

**ORIGEN**  
**TURISMO DEPORTIVO Y DE NATURALEZA**



**DIEGO ANDRÉS LORA CARDONA**

**MARISELA RENDON ARANGO**

**VALENTINA MARIN ARIAS**

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA**  
**LICENCIATURA EN EDUCACION FISICA, RECREACION Y DEPORTES**  
**CAMPUS SONSÓN**

**2024**

**PLAN DE NEGOCIO**

**ORIGEN**

**TURISMO DEPORTIVO Y DE NATURALEZA**

**DIEGO ANDRES LORA CARDONA**

**MARISELA RENDÓN ARANGO**

**VALENTINA MARÍN ARIAS**

**ASESORES**

**MARLON ANDRES AMAYA CADAVID**

**JOSUE ALVAREZ HERNANDEZ**

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA**

**LICENCIATURA EN EDUCACION FISICA, RECREACION Y DEPORTES**

**CAMPUS SONSON**

**2024**

## DEDICATORIA

*A nuestros padres  
Con todo amor,  
Quienes son el pilar de nuestras vidas.*

## **AGRADECIMIENTOS**

Expresamos nuestros agradecimientos a:

La Universidad de Antioquia Campus Sonsón, a cada uno de los docentes que nos apoyaron y guiaron en nuestro proceso de formación.

A los docentes JOSUE ALVAREZ y MARLON AMAYA, quienes realizaron el acompañamiento y asesoría en el presente proyecto.

A la coordinadora de la Oficina Local de Turismo JATIN CASTAÑEDA, por vincularnos a sus actividades y confiar en nosotros.

A nuestros padres quienes han sido nuestra mayor inspiración y nos han brindado su apoyo durante este proceso.

# CONTENIDO

Pág.

<b>1. RESUMEN .....</b>	<b>10</b>
<b>2. ABSTRACT .....</b>	<b>11</b>
<b>3. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>12</b>
<b>2. OBJETIVOS .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 GENERALES .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 ESPECÍFICOS .....</b>	<b>13</b>
<b>3. DATOS GENERALES .....</b>	<b>14</b>
<b>3.1 LOCALIZACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO.....</b>	<b>14</b>
<b>4. QUIÉN ES EL PROTAGONISTA.....</b>	<b>16</b>
<b>4.1 PERFIL DEL CLIENTE.....</b>	<b>16</b>
<b>4.2 NECESIDADES Y PROBLEMAS PARA SATISFACER.....</b>	<b>17</b>
<b>5. ¿EXISTE OPORTUNIDAD EN EL MERCADO?.....</b>	<b>19</b>
<b>5.1 COMPORTAMIENTO DE LOS SEGMENTOS DEL MERCADO.....</b>	<b>19</b>
<b>5.2 TENDENCIA DEL CRECIMIENTO DEL MERCADO.....</b>	<b>22</b>

5.3 PUNTO DE MERCADO.....	28
6. ¿CUÁL ES MI SOLUCIÓN? .....	29
6.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE SATISFACE LA NECESIDAD O EL PROBLEMA.....	29
6.2 CONCEPTO DE NEGOCIO .....	35
6.3 COMPONENTE DIFERENCIADOR.....	37
6.4 DEFINICIÓN DE PRODUCTOS.....	37
7. ¿CÓMO DESARROLLAR MI SOLUCIÓN .....	39
7.1 ¿CÓMO OBTENGO INGRESOS? .....	39
7.2 CONDICIONES COMERCIALES DEL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS...	42
7.3 PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN Y VENTAS.....	45
7.4 NORMATIVIDAD QUE APLICA.....	55
7.5 PERFIL DEL EMPRENDEDOR.....	62
8. FUTURO DE MI NEGOCIO.....	63
8.1 ESTRATEGIAS Y PRESUPUESTO PARA LOGRAR LA META DE PRODUCCIÓN Y VENTAS.....	63
8.2 PERIODO DE ARRANQUE DEL PROYECTO.....	67

<b>8.3 PERIODO IMPRODUCTIVO.....</b>	<b>68</b>
<b>9. ¿QUÉ RIESGOS ENFRENTAMOS?.....</b>	<b>69</b>
<b>9.1 FACTORES EXTERNOS E INTERNOS QUE PUEDEN AFECTAR LA OPERACIÓN DEL NEGOCIO.....</b>	<b>69</b>
<b>9.2 ¿CÓMO PUEDO MITIGAR LOS RIESGOS IDENTIFICADOS?.....</b>	<b>73</b>

## LISTA DE TABLAS

Pág.

