un costo base por persona en servicios para grupos de Colegios de \$20.000 que incluye entrada, retro-aventura y recorrido por el bosque. Sus servicios son dirigidos a personas que quiera pasar un día en contacto con la naturaleza.

🌿 La “Montaña Mágica” enfatizada en spa y recreación, con servicios de spa y hotel, recorrido por las instalaciones y charla sobre el eco-aldea; ubicada en Santa Elena. El servicio tiene un costo base por persona en servicios para grupos de Colegios de \$17.000 que incluye entrada, desayuno, almuerzo, charla y recorrido por las instalaciones. Sus servicios son dirigidos a personas que quiera pasar un día en contacto con la naturaleza.

🌿 “La Manuela” enfatizada en turismo, con servicios de guianza por la “vaca interactiva Manuela”, por el zoológico de especies menores y por el sistema de producción de leche con tecnología de punta y hotel; ubicada en San Pedro. El servicio tiene un costo base por persona en servicios para grupos de Colegios de \$14.500 que incluye entrada, desayuno, entrada a Manuela y guianza por el sistema de producción de leche. Sus servicios son dirigidos a personas que quiera pasar un día en contacto con la naturaleza.

🌿 “Hogares Juveniles Campesinos” enfatizada agro-turismo, con servicios de guianza por toda la granja, charla sobre los conceptos básicos de una granja y contacto de los visitantes con los animales; ubicado en Río Negro. El servicio tiene un costo base por persona en servicios para grupos de Colegios de \$10.000 que incluye entrada, charla, recorrido por las instalaciones. Sus servicios son dirigidos a grupos de personas que quiera conocer el funcionamiento de una granja integral.

🌿 “Parque Ecológico Piedras Blancas” enfatizado en turismo y recreación, proporciona un espacio para el esparcimiento dotado de museo entomológico, embalse con alquiler de botes, mariposario, zona de camping, ubicado en el municipio de Medellín Corregimiento de Santa Elena. Con un costo base por persona en servicios para grupos de Colegios de \$3.700 que incluye entrada, cada una de las actividades complementarias tiene un costo de 6.300 por persona. Adicionalmente la alimentación cuesta \$17.200 (desayuno y almuerzo). Sus servicios son dirigidos a todo tipo de público que quiera pasar un día de recreación.

🌿 “Centro de Ciencias y Tecnología” enfatizado en agro-turismo, con servicios de guianza por los diferentes establos de animales y contacto con ellos (alimentación y juego con ellos); ubicado en Guarne. Con un costo base por persona en servicios para grupos de Colegios de \$16.500 que incluye entrada, media mañana, guianza por las instalaciones. Sus servicios son dirigidos a grupos de personas que quiera conocer el funcionamiento de una granja integral y tener contacto con los animales.

Esta es la competencia directa, ya que aunque estas empresas están en otras zonas, el servicio básico que ofrecen es el agro-ecoturismo, pero con unos enfoques diferentes en la parte turística y de recreación, sin enfatizar en el servicio educativo. Además, los ecosistemas que se pueden observar son diferentes debido a la altura del lugar que es 2.500 mt.s.n.m. Mientras que *Vultur gryphus* esta a una altura de 1.500 mt.s.n.m.

Los sustitutos son las empresas de turismo convencional como:

🌿 “Parque recreativo las ballenas Comfama”, enfatizada en recreación, proporciona un espacio para el entretenimiento, práctica de deportes y mucha diversión. Ofrece cursos para toda clase de personas y una casa de convenciones con los equipos necesarios para la realización de eventos académicos y sociales. Esta ubicado en el municipio de Copacabana. El servicio tiene un costo base por persona en servicios para grupos de Colegios de \$5.000 que incluye entrada adicionalmente la alimentación tiene un valor de \$12.000 (desayuno y almuerzo). Sus servicios son dirigidos a todo tipo de público que quiera pasar un día de recreación.

- ✿ “Acuario parque explora”, enfatizado en observación de la fauna de agua dulce. Incluye un recorrido por 25 estanques, con novedosas especies nativas en nuestros ríos, ubicado en el municipio de Medellín. El servicio tiene un costo base por persona en servicios para grupos de Colegios de \$10.000. Sus servicios son dirigidos a todo tipo de público que quiera conocer la fauna acuática.

- ✿ “Parque explora”, enfatizada en el aprendizaje interactivo, proporciona un espacio para hacer recorridos por sala abierta, salas interactivas, sala 3D, vivario, y actividades experimentales. Esta ubicado en el municipio de Medellín. El servicio tiene un costo base por persona en servicios para grupos de Colegios de \$13.000 que incluye entrada a dos salas interactivas, cine 3D y sala abierta con, un recargo de \$4.000 por entrada a cada una de las otras salas. Adicionalmente la alimentación cuesta \$13.000 (desayuno y almuerzo). Sus servicios son dirigidos a todo tipo de público que quiera pasar un día de recreación y aprendizaje científico.

- ✿ “Zoológico Santa fé”, enfatizada en observación de todo tipo de animales, proporciona un espacio para la observación de aproximadamente 1.900 especies distribuidas en 21 familias brindando explicaciones en cada grupo de hábitat. Esta ubicado en el municipio de Medellín. Con un costo base por persona en servicios para grupos de Colegios de \$4.000 que incluye la entrada. Adicionalmente la alimentación cuesta \$12.000 (desayuno y almuerzo). Sus servicios son dirigidos a todo tipo de público que quiera pasar un día de recreación, observación y educación ambiental.

Los clientes ven a la competencia como posibles lugares donde llevar a sus estudiantes y hacer sus salidas pedagógicas, los ven como lugares de recreación donde los niños y jóvenes tienen la oportunidad de tener contacto con la naturaleza.

En este sector hay empresas de tradición que ofrecen muy buenos servicios y ya están posicionadas. Además, Santa Elena es un sitio estratégico para el eco turismo del valle del Aburra.

La competencia tiene la ventaja del posicionamiento en Antioquia, la experiencia, la ubicación cerca de la ciudad, locatividad adecuada y cercanía al parque Arví, lo que les permite un senderismo extenso.

La posición del servicio de *Vultur gryphus* frente a la competencia es que según observaciones realizadas, se identifica la limitada capacitación técnica en algunas de ellas y el poco mercadeo que ejercen. Estas debilidades se pueden enfrentar y convertir en oportunidades para la empresa por que uno de los profesionales del equipo de *Vultur gryphus* trabaja en una multinacional, donde se maneja clientes potenciales y tiene credibilidad en el medio debido al trabajo de varios años.

Por otra parte el servicio que ofrece la empresa es mas educativo y le da a los colegios la posibilidad de incluir la salida a *Vultur gryphus* como parte de su Proyecto Educativo Institucional, como salida pedagógica de apoyo.

Analizando el precio base por persona en los servicios de *Vultur gryphus* que es de \$11.000 se encuentra que está en el promedio de los precios de la competencia. Al hacer empaquetamientos y promociones que se tienen planteadas para la etapa de crecimiento, se encuentra que el costo es menor al que ofrecen algunas de estas otras empresas.

2.2 ESTRATEGIA DE MERCADO

2.2.1 Concepto del producto o servicio: En *Vultur gryphus* el servicio comienza con el recibimiento de los grupos, que son en promedio de 40 estudiantes. Estos llegan a las 9 de la mañana, se les hace una breve introducción de las actividades del día dándoles la bienvenida. Después tienen un tiempo para tomar el desayuno y compartir con sus compañeros, luego se hace el recorrido por el sendero que termina en la granja donde alimentan los animales e interactúan con ellos. Luego pasan a el salón de actividades donde se trata un tema acordado anteriormente y finalmente salen a disfrutar las actividades de su preferencia (baño en chorro de agua de manantial, observación de la mariposa cristal, contacto con los animales, siembra de semillas). El día termina después del almuerzo con las conclusiones y reflexiones de las actividades realizadas.

2.2.1.1 Ventaja competitiva: La zona donde estará ubicada la empresa tiene como ventaja un excelente paisajismo y que es el único negocio de este tipo, mientras que la competencia esta casi toda en un mismo lugar (Santa Elena); la vía de acceso es la carretera Medellín/ la costa con excelente flujo vehicular. El equipo emprendedor es especializado en el manejo integral de granjas y en la educación ambiental, lo que facilitara el manejo de la

empresa. El énfasis de esta aprovecha la conciencia que se esta generando actualmente con el cuidado del medio ambiente, además responde a una “necesidad urgente del mundo que es la educación ambiental en pro del planeta tierra” (GADOTTI Moacir)¹¹ y de la sostenibilidad del campo y este enfoque no lo tiene la competencia.

2.2.1.2 Desventaja competitiva: Es un poco más lejos de la mayor concentración de los estudiantes que están en Medellín, lo cual hace que tengan que madrugar mas y llegar mas tarde a los colegios después de la jornada, al igual los costos de transporte aumentan con relación a otras empresas similares.

2.2.2 Mezcla de marketing:

2.2.2.1 Estrategia de servicio: La publicidad se hará por medio del brochur que tiene un costo de impresión de \$200.000 por 400 unidades; el servicio actualmente se encuentra en la etapa de nacimiento, en la que se han hecho ensayos con varias instituciones educativas que ya eran conocidas por los socios de la empresa, estos han traído mas clientes debido a la satisfacción del servicio y a la divulgación de las personas que han asistido. La estrategia que se tendrá para la etapa de crecimiento será ofrecer los servicios de la empresa, enfatizados en las promociones, a todas las instituciones que estén el rango que se plantea como mercado objetivo por medio del brochur para que la empresa empiece a tener clientes nuevos. Cuando estas instituciones conozcan el servicio diferenciador de alta calidad que se ofrece en la empresa, se convertirán en clientes prescriptos y atraerán nuevos usuarios, llegando así a la etapa cúspide de la empresa, en la cual se aplicará una estrategia de convenio con cada una de las instituciones para que *Vultur gryphus* sea el lugar de práctica permanente del colegio. Además se empezará a ofrecer otros servicios para siempre ser diferenciadores y competitivos, buscando satisfacer las necesidades que los clientes vayan generando. Si la empresa pasa a la etapa de declive, la estrategia que se usará será pasar a otro mercado objetivo ofreciendo servicios de acuerdo a las necesidades que plantee ese tipo de clientes, iniciando una nueva etapa de crecimiento. La estrategia para nunca llegar a la muerte de la empresa es la innovación constante y la atención con calidad a los clientes actuales, esto se logra satisfaciendo las necesidades de cada grupo visitante y llevando un adecuado seguimiento de la empresa en todos los ámbitos a través de los indicadores de calidad y de servicio.

¹¹ GADOTTI, Moacir. Pedagogía de la tierra. 1 ed. En español. MEXICO D.f.: Siglo veintiuno editores, s.a. de c.v., 2002. 195p.

2.2.2.2 Venta del servicio: La venta se hará por medio de canal directo entre la empresa y las directivas de los colegios. La comercialización de la empresa se hará con personal capacitado para asesorar a los clientes mostrar los servicios y hacer la venta directamente. Además, uno de los profesionales del equipo de *Vultur gryphus* trabaja con clientes potenciales.

Por otra parte se presentará a los colegios que estén en el rango del mercado objetivo el brochur de la empresa para que esta vaya siendo conocida (generar recordación al consumidor) y posteriormente visitada por estos colegios.

2.2.2.3 Estrategia de precios: El precio del servicio de la empresa es competitivo, ya que está entre los promedios de los precios de la competencia (Referirse al punto 2.1.4 “Análisis de la Competencia”); por ser una empresa prestadora de servicios no requiere seguros, no se genera impuesto a la venta, ni requiere costo de transporte; las empresas de este tipo son muy pocas; dejando un pequeño margen para una guerra de precios, al contrario brinda posibilidad para plantear proyectos de cluster y/o alianzas estratégicas con la competencia y generar propuestas atractivas para los clientes.

2.2.2.4 Estrategias de promoción:

✿ Los colegios que integren a *Vultur gryphus* en su Proyecto Educativo Institucional y firmen convenios para que la empresa sea el lugar de salidas pedagógicas, tendrán un precio por el servicio del día más alimentación de \$16.000 por estudiante.

✿ Paquete completo económico para grupos: desayuno, almuerzo y guianza de todo el día por \$17.000 por persona.

✿ Paquete económico para familias de mínimo 10 personas: desayuno, almuerzo, taller de galletería, carpintería, pintura y siembra o masmelos por \$17.000 por persona.

2.2.2.5 Estrategia de comunicación: La publicidad será inicialmente escrita por medio de volantes y brochur entregados en los colegios; posteriormente se hará oral a través de radio y audiovisual por televisión local e Internet (pagina Web).