<b>Tabla 1. Porcentaje de la suma de la inflación y el IPC</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 2. Senderismo</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 3. Trekking</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 4. Ciclismo de montaña</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 5. Recorridos en duro</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 6. Carreras de orientación</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 7. Costos por persona servicio de Senderismo</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 8. Costos por persona servicio Trekking</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 9. Costos por persona servicio Carreras de Orientación</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 10. Costos por persona servicio Ciclismo de Montaña</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 11. Costos por persona servicio Recorridos en Duro</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 12. Costos de producción anual</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 13. Recursos tecnológicos</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 14. Presupuesto promoción, marketing y comunicación</b>	<b>54</b>

<b>Tabla 15. Recurso humano</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 16. Recursos financieros</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 17. Ingreso total anual</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 18. Proyección de venta anual</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 19. Ingresos por proyectos de corto plazo</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 20. Final ingresos anuales</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 21. Cargos requeridos</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 22. Portafolio de servicios</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 23. Periodo de arranque del proyecto</b>	<b>69</b>

## **RESUMEN**

ORIGEN Turismo Deportivo y de Naturaleza, es una idea de negocio que pretende diversificar la oferta turística del municipio de Sonsón - Antioquia, con enfoque en actividades como senderismo, trekking, ciclismo de montaña, carreras de orientación y recorridos enduro por las principales rutas del municipio aptas para dichas actividades. Contando con valor agregado y componente diferenciador para los diferentes segmentos del mercado al que se le apunta.

## **ABSTRACT**

ORIGEN Sports and Nature Tourism is a business idea that aims to diversify the tourist offer of the municipality of Sonsón - Antioquia, with a focus on activities such as hiking, trekking, mountain biking, orienteering races and enduro tours along the main routes of the municipality suitable for these activities. It has added value and a differentiating component for the different segments of the market to which it is targeted.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se realizó con el fin de obtener el título profesional en el pregrado de Licenciatura en Educación Física, Recreación y Deportes, el cual es otorgado por la Universidad de Antioquia. Este, es un trabajo que acentúa una idea de negocio pensada en el trayecto de la vida universitaria y que pretende impulsar una parte de nuestro proyecto de vida.

ORIGEN Turismo Deportivo y de Naturaleza, es una idea de negocio que pretende diversificar la oferta turística del municipio de Sonsón - Antioquia, con enfoque en actividades como senderismo, trekking, ciclismo de montaña, carreras de orientación y recorridos enduro por las principales rutas del municipio aptas para dichas actividades. Contando con valor agregado y componente diferenciador para los diferentes segmentos del mercado al que se le apunta.

Esta idea de negocio es una oportunidad para fortalecer la economía local y a largo plazo la economía departamental y nacional, además de que se fundamenta en el aprovechamiento de la riqueza natural y la diversificación de la oferta existente, pues los paisajes, las rutas históricas, los recursos y atractivos turísticos son idóneos para la implementación de este tipo de actividades.

Es así que se pretende consolidar la empresa turística en el municipio de Sonsón, de manera tal que se brindan experiencias únicas a propios y visitantes que buscan aventura y se sientan atraídos por este tipo de actividades en un municipio descentralizado del oriente antioqueño, brindando las normas de calidad y seguridad correspondientes.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Crear un plan de negocio turístico para el año 2025 en el municipio de Sonsón - Antioquia

### **ESPECÍFICOS**

- Identificar en el municipio de Sonsón rutas aptas para el turismo deportivo y de naturaleza.
- Presentar proyectos a corto plazo a entidades públicas y privadas que potencialmente financien nuestro plan de negocio.
- Diversificar la oferta turística existente del municipio de Sonsón con actividades de turismo deportivo y de naturaleza.
- Ofrecer un portafolio de servicios que incluya, senderismo, trekking, carreras de orientación, ciclismo de montaña y recorridos enduro.

## **Datos generales**

### **o Localización del plan de negocio**

Sonsón es un municipio de Colombia localizado al sur del departamento de Antioquia, en la jurisdicción de la subregión Oriente. Limita al norte con los municipios de El Carmen de Viboral, Cocorná, Puerto Triunfo y San Francisco; al occidente con Abejorral y con el departamento de Caldas; al oriente con el departamento de Boyacá y al sur con los municipios de Argelia, Nariño y el departamento de Caldas.