2.2.2.6 Estrategia de servicio: Con un servicio de excelente calidad garantizamos que el cliente salga satisfecho. Además al finalizar la jornada hay media hora en la cual se sacan conclusiones y se reciben sugerencias de los visitantes. Otro método de atención a las inquietudes del cliente es por medio del libro de registros, donde al finalizar la jornada firman los visitantes y colocan las sugerencias o aportes al servicio que se le presto. También se implementara un buzón de sugerencias.

2.2.3 Proyección de ventas: Hoja de “información inicial” (Dar clic [aquí](#) para ver informe financiero)

3 ANÁLISIS TÉCNICO – OPERATIVO

3.1 FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO

Referirse al punto 1.1.3. “Descripción del servicio”.

3.2 ESTADO DE DESARROLLO

La empresa esta en la etapa de introducción en el mercado (nacimiento) con la prestación del servicio y se encuentra en proceso de legalización.

3.3 INNOVACIÓN

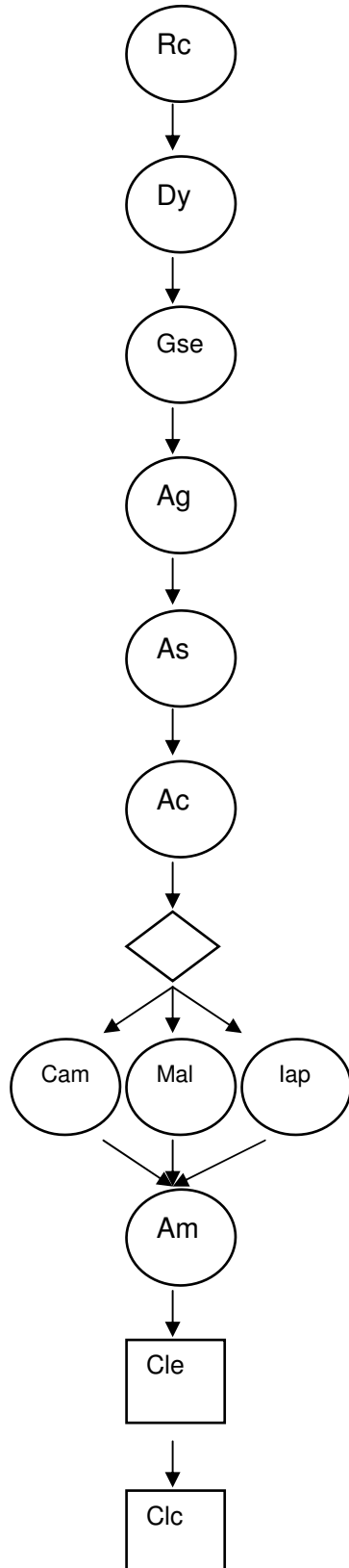
El proyecto busca satisfacer la necesidad de nuevos lugares para las personas de la ciudad que quieran tener contacto con los animales, con la naturaleza y además aprender sobre su funcionamiento y conservación. Se aprovecha que el mundo actual percibe la necesidad de conocer y preservar el medio ambiente, por lo tanto esta clamando por lugares donde tener contacto con la tierra, sus criaturas y donde salir de lo cotidiano. Por lo tanto se ofrece la oportunidad para salir al encuentro a esta necesidad con este proyecto.

La oportunidad que se quiere aprovechar es la carencia de espacios pedagógicos que integren lo agropecuario con la educación ambiental. Además se cuenta con un equipo emprendedor capacitado para llevar a cabo esta idea, ya que se tiene con una base de conocimiento en el tema y con la infraestructura básica para el funcionamiento.

Esta empresa se plantea como una mejora a proyectos ya existentes, ya que en Santa Elena hay varios sitios que prestan servicios similares pero la diferencia se basa “en la alta sensibilidad por la tierra” donde tenemos la capacidad de integrar arte, ciencia y literatura en el trabajo como valor agregado a lo pecuario que también lo manejaremos con conocimiento específico.

3.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

3.4.1 Flujo grama de proceso:



- ✿ **Recibimiento (Rc):** El grupo llega y se le hace una charla introductoria sobre lo que se va a tratar en el día, actividades que se van a realizar, normas de comportamiento e instrucciones generales.
- ✿ **Desayuno (Dy):** Tiene una duración de una hora y treinta minutos para el desayuno e integración de los visitantes con el entorno y con sus compañeros.
- ✿ **Caminata por el sendero ecológico (Gse):** Recorrido de 1.200 metros por un bosque en sucesión, donde los visitantes observan desde una zona elevada los diferentes ecosistemas propios de la zona andina con su biodiversidad. En el recorrido se dan diferentes explicaciones como el manejo adecuado de los suelos, la importancia de la flora nativa para la protección del agua, el cuidado que se debe tener con la flora traída de otros países y la importancia del lombricultivo para la sostenibilidad de la granja.
- ✿ **Actividades en la granja (Ag):** Luego de hacer el recorrido por el sendero llegan a un espacio de 5.000 M² donde los visitantes pueden apreciar el magnifico mundo del campo, se describe el proceso productivo de cada animal y se señalan curiosidades de cada especie. Los visitantes tienen la oportunidad de interactuar y de alimentar los animales (cabras, patos y gallinas) con comida en su gran mayoría provenientes de la granja.
- ✿ **Actividades de sensibilización (As):** Posteriormente pasan al salón de conferencias donde se da una pequeña charla correspondiente a los conceptos de granja integral, se hace una puesta en común de las sensaciones y aprendizajes que se generan al hacer el recorrido, finalmente a los grupos se les da la posibilidad de trabajar un tema de interés general.
- ✿ **Actividades complementarias (Ac):** Luego del trabajo de sensibilización salen a realizar la actividad de su interés entre las cuales están:

 - ✿ **Chorro de agua manantial (Cam):** Agua de manantial que pasa por la granja, y mediante filtros naturales se dispone en una fuente formando un chorro para que los visitantes disfruten de un baño puro similar a las condiciones naturales como fluye en los ecosistemas. Luego el agua regresa a su cauce después de pasar por un estanque que sirve de esparcimiento y diversión para los niños, brindando la posibilidad de tener contacto directo

con la tierra. Todo esto garantiza que los asistentes disfruten el agua a la vez se genera sensibilización por lo natural.

✿ **Mariposario al aire libre (Mal):** Donde pueden hacer observación de las mariposas cristalinas (*Oleria fumata* y *Greta oto*) en estado natural. Podrán conocer las características necesarias para que estas especies estén allí, su importancia como bioindicadoras de temperatura y humedad específicas, su ciclo metamorfoso la relación mariposa planta hospedera además se reflexiona sobre lo necesario que es cuidar este tipo de ecosistemas para que estas especies puedan existir.

✿ **Interacción con los animales y plantas (Iap):** Posibilidad para tener contacto con los animales alimentarlos y conocer sobre ellos, también tienen la alternativa de sembrar en la huerta las verduras y las plantas forrajeras que posteriormente serán el alimento de los animales que están observando. Se explica el proceso de compostaje que se realiza con los residuos orgánicos, resultantes de los sistemas productivos agropecuarios y su posterior recirculación en el proceso productivo.

✿ **Almuerzo (Am):** Después de terminar las actividades, pasan al restaurante a tomar su almuerzo.

✿ **Conclusiones con los estudiantes (Cle):** Finalmente se sacan conclusiones de las experiencias del día y se reflexiona sobre la importancia de conservar la naturaleza y de nosotros como parte de ella.

✿ **Conclusiones con los colegios o docentes (Clc):** Finalizado el servicio, se llama a los colegios para evaluar la satisfacción o los aspectos por mejorar a todo nivel.

3.4.2 Variables de control: Tiempo que se puede demorar en promedio cada actividad el cual maneja la persona encargada del recorrido.

✿ Recepción: Treinta minutos.

✿ Desayuno: Una hora y media.

- ✿ Recorrido por el sendero ecológico: Media hora para grupos de preescolar y primero, una hora máximo para grupos de segundo a quinto y una hora media para el resto de los grupos.
- ✿ Actividades en la granja: Treinta minutos para los grupos de bachillerato y una hora para los demás.
- ✿ Actividades de sensibilización: Treinta minutos.
- ✿ Actividades complementarias: Una hora y media.
- ✿ Almuerzo y conclusiones: Una hora y media para almuerzo y media hora para conclusiones.

3.4.3 Variable crítica de control: Tiempo promedio que se demora la sensibilización en el salón de actividades de acuerdo al grupo o tipo de población con la que se este trabajando, lo debe manejar la persona encargada de dirigir la experiencia del día.

- ✿ Grupos de estudiantes de preescolar y primero: Veinte minutos.
- ✿ Grupos de estudiantes de segundo a quinto: Treinta minutos.
- ✿ Grupos de estudiantes de bachillerato: Cuarenta y cinco minutos.

3.5 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

3.5.1 Materiales:

- ✿ Material didáctico: Revistas y juegos ecológicos que nos proporciona y financia la empresa privada que tienen el adecuado soporte teórico y la didáctica para enseñar de forma sencilla el cuidado del medio ambiente, de los animales y de nosotros como parte de el entorno.
- ✿ Microscopio: Es un instrumento que permite observar objetos que son demasiado pequeños que no pueden ser vistos a simple vista, como las semillas, polen y pequeñas estructuras de algunas muestras que recoge el encargado de la las actividades del día en el

recorrido por el sendero. Sirve para recuperar la admiración por las cosas sencillas a simple vista pero que realmente son asombrosas.

- ✿ Vidriería: Los porta objetos para el microscopio que son usados para colocar las muestras y los beakers para experimentos.
- ✿ Video-beam: Se utiliza para las charlas que necesitan base teórica y como medio didáctico para la sensibilización que se hace en el salón de conferencias.
- ✿ Papelería: Hojas que se emplean para el funcionamiento administrativo y para la elaboración de actividades con los visitantes por ejemplo: ¿cómo sacarle el color a las flores?.
- ✿ Animales: Cabras, patos, gansos, gallinas criollas, conejos y la cría de lombriz roja californiana son los animales usados para las actividades de: Alimentación, contacto, ordeño, juego y aprendizaje de los visitantes, medio con el cual se logra la interacción más directa de los grupos con la naturaleza, logrando mayor sensibilización y facilidad de aprendizaje.

3.5.2 Insumos:

- ✿ Maíz y concentrados: En la granja se usan como parte de la alimentación de los animales y como complemento para lograr una nutrición balanceada. Con un costo mensual de: 60 Kg de maíz \$60.000, 20 Kg de Súper Guau® \$23.000, 10 Kg de Conejos \$14.000, 70 Kg de Delta Leche® \$33.800.
- ✿ Desparasitante: Usado para la prevención de enfermedades y para el buen funcionamiento del sistema pecuario. Con un costo trimestral de \$7.500, 12 ml.
- ✿ Vitaminas: Usadas para asegurar un funcionamiento adecuado de todos los ciclos vitales de los animales ya que intervienen en el proceso de formación y preservación de funciones del epitelio y mucosa, son importantes para la fertilidad, regulan y corrigen el metabolismo del calcio y fosfato. En particular en animales jóvenes, en fase de crecimiento son esenciales para el desarrollo normal del esqueleto y de los dientes. Con un costo semestral de \$17.000, 500ml.

- ✿ Sales minerales: Son un suplemento para las cabras que mejora su estado en general, disminuye la predisposición a contraer enfermedades y eleva el índice de preñez. Con un costo anual de \$12.000, 10 Kg.
- ✿ Cal agrícola: Usada para la enmienda calcárea con una composición principalmente de carbonato de calcio, ayuda a mantener el PH del suelo en las condiciones adecuadas para los pastos. Con un costo semestral de \$17.000, 40 Kg.
- ✿ Urea: Usado como fertilizante químico en conjunto con la caprinaza en los pastos por su alta fuente Nitrógeno. Con un costo semestral de \$60.000, 40 Kg. Características
- ✿ Abonos: El estiércol caprino (caprinaza) se considera como otro subproducto de la granja, se usa como abono orgánico por su alto contenido de nutrientes para las plantas. Su humedad es de 68,9, contenido de P 0.48, contenido de K 1,12 y de Ca de 0,73.

3.6 SITUACIÓN TECNOLÓGICA DE LA EMPRESA

3.6.1 Conocimientos técnicos: En la asistencia técnica la estudiante Natalia Castrillón Salgado de Industrias Pecuarias esta capacitada para el manejo integral de la producción de la granja; en el componente científico pedagógico la empresa cuenta con la Bióloga Orfy Salgado formando así un equipo que responde al objeto del negocio.