El Municipio de Sonsón tiene 8 corregimientos, Alto de Sabanas, Río Verde de los Henaos, La Danta, San Miguel, Los Medios, Río Verde de los Montes, Jerusalén y Los Potreros. Su extensión es de 1.323 Km<sup>2</sup>. Posee todos los pisos térmicos, desde clima cálido en de la zona del Magdalena Medio en los corregimientos de la Danta, San Miguel y Jerusalén, pasando por el clima templado y en algunos sectores calientes del corregimiento los Medios, Río Verde de los Montes y los Henaos, hasta el clima frío de páramo de la cabecera municipal. Tiene 107 veredas y 16 barrios en el área urbana.(Alcaldía de Sonsón, s.f.).

Por un lado, Sonsón cuenta con una enorme riqueza natural, ya que posee una extensa zona de páramo y un biodiverso bosque pluvial, además de sus cuevas y ecosistema kársticos en el Magdalena Medio, que,

Según Kraus. (2003) Los ecosistemas kársticos son complejos sistemas ecológicos que se desarrollan en rocas calcáreas, como calizas y dolomías, que han sido erosionadas por la acción del agua y otros factores climáticos. Estos

ecosistemas son caracterizados por la presencia de cuevas, simas, abismos y otras formaciones geológicas únicas que se han formado a través del proceso de karstificación.

Sonsón se comunica por carretera pavimentada con la Unión, Nariño y Argelia, por vía destapada con Abejorral y con Aguadas, en el Departamento de Caldas. A los corregimientos, La Danta, San Miguel y Jerusalén se accede por carretera en el marco de la autopista Medellín - Bogotá.

Además, lo cruza o tocan tangencialmente varios ríos importantes, entre ellos el Magdalena, el San Lorenzo, Samaná Sur, Río Claro, Río Verde de los Henaos y de Los Montes, Río Aures, Río Sonsón, Río Murringo, Río Arma, Río Sirgua, Río Perrillo y Tasajo.

En la actualidad su programa agrícola se basa principalmente en el aguacate, la gulupa, el café y el higo, los cuales son producto de exportación. Su agricultura de clima frío produce verduras, hortalizas diversas, maíz, frijol y papa, principalmente. (Alcaldía de Sonsón, s.f.).

Por otro lado, la riqueza arquitectónica, histórica y cultural del territorio sonsoneño y todas las características mencionadas con anterioridad han venido convirtiendo a Sonsón es un municipio con un gran potencial turístico en donde además se está implementando y se podría implementar diversas actividades aprovechando su rica diversidad natural, climática y cultural convirtiéndose a la vez en un renglón importante de la economía local.

## ¿Quién es el protagonista?

Nuestra idea de negocio está dirigida a personas dispuestas a realizar rutas ecológicas a partir de diferentes modalidades de senderismo, trekking y carreras de observación, además de la inclusión de vehículos en duro, a partir de estas alternativas conocer el municipio de Sonsón y lugares aledaños. Su perfil se podría determinar teniendo en cuenta aspectos como:

### o Perfil del cliente

#### *Mapa de empatía*

Teniendo en cuenta la metodología del mapa de empatía el cliente dentro de lo que piensa y siente es una necesidad por desconectarse de la rutina diaria y una conexión con la naturaleza, de explorar nuevas rutas desafiantes, siempre con el cuidado de cumplir o acercarse a las expectativas de autenticidad y emoción que desata los paisajes inspiradores que se encuentra en los recorridos por el municipio.

Estas personas utilizan sus redes sociales para adentrarse a la aventura que están interesados en descubrir y buscar ofertas de viajes que ofrecen aventura, seguridad y una experiencia única.

Dentro de lo que escucha se inclina por influencers y bloggers que promueven el turismo en destinos menos conocidos, además en medios de comunicación que promueven el turismo de aventura y aquellas tendencias de su agrado.

Dentro de lo que dice y hace, busca aventuras que se acomoden a sus gustos y expectativas, habla de manera positiva de aquellos lugares que lo hacen y también expresa si la experiencia no es agradable y está dispuesto a invertir en actividades de senderismo, ciclismo de montaña, rutas en motocicletas y aquellas actividades afines.

### *Perfil demográfico*

En cuánto al perfil demográfico podrían ser personas que vivan en ciudades o áreas metropolitanas, turistas nacionales e internacionales que busquen una experiencia única en la naturaleza, que se interesen en conocer paisajes únicos y culturas auténticas.

Nuestra idea de negocio le apunta a personas que comprendan entre los 25 y 55 años, son personas activas físicamente y están en búsqueda de aventuras y experiencias significativas.

En cuanto al género algunos estudios indican que los hombres tienden a participar más en actividades de aventura al aire libre, mientras que las mujeres prefieren el bienestar con la naturaleza, por lo cuál se atenderán ambos géneros.

En el perfil socioeconómico se le apunta a personas con ingresos medio-alto, que les permita gastar en experiencias de calidad, aquellos que buscan empresas que les ofrezca un servicio organizado y de gran exclusividad.

### o **Necesidades o problemas para satisfacer**

El municipio de Sonsón, a pesar de contar con diversas y atractivas oportunidades turísticas enfrenta una serie de desafíos estructurales que están frenando su potencial turístico y limitando su desarrollo económico a largo plazo.

En primera instancia no existe una empresa formalmente constituida que se encargue de organizar y coordinar dichas actividades y todo lo relacionado a este ámbito está a cargo de la oficina local de turismo del municipio, la cual no cuenta con recursos propios para ejecución de proyectos; adicionalmente la capacidad instalada es insuficiente para suplir los requerimientos del sector, la falta de una entidad legalmente establecida que mancomunadamente contribuya entre prestadores de servicio y entidades municipales ha generado un escenario en el que los servicios turísticos son proporcionados de manera informal por prestadores individuales, quienes, en su mayoría, carecen de formación adecuada y operan sin el respaldo de una estructura empresarial sólida. Esta informalidad no solo dificulta la profesionalización del sector, sino que también impide elevar la calidad de los servicios ofrecidos.

A esto se suma una visión económica limitada por parte de los comerciantes locales, quienes a raíz de su experiencia de años en el sector, ven el turismo como una actividad rentable solo en temporadas específicas como fiestas patronales o culturales o en días puntuales como fines de semana y festivos. Y el resultado de esto es un enfoque comercial que no contempla el turismo como una fuente sostenible de ingresos, lo que desincentiva el desarrollo de estrategias a largo plazo y profundiza la dependencia en picos de demanda transitorios y como consecuencia, los comerciantes no se preparan para las oportunidades que el turismo podría generar de manera más constante y predecible.

Otro aspecto es la incapacidad del municipio para fomentar la pernoctación de los turistas. Actualmente, la mayoría de los visitantes solo están de paso, lo que reduce considerablemente el impacto económico que su estadía prolongada podría generar en la economía, esta falta de pernoctación se ve agravada por la escasez de actividades complementarias que hagan del municipio un destino atractivo para pasar la noche y al no lograr que los turistas permanezcan más tiempo, el municipio pierde oportunidades valiosas de ingresos en servicios como alojamiento, alimentación y transporte.

Adicionalmente, la oferta turística del municipio se encuentra estancada, sin experimentar cambios significativos desde hace algún tiempo. Esta falta de innovación ha resultado en un destino poco competitivo y poco atractivo para visitar de manera recurrente, mientras que otros destinos cercanos han sabido adaptarse a las nuevas tendencias del mercado, de alguna manera, el municipio ha quedado rezagado.

En el municipio las tendencias actuales son: el ecoturismo, el turismo cultural y arquitectónico pero otras aristas del mercado como el turismo deportivo o de aventura han sido escasamente exploradas con algunas iniciativas que hasta el momento no generan gran impacto, pues la escasa diversificación de la oferta turística limita el atractivo del municipio para diferentes segmentos, no acoge todos los grupos poblacionales, ni supe las necesidades de los intereses diversos del turista.

### **¿Existe oportunidad en el mercado?**

#### **o Comportamiento de los segmentos del mercado**

Según la Organización Mundial para el Turismo OMT.(2024) El turismo como tal es un gran dinamizador de otros sectores de la economía a nivel mundial, este representa el 10% del Producto Interno Bruto (PIB), es decir, uno de cada diez empleos está en el sector turístico, esta actividad representa el 7% de las exportaciones mundiales y el 30% de las exportaciones de servicios.