3.6.2 La tecnología principal del proyecto es: Microscopio, video-beam y los animales de la granja. (Referirse a la tabla 1 Activos Fijos)

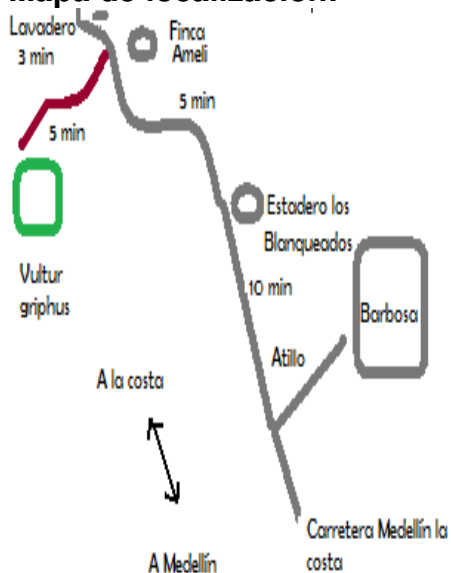
Tabla 2 Personal de Manejo

| EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES | CANTIDAD | PERSONAS |
|------------------------------------|----------|----------|
| Microscopio | 1 | |
| Video-beam | 1 | |
| Equipo de computo | 1 | |
| TOTAL | | 1 |

| SEMOVIENTES DE TRABAJO | CANTIDAD | PERSONAS |
|------------------------|----------|----------|
| Cabras | 8 | |
| Gallinas | 30 | |
| Patos | 4 | |
| Gansos | 2 | |
| Conejos | 8 | |
| Lombrices (caja) | 1 | 1 |
| TOTAL | | 1 |

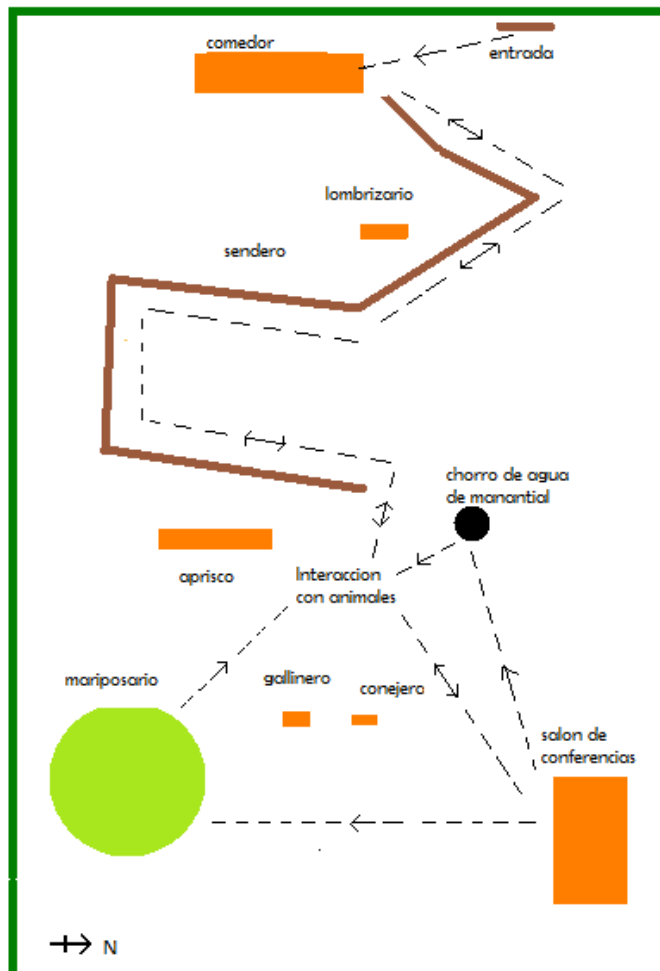
3.6.3 Localización: Ubicada en el municipio de Barbosa situado en el extremo norte del Valle de Aburra sobre la margen derecha del río Medellín en una estribación de la cordillera de los Andes. Este municipio hace parte del Área Metropolitana, está ubicado a 36 kilómetros de la ciudad de Medellín y es paso hacia el nordeste del departamento, Magdalena Medio, Santander, la Costa Norte y sirve como vía alterna con la capital del país. Limita al norte con el municipio de Don Matías, al sur con Concepción y San Vicente, al oriente con Santo Domingo y al occidente con Girardota. *Vultur griphus* se sitúa en la vereda el Sestillal la cual tiene una temperatura promedio de 22°C y altura de 1.500 mt.s.n.m.

Mapa de localización:



3.6.4 Tamaño:

3.6.4.1 Distribución de las instalaciones:



3.6.4.2 Dimensiones de cada uno de los espacios: Área total (11.000 m^2), total construido (1.609 m^2), área en zonas verdes (9.391 m^2).

- ✿ Comedor (40 m^2) para 40 personas, inmerso en el bosque en sucesión, rodeado de bancas que le dan la alternativa a los usuarios de tomar sus alimentos al aire libre, esta dotado con todo lo necesario para la atención oportuna.
- ✿ Salón de actividades (40 m^2) tiene capacidad para 40 personas, rodeado de jardín, dotado con los materiales necesarios para la realización de conferencias y de las actividades requeridas por cada grupo como: video-beam, microscopio y material didáctico.

- ✿ Sendero (1.200 mt²) este tiene una base de piedra y sementó, su ancho promedio es de 60 cm y cuenta con señalización.
- ✿ Mariposario (300 mt²) abierto con capacidad para 10 personas por sesión.
- ✿ Chorro de agua manantial (7,5 mt²) tiene capacidad para bañarse de manera individual, mientras las otras esperan en sus alrededores sentados en sillas rústicas.
- ✿ Apriscos (16,5 mt²) Los dos tienen una capacidad para 7 cabras y 1 macho, están dotados con los elementos necesarios para que estén en óptimas condiciones: comederos, bebederos, saladero y zona de cuarentena.
- ✿ Lombrizario (1 mt²).
- ✿ Gallineros (2 mt²) están contruidos con el modelo de gallinas en pastoreo, dándoles la posibilidad a las aves de salir en la mañana a pastorear e ingresar libremente en la noche.
- ✿ Conejera (2 mt²) La conejera esta contruida de tal manera que se le brinda la posibilidad a los conejos de estar en contacto directo con el suelo para hacer sus madrigueras.