Hay que resaltar que Colombia es un país multicultural, es el segundo país más diverso del mundo y el primero con más aves y páramos, por tan exuberante riqueza natural se ha convertido en un destino de preferencia tanto para extranjeros como para nacionales que se deleitan con los paisajes, recursos, atractivos, gastronomía y otra amplia gama de diversas actividades que se pueden desarrollar en el país.

En Colombia, la reactivación del sector turismo desde el 2020 ha aportado 13,7 billones al PIB nacional y se espera que continúe creciendo su contribución ya que en 2022 dejó de ser una etapa de reactivación a un crecimiento sostenido retomando las condiciones y tendencias que hasta 2020 reflejaba el sector, por ejemplo, el flujo de visitantes que llega al departamento de Antioquia por vía aérea hasta agosto 2020 muestra un crecimiento del 78.7%, esto comienza a marcar una nueva tendencia de circuitos cortos y descubrir nuevos lugares para visitar en la geografía nacional

Además, los datos que arrojó la gobernación de Antioquia, en el primer trimestre del 2021 aproximadamente más de 2 millones de personas fueron visitantes internos, lo que representa un 9,3% de la población total del país. Este panorama refleja un alto flujo de visitantes al departamento y describe

parcialmente el potencial del fenómeno turístico del Oriente Antioqueño porque este territorio también genera un alto flujo de visitantes por vía terrestre. (OMT Organización Mundial para el Turismo, 2024)

Partiendo de esto, gran porcentaje de las prácticas turísticas que realizan las personas que nos visitan se enfoca en el turismo deportivo, puesto que es uno de los tipos de turismo más crecientes, donde Antioquia es uno de los departamentos más atractivos e influyentes.

Según Quiceno Ramirez. (2023) La gran mayoría de los emprendedores u operadores turísticos de los diferentes municipios de Antioquia concuerdan con que el departamento tiene rincónitos mágicos de encanto para los turistas y por ello se hace importante la promoción del territorio y la inversión en los diferentes sitios y puntos, así continuar de manera constante y creciente el sector turismo, ya que su aporte es del 4,8% al Producto Interno Bruto (PIB) del departamento.

Y en la actualidad se viven acelerados procesos de cambio en materia de expansión urbana, crecimiento económico, transformación productiva, retos de sostenibilidad y adopción de nuevas prácticas y costumbres en la sociedad, un cambio que se acentúa por lo vivido durante la pandemia de la COVID-19 donde territorios vecinos como el Valle de Aburrá profundizan las conexiones hacia este territorio y la sociedad comienza a reorganizar sus aspiraciones, en este orden de nuevas prioridades emerge una visión del turismo donde los viajes cortos, viajes de proximidad, experiencias de conexión con la cultura, naturaleza, historia, patrimonio, deporte, ocio y recreación son más relevantes;

convirtiéndose en una pieza clave en el andamiaje de competitividad, sostenibilidad y desarrollo de los territorios.

#### **o Tendencia del crecimiento del mercado**

En cuanto al Oriente Antioqueño, la Provincia de la Paz (Sonsón, Nariño, Argelia y Abejorral) se ha destacado por la histórica ruta de páramos y termales la cual es una inmersión a la tradición colonial con muchas historias por contar y con museos por visitar, además cada uno de los emprendimientos, artesanos, recursos y atractivos naturales como los paisajes que adornan el trayecto la aventura es protagonista y cada curva del camino revela vistas que capturan la esencia misma de la naturaleza.

Cada uno de estos municipios cuenta con riqueza histórica, cultural y natural que los convierte en atractivos lugares para ser visitados, además cada uno de los servicios turísticos ofrecidos por los municipios se convierten en competencias y a la vez en aliados mercantiles.

Lo anterior ha influido en que se observe una demanda creciente de recorridos en vehículos todo terreno, como motos, cuatrimotos y buggies, pues la oferta de recorridos en vehículos todo terreno es escasa en la región y hay que destacar que son municipios con una gama de oportunidades para plantear actividades deportivas y de aventura.

#### *La Unión*

El municipio de la Unión es el mayor productor de papa de Antioquia, es un pueblo de tierra fría y sus paisajes son imágenes que nos deslumbran por sus hermosos

atardeceres, la topografía es ideal para la práctica de deportes de aventura. La Unión se destaca por su gran producción agrícola de papa, uchuva y fresas. En su economía también se puede encontrar la minería y la ganadería, este municipio es todo un lugar mágico por visitar, pues tiene todo un potencial ecoturístico, como las fincas lecheras, los cultivos de papa y de plantas aromáticas.