3.7 PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Hoja de calculo “Información Inicial y flujo de caja”. (Dar clic [aquí](#) para ver informe financiero)

3.8 PLAN DE PRODUCCIÓN

Hoja de calculo “Información Inicial”. (Dar clic [aquí](#) para ver informe financiero)

3.9 PLAN DE COMPRAS

3.9.1 Identificación y establecimiento de opciones de proveedores: Los insumos necesarios para el funcionamiento son: los concentrados, el maíz, los desparasitarios las vitaminas y sales minerales para los animales; la cal, urea y abonos, todos estos son comprados en la tienda agrícola de Colanta en Don Matías; cuyas ventajas son: la cercanía, buena atención, disponibilidad de todos los productos y capacitaciones para los clientes. Otros posibles proveedores son: FINCA y Soya que tienen similares precios, pero no siempre tiene disponibles todos los insumos.

3.9.2 Parámetros de control de calidad:

✿ Manejo adecuado de la producción pecuaria: Mensualmente se analiza el estado general de los animales y se divide el número de animales enfermos sobre el total de animales, el resultado es el porcentaje de animales enfermos, esto indica qué correctivos hay que hacer. Si hay un funcionamiento correcto de los animales y su producción, los visitantes van a tener un mejor servicio y se van a sentir más satisfechos estando en la granja, obteniendo como producto final un servicio de alta calidad. Es importante señalar que los animales enfermos serán aislados y llevados a la zona de cuarentena donde se les realiza su respectivo tratamiento.

✿ Materiales didácticos suficientes y coherentes con el tema a tratar en el día: Por medio del indicador stock de seguridad, con base a recorridos anteriores se estima que se usa más y en que cantidad; se seleccionan esos productos que son más usados y se establece un nivel mínimo de existencia. Esta medición se hace la primera semana de servicio de cada año.

✿ Manejo integral en la experiencia en *Vultur gryphus*: La persona que esté dirigiendo el recorrido del día debe estar capacitada para dar explicaciones de calidad y de fácil entendimiento según el tipo de visitantes. Esto se controla con el indicador de satisfacción de los clientes actuales donde se divide el número de clientes insatisfechos sobre el total de clientes y se hace por medio de las conclusiones de cada día con los visitantes y con los colegios.

✿ Orden en las actividades y buen trato a los visitantes: Se controla con el indicador tiempo por actividad donde se divide el tiempo usado en cada actividad sobre el total de la jornada, mensualmente se hace aleatoriamente para ver que el tiempo en cada una sea el adecuado, además al inicio de la jornada se dan las reglas del día, garantizando así un ambiente propicio para aprender y disfrutar del entorno,

además garantiza que el manejo del grupo sea más fácil, que se dé un buen trato y que el servicio ofrecido sea de óptima calidad.

- ✚ Manejo adecuado del restaurante: Control por medio del certificado de Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos que se le exige a la persona que está contratando el local.

- ✚ Seguridad de los visitantes: Se controla con la asistencia de tres adultos por grupos de 40 estudiantes uno de los acompañantes lleva el botiquín de primeros auxilios. Además de la implementación de señales de seguridad en los puntos críticos del sendero y del chorro.

4 ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 ORGANIZACIONAL

4.1.1 Concepto del negocio: El negocio esta basado en el agro-eco turismo, para esta idea se toma el modelo de granja, desarrollando en torno a ella, un espacio de aprendizaje significativo dirigido a grupos de estudiantes y familias en donde se integran diferentes alternativas de esparcimiento armonizadas con el medio natural, buscando en todo momento despertar en las personas la importancia por la naturaleza, el respeto por ésta y el valor de las labores agropecuarias. Permite pasar un día diferente sin las prisas y las preocupaciones de la ciudad a la vez que se aprende sobre la importancia del campo, de la protección y el cuidado de éste, y los procesos productivos de las diferentes especies animales y vegetales que hay en este lugar.

4.1.2 Objetivos de la empresa: Referirse al punto 1.1.4. "Objetivos".

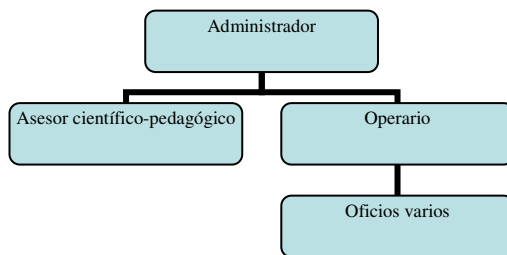
4.1.3 Análisis estratégico de las DOFA: Este es el mejor momento para aprovechar la oportunidad ya que se cuenta con muchos adelantos en el proyecto como el terreno ya adecuado con casa, animales y construcciones para estos, material didáctico y tres años de funcionamiento en dichas actividades. Además el mundo esta necesitando la concientización sobre el cuidado de la naturaleza y el contacto con ella. hay que aprovechar que el sector es poco competido y que no excede la oferta pero si la demanda: por que hay muchos colegios en el área metropolitana que tienen el énfasis en Ciencias Naturales o que buscan educar a sus estudiantes en el cuidado de la naturaleza y que quieren este tipo de servicios que sirven como esparcimiento y como aprendizaje en la practica, especialmente ahora que se esta tomando conciencia del problema ambiental. La empresa *Vultur griphus* cuenta con fortalezas que lo diferencian y que lo hacen más competente como los beneficios que ofrece a los consumidores: que el estudiante sea educado de una manera diferente, en contacto con los animales y las plantas, consumiendo productos sanos que van a beneficiar a futuro la salud, concientización sobre el problema medio ambiental, disfrute de un día de esparcimiento y relajación. Además la empresa plantea servicios complementarios que servirán a futuro para enfrentar las amenazas que se presenten con la competencia o con el mercado, como: capacitaciones, talleres lúdicos para los hijos de los clientes mientras son atendidos en el restaurante, venta de los productos de la granja para los visitantes que será de acuerdo a la producción; por otro lado el equipo emprendedor es especializado en el manejo integral de granjas y en la educación ambiental, lo que facilitara el manejo de la

empresa, además el énfasis de la empresa hace que el equipo integre sus conocimientos y aproveche la conciencia que se está generando actualmente con el cuidado del medio ambiente. Todas estas fortalezas sirven para enfrentar las debilidades actuales que son principalmente relacionadas con la competencia como: el posicionamiento en Antioquia, la experiencia, la ubicación cerca de la ciudad, localización adecuada y cercanía al parque Arví, lo que les permite un senderismo extenso, además, Santa Elena es un sitio estratégico para el eco turismo del valle del Aburrá. Estas debilidades en comparación a la competencia se pueden enfrentar con el paso del tiempo a través de la práctica que da la experiencia y el reconocimiento, creando alianzas con las fincas vecinas para tener más espacios dedicados al senderismo. Otra amenaza a futuro sería la entrada de más empresa de agro-eco turismo en la zona, que se evitara por medio de barreras de entrada se harán convenios con los colegios donde se acuerde que *Vultur gryphus* va a ser el único lugar de práctica y de recreación para sus estudiantes, se hará a la vez un plan de trabajo donde se integren proyectos unidos al currículum escolar.