El corregimiento de Mesopotamia es uno de los atractivos turísticos más llamativos del municipio de la Unión, en él se pueden visitar monumentos como la Auxiliadora del Río o la Inmaculada del Bosque, además de la Casa de la Cultura. El ecoturismo también juega un papel importante y en Mesopotamia podrás descubrir varias fincas con la certeza de vivir una experiencia significativa. Un curioso atractivo de la Unión es la red de cementerios que prometen una experiencia mística única. Empieza en el parque de la Unión con el Cementerio El Cristo, que pertenece a la parroquia Las Mercedes y cuenta con multitud de osarios y zonas verdes. Pasa luego por la estatua del Ángel del Silencio a la entrada del Cementerio Urbano para terminar en el Cementerio Católico de Mesopotamia.

A través del «Tractour» y los guías de Vallestradas podrás conocer el cerro Chapecoense, el morro Peñas, el corregimiento de Mesopotamia y la Chascarala y la cascada El Presidio, además de vivir experiencias como la inmersión a un Museo Campesino, la visita al herbolario de La Unión y un día en la Finca la Albania. (Antioquia es Mágica, 2024)

### *Abejorral*

Abejorral es un municipio del oriente antioqueño ubicado sobre la cordillera central, posee diferentes pisos térmicos que permiten adentrarse en la diversidad de la producción agraria. Además, es el lugar propicio para el senderismo donde se disfruta de su riqueza en fauna y flora, las montañas y los atardeceres, es reconocido por los turistas como el destino por excelencia para la aventura y el turismo de naturaleza, pues dentro de sus atractivos más reconocidos se encuentran, estructuras de compleja arquitectura como la casa en el aire acompañada de actividades como hamacas y picnic suspendidos a más de 120 metros de altura, recursos naturales únicos como el salto del buey con descenso por el costado de la cascada, cerros y el canopy más alto de Colombia, adicionalmente se puede disfrutar de una variada oferta de hoteles campestres como galampings o la popular casa de Roro y otros hospedajes temáticos. Por todo lo mencionado anteriormente, el municipio de Abejorral se cataloga como uno de los destinos más competitivos en el contexto turístico, teniendo en cuenta los 5 municipios de la ruta histórica de páramos y termales. (Antioquia es Mágica, 2024)

### *Nariño*

Nariño es un municipio ubicado en la subregión oriente de Antioquia, la riqueza hídrica y natural que posee lo han vuelto un potencial destino para visitar como día de sol, ya que es un territorio rico en fincas vacacionales, piscinas y recursos naturales como el río samaná, el río espíritu santo y uno de sus atractivos más

conocidos, los termales del espíritu santo, los cuales constan de 5 piscinas naturales de agua termal con temperatura ascendente, esta agua es reconocida por ser rica en minerales y por sus propiedades curativas lo que hace de este destino no solo un lugar turístico sino que también se le da una connotación terapéutica, es por esto que Nariño atrae un gran afluente de turistas a la zona páramo siendo uno de los destinos más visitados en el oriente lejano. (Antioquia es Mágica, 2024)

### *Argelia*

Argelia se encuentra ubicado en el oriente antioqueño y a una distancia aproximada de 4 horas de Medellín (147 km) y con una población de 7.618 habitantes, éste municipio cuenta con ambientes y ecosistemas hídricos que predominan en la región, tales como el Charco del Tanque ubicado cerca de la cabecera municipal, ideal para compartir en familia y amigos, otro de los atractivos es la Cascada y Río San Julián a 10 kilómetros de la cabecera municipal donde encontramos estos dos atractivos hídricos ideales para disfrutar de la naturaleza que los rodea, el Río La Paloma se destaca por su belleza y profundidad y lo adorna la diversidad en fauna y flora, finalmente en las diferentes veredas del municipio se podrán encontrar Trapiches donde se conocerá de todo el proceso panelero, su transformación y vivir de cerca esta maravillosa experiencia. (Antioquia es Mágica, 2024)

### *Sonsón*

El municipio más extenso de todo el oriente antioqueño y cuenta con todos los pisos térmicos ya que tiene el páramo de Sonsón, cuyo punto más alto está ubicado a 3.350 metros sobre el nivel del mar y también tiene parte de su territorio sobre el Magdalena medio. En él hay diferentes lugares ecológicos que se destacan por su abundante naturaleza desde senderos y cascadas, hasta el mismo páramo y avistamiento de aves. (Antioquia es Mágica, 2022)