4.1.4 Grupo emprendedor: Referirse al punto 1.2. “Presentación del equipo emprendedor”.

4.1.5 Estructura organizacional:

4.1.5.1 Organigrama de la empresa:



🔱 Operario: Persona con experiencia mínimo de un año en manejo de especies menores, responsable y delicada en el trato a otras personas, es el trabajador que hace las tareas rutinarias con los animales, huerta y jardinería. Con un salario básico de \$515.000 más prestaciones sociales, equivalente a un salario mínimo legal vigente.

🔱 Oficios varios: Persona con experiencia mínimo de un año, responsable y capaz de seguir instrucciones, es el encargado del aseo y del mantenimiento de los espacios en óptimo funcionamiento.

Con un salario básico mensual de \$515.000 más prestaciones sociales, equivalente a un salario mínimo legal vigente.

- ✿ **Administrador:** El cargo de administrador de la empresa, es asignado a un profesional titulado como Industrial Pecuario. Mantendrá una actitud innovadora, creativa, analítica y crítica en su desempeño profesional. Actuará como líder y agente de cambio, generando calidad, eficacia y productividad en la organización. Encargado del funcionamiento en general del negocio, que la granja este funcionando adecuadamente y que los clientes estén satisfechos con el servicio que se presta; además esta encargado de la asesoría técnica en la parte pecuaria. Con un salario básico mensual de \$1'800.000 más prestaciones sociales, equivalente a tres punto cinco salarios mínimos legales vigentes.

- ✿ **Asesor científico-pedagógico:** Persona con título universitario de Biólogo, y experiencia mínima de 2 años. Con poder comunicativo con las personas, poder de persuasión, saber escuchar lo que las personas dicen, estar alerta a las reacciones de terceros y entender el porque de su reacción, identificar cambios necesarios para poder alcanzar una meta. Encargado de los recorridos y de la parte conceptual del negocio. Con un salario básico mensual de \$1'800.000 más prestaciones sociales, equivalente a tres punto cinco salarios mínimos legales vigentes.

- ✿ **Mercadeo:** En un principio es con el asesor científico-pedagógico y con el administrador, por ser una empresa pequeña no se cuenta con mucho personal debido a los altos costos que esto representa, pero a medida que el negocio lo exija irá creciendo en tamaño y por ende en número de empleados.

Todos los integrantes de la empresa deben ser mayores de edad con experiencia académica.

La jornada continua de trabajo es de 7:00 am a 3:00 pm excepto para el asesor científico-pedagógico que es de 9:00 am a 5:00 pm.

Los trabajadores que se contratan son de la zona, personas que vivan a menos de 1.000 mt de las instalaciones, por lo cual no reciben subsidio de transporte; la dotación es de \$ 45.000 cada cuatro meses distribuida en overol y botas.

4.1.6 Gastos de administración y nomina: Hoja de “Información Inicial” (Dar clic [aquí](#) para ver informe financiero).

4.1.7 Organismos de apoyo: se buscara un convenio con la alcaldía de Barbosa donde *Vultur griphus* sea favorecida en la prestación de servicios de educación en la zona.

4.2 LEGAL

4.2.1 Constitución de la empresa y aspectos legales:

4.2.1.1 Tipo de sociedad: La empresa se va a registrar por medio de Sociedad por Acciones Simplificada (Cámara de Comercio Medellín)¹².

4.2.1.2 Legislación vigente que regula la actividad:

✿ La ley que regula esta actividad es la Ley General de Turismo Ley 300 de 1996 impartida por el Ministerio de Desarrollo Económico que actualmente se llama Ministerio de Industria Comercio y Turismo (Ministerio de Desarrollo Económico)¹³.

✿ El registro nacional de turismo ante el Ministerio de Turismo y Gobierno.

✿ Aporte al Fondo Nacional de Turismo cada trimestre el dos punto cinco por mil.

✿ Registro en Cámara de Comercio.

✿ Registro en Industria y comercio.

¹² CÁMARA DE COMERCIO MEDELLIN. Registro de la constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada; [en línea] URL disponible en: www.camaramed.org.co/servicios_virtuales/consnombres.html. [Consultado el 22 de abril del 2010].

¹³ COLOMBIA. MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. Ley 300 de 1993 ley general de turismo. [en línea]/ URL disponible en: www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/turismo/Normatividad/leyes/Ley_300_1996.pdf. [Consultado el 5 de mayo del 2010].

✿ Registro sanitario.

✿ Cumplimiento de la Ley 99 del año 1993, del decreto 1541 del año 1978 y 1594 del año 1984 para la Concesión de Agua Superficiales y Permiso de Vertimientos (Congreso de Colombia)¹⁴.

4.2.1.3 Gastos de constitución: En total suman 1'185.700 distribuidos así:

✿ Inscripción de documento \$27.000.

✿ Pago de renta \$490.000.

✿ Estampilla \$35.000.

✿ Matricula en cámara de comercio \$565.000.

✿ Nombramiento \$68.700 (CONFECÁMARAS)¹⁵.

4.2.1.4 Normas políticas de distribución de utilidades: las utilidades serán distribuidas entre los socios de la empresa, el 50% para cada uno.

¹⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE DE LA REPÚBLICA. Ley 99 de 1993 Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones. [en línea]/ URL disponible en: www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=297. [Consultado el 5 de mayo del 2010].

¹⁵ COLOMBIA. CÁMARA DE COMERCIO, Centro de atención empresarial Cámara de Comercio. Formalización. [En línea] URL disponible en: www.crearempresa.com.co. [Consultado el 1 de junio del 2010].

5. FINANCIERO

- ✿ *Vultur griphus* fue creada con capital y recursos aportados por el equipo emprendedor.
- ✿ La empresa requirió un capital inicial de \$99'000.000 en activos fijos y 6'606.404 en capital de trabajo para el primer mes.
- ✿ Los equipos que se requieren para iniciar a operar se presentan en la tabla 1 "Activos Fijos".
- ✿ **NOTA:** Todos los datos suministrados en la siguiente tabla son estimativos a un mes, la proyección financiera a 5 años se encuentra en el disco anexo con sus correspondientes datos de soporte.