Tal y como lo dice la gerente de la agencia de pueblo en pueblo, con 16 años de experiencia en el mercado turístico “Después de la pandemia la demanda por las salidas interdepartamentales aumentó y ni siquiera el actual ciclo de desaceleración desmotiva al público, según su experiencia Concepción, Abejorral, Sonsón, Doradal y Cisneros son destinos emergentes que están creciendo con fuerza, todo en razón a esa mezcla de aventura cultura e historia que ofrece”. tal como se citó en (Quiceno Ramirez, 2023)

Y es que el turismo en el municipio de Sonsón es una vocación económica tradicional, ha sido un destino de día de sol (concepto técnico empleado para esas visitas a destinos turísticos que no impliquen pernoctar) esta dinámica se da principalmente por flujos de visitantes de municipios aledaños del Oriente Antioqueño, esta es una realidad que en prospectiva se visiona como una dinámica mucho más intensa en la medida en que, el municipio cuenta por un lado, con una historia ancestral memorable que se resguarda en cada uno de los 12 espacios museales con los que cuenta; con la riqueza arquitectónica y cultural, recursos naturales como el páramo y los caminos de herradura, además el potencial a desarrollar del turismo deportivo, de

aventura y de naturaleza; por tan notables recursos y atractivos turísticos, Sonsón se ha convertido en un destino predilecto para las diversas prácticas turísticas.

Entre los recorridos ofrecidos en el municipio de Sonsón encontramos como principal atractivo turístico el centro histórico que se compone por 12 museos. Sonsón es reconocido como un pueblo fundador, que está cargado de historias y conservado su tradición pasando de generación en generación, es por esto que, hace varias décadas el mayor potencial turístico del municipio es la cultura y la arquitectura, partiendo de las reconocida fiestas patronales y las tradicionales fiestas del maíz en la que se concentran gran cantidad de visitantes, adicional al balcón más bonito de antioquia y la arquitectura colonial que puede encontrarse con vibrantes colores en cada una de sus calles principales.

Sin embargo, la oferta de recorridos en vehículos todo terreno, como motos, cuatrimotos y buggies, se limita a una y es escasa en comparación con otras regiones del país. Es sabido que hay un crecimiento significativo en cuanto a la demanda de actividades turísticas deportivas y de aventura, puesto que la búsqueda de experiencias únicas y enriquecedoras conlleva a la realización de este tipo de turismo.

Hay que mencionar que los turistas según el estudio de mercado e identificación del cliente están dispuestos a pagar más por experiencias únicas y enriquecedoras entre ellas el turismo deportivo, por lo que los proveedores de servicios turísticos deben desarrollar estrategias efectivas para atraer a nuevos segmentos de turistas, por lo cual es importante desarrollar una oferta de recorridos que se adapte a las necesidades y

preferencias de los clientes y le apunten a los diferentes segmentos del mercado teniendo en cuenta el perfil del cliente.

- o **Punto de mercado**

Entre otras actividades, actualmente se están realizando

*Senderismo*

Aprovechando los diferentes pisos térmicos, la diversidad de paisajes, y los diferentes caminos ancestrales, de herradura y el centro histórico; el senderismo es una actividad ya popular. Los caminos a través de páramos y bosques pluviales permiten a propios y visitantes disfrutar de la flora y fauna que ofrece el municipio de Sonsón.

*Avistamiento de aves*

Gracias a la biodiversidad de la región, la observación de aves es una actividad en crecimiento que ha atraído turistas tanto nacionales como internacionales.

*Espeleología*

Las cuevas de la zona del Magdalena Medio Sonsoneño ofrece oportunidades para el turismo de aventura, donde los más aventureros pueden explorar los ecosistemas kársticos únicos de la región.

*Turismo agrícola*

Con una base agrícola sólida que incluye productos como el higo, el café y la gulupa, el turismo agrícola es una excelente manera de conectar a los visitantes con el

ciclo de vida y producción de alimentos locales. Donde se muestra el proceso del café y la producción de frutas tropicales, combinando degustaciones y visitas a plantaciones.