Tabla 3. Costos y gastos mensuales:

| costos variables | | |
|------------------|-----|-------------------|
| Recorrido | Mes | \$ 130.000 |
| | | \$ 130.000 |

| costos fijos | | |
|--------------------|-----|-------------------|
| Servicios publicos | Mes | \$ 300.000 |
| | | \$ 300.000 |

| | | |
|--------------|--|-------------------|
| Total costos | | \$ 430.000 |
|--------------|--|-------------------|

ESTRUCTURA DE GASTOS MENSUALES

| | | |
|-------------------------|-----|---------------------|
| ADMINISTRATIVOS | | |
| Administrador-Servicios | Mes | \$ 2.876.940 |
| | | \$ 2.876.940 |

| | | |
|------------------------------|-----|---------------------|
| OPERATIVOS | | |
| Oficios varios | Mes | \$ 834.374 |
| Papeleria | Mes | \$ 80.000 |
| Asesor Cientifico-Pedagogico | Mes | \$ 2.876.940 |
| Operatio | Mes | \$ 834.374 |
| Desparacitantes | Mes | \$ 6.333 |
| Enmiendas | Mes | \$ 12.833 |
| Implementos de aseo | Mes | \$ 15.000 |
| | | \$ 4.659.854 |

| | | |
|--------------|--|--------------|
| Total gastos | | \$ 7.536.794 |
|--------------|--|--------------|

6. IMPACTO DEL PROYECTO

6.1 IMPACTO ECONÓMICO

La rentabilidad económica según las proyecciones, se requiere para el primer año de ejecución del proyecto tener al menos 240 recorridos.

6.2 IMPACTO SOCIAL

Se pretende mejorar la calidad de vida de los habitantes ya que el proyecto es en esencia participativo de la población local en: compra de insumos para el restaurante, venta de productos de la zona, participación en actividades culturales con la tercera edad, alternamente el espacio servirá para capacitar a los campesinos en buenas prácticas pecuarias.

6.3 IMPACTO AMBIENTAL

El proyecto es claramente amigable con el medio ambiente, ya que las actividades son cuidadosamente planeadas encaminadas a explotar el valor ambiental y a dar a conocer la importancia de este desde la sostenibilidad. Para ello, va acompañado de capacitaciones y actividades en pro del cuidado de los recursos naturales, promoviendo la conservación y el uso sostenible de estos. Además las instalaciones son mínimas para no generar impacto y cuentan con una capacidad de carga adecuada para el flujo de personas que se espera recibir.

7. CONCLUSIONES

- 1.** Según el análisis financiero la empresa es viable económicamente ya que arroja adecuados márgenes de utilidad.
- 2.** El desarrollo de actividades en el área agro eco turístico se plantea en forma complementaria o bien alternativa al sector agropecuario en zonas rurales, debe ser tenida en cuenta por inversionistas debido a su gran oportunidad de crecimiento.
- 3.** En un país de alta biodiversidad hay que aprovechar las zonas sociablemente aptas para mostrarle a los ciudadanos el manejo adecuado de los recursos pecuarios, agrícolas y silvestres.
- 4.** Hay que aprovechar los pequeños espacios del campo para formar empresa y para diversificar las actividades obteniendo así mejores ingresos.

BIBLIOGRAFÍA

ANTIOQUIA. SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL DE ANTIOQUIA. Acuerdo de competitividad. [En línea] www.antioquia.gov.co/organismos/agricultura/hortofruticola/hortofruticola/diagnostico%2520S%2520DE%2520A.pdf. [Consultado el 24 de mayo del 2010].

CÁMARA DE COMERCIO MEDELLIN, Comunidad Cluster. ¿Qué es un cluster?. [En línea]/ URL disponible en www.camamed.org.co/quees.html. [Consultado el 15 de julio del 2010].

_____. Registro de la constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada; [en línea] URL disponible en: www.camamed.org.co/servicios_virtuales/consnombres.html. [Consultado el 22 de abril del 2010].

COLOMBIA. Centro de atención empresarial Cámara de Comercio. Formalización. [En línea] URL disponible en: www.crearempresa.com.co. [Consultado el 1 de junio del 2010].

_____. CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 99 de 1993 Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones. [En línea]/ URL disponible en: www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=297. [Consultado el 5 de mayo del 2010].

_____. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE), 2005. Gran encuesta integrada de hogares. [en línea]/ URL disponible en: www.dane.gov.co. [Consultado el 23 de diciembre del 2009].

SCHAERER, Jorge y DIRVEN, Martine, 2001. El turismo rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos. [En línea]/ URL disponible en: www.infoagro.net/shared/docs/a5/ACF664D.pdf. [Consultado el 24 de mayo del 2010].

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, 2008. Convenios de competitividad: Un instrumento para la competitividad nacional desde las regiones. [En línea]/ URL disponible en: www.mincomercio.gov.co. [Consultado el 24 de mayo del 2010].

COLOMBIA. MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. Ley 300 de 1993 ley general de turismo. [En línea]/ URL disponible en: www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/turismo/Normatividad/leyes/Ley_300_1996.pdf. [Consultado el 5 de mayo del 2010].

GADOTTI, Moacir. Pedagogía de la tierra. 1 ed. En español. MEXICO D.f.: Siglo veintiuno editores, s.a. de c.v., 2002. 195 p.

MUÑIZ GONZÁLEZ, Rafael. Marketing en el siglo XXI. 3 ed. COLOMBIA: Editorial Estudios Financieros., 2010. 27 p.

RISARALDA, Proyecto cluster turístico. [En línea]/ URL disponible en: www.visitarisaralda.com/buenapetito/eventos/1/PROYECTO%20CLUSTER%20TURÍSTICO. [Consultado el 24 de mayo del 2010].

RIVEROS, Hernando y BLANCO, Marvin. El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural. Perú, agosto del 2003, 34 p: PRODAR. Serie documento de trabajo.

VARISCO, Cristian, 2004. El cluster turístico de Miramar. [En línea]/ URL disponible en: redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/276/27680205.pdf. [Consultado el 24 de mayo del 2010].

VÉLEZ BRAVO, Andrés. DUQUE VÉLEZ, Patricia. WOLFF ECHEVERRI, Patricia. Mariposas: del Parque Ecológico Piedras Blancas Guía de campo. 1 ed. Medellín: L. Vieco e Hijas Ltda., 2009. 201p.