Ahora, entre las actividades identificadas para potenciar el turismo en el municipio encontramos:

La inclusión de deportes acuáticos en Río Claro y el río la Miel, el ciclismo de montaña en terrenos variados, y recorridos por diversos caminos en motos, cuatrimotos y buggies, la escalada en roca, rapel, y otros; ya que Sonsón podría destacarse como un centro para el turismo deportivo.

#### *Camping de lujo o "Glamping"*

Implementar zonas de camping con todas las comodidades modernas en medio de la naturaleza podría atraer a un segmento de mercado que busca la experiencia al aire libre sin renunciar al confort.

#### *Festivales y eventos culturales*

Organizar festivales que celebran la cultura local y la biodiversidad de Sonsón, como festivales de comida, música y arte, podría atraer a más visitantes y enriquecer su experiencia.

### **¿Cuál es mi solución?**

- o Descripción del producto o servicio que satisface la necesidad o el problema**

Sonsón y sus alrededores cuentan con un rico patrimonio natural y cultural, lo que lo convierte en un lugar con alto potencial para el turismo ecológico y de aventura; su ubicación geográfica favorece al territorio tanto en su diversidad de pisos térmicos como en la inclinación de sus montañas, la preservación de bosque húmedos y de niebla adicional al favorable punto dentro de la cordillera central en la que se agrupan prominentes montañas que constituyen el páramo de sonsón con puntos clave como los son el cerro de la vieja; esta variedad de recursos naturales conlleva a que en sonsón se puedan desarrollar diversas actividades que agrupan el turismo deportivo y de aventura.

Las caminatas y el senderismo han estado en su auge en los últimos años en el municipio, descubriendo nuevos caminos para realizar dicha actividad, rescatando algunos ya establecidos y realizando recorridos por los caminos de la colonización Antioqueña los cuales han perdurado en el tiempo, aun así, para que las rutas camineras del municipio se vean diversificadas se deben aplicar variantes aptas para los diferentes caminos que se enfoquen en la novedad y la aventura convirtiéndola en una actividad más atractiva para propios y visitantes.

Con lo mencionado anteriormente, se piensa en la propuesta de crear una operadora turística que apunta hacia la diversificación de las rutas ecológicas y deportes de aventura ya que se adapta perfectamente a las características del municipio, puesto que ofrece un entorno idóneo para el desarrollo de actividades como senderismo en la vertiente caucana, acompañado de otras modalidades como trekking, carreras de observación y haciendo inclusión de otros elementos como bicicletas y equipamiento enduro para realizar los recorridos por los caminos del municipio,

además de espeleología, rapel, trekking, deportes acuáticos como rafting y tubing, entre otros en el Magdalena Medio Sonsoneño.

A continuación se presentan las actividades con las cuales se planea diversificar el senderismo y aprovechar de una manera más amplia los caminos de servidumbre y senderos del municipio de Sonsón:

### *Senderismo*

El senderismo es una actividad deportiva no competitiva que se realiza sobre caminos balizados y homologados por el organismo competente en cada país. Busca acercar a las personas al medio natural y al conocimiento de la zona a través del patrimonio y los elementos etnográficos y culturales tradicionales, utilizando preferentemente el sistema tradicional de vías de comunicación, tales como cañadas reales, caminos vecinales y senderos. Constituye una simbiosis entre deporte, cultura y medio ambiente. (Campanero, s.f)

En la actualidad el senderismo abarca una amplia gama de actividades que pueden ser involucradas, sea con la diversificación de los implementos utilizados o con la variación de la intensidad y ritmo de los recorridos.

### *Trekking*

Según Pérez & Gardey. (2024) El trekking consiste en el desarrollo de caminatas por un entorno natural y abierto con fines recreativos. Quien hace trekking, busca conocer un lugar y admirar su paisaje mientras realiza actividad física. Muchas

veces el trekking se complementa con otras actividades, como las acampadas o el montañismo.

Se puede decir que el Trekking es una actividad de turismo de aventura que consiste en recorrer a pie rutas generalmente en zonas montañosas o rurales, implicando un contacto directo con la naturaleza, a menudo se realiza en terrenos no urbanizados aumentando el nivel de desafío de la experiencia; pues este no solo implica el esfuerzo físico, sino también la apreciación del entorno natural y cultural donde se realiza. Además se diferencia de otras formas de senderismo ya que puede incluir campamentos y rutas de mayor complejidad en el entorno natural, es en sí una actividad que combina deporte, aventura y exploración.

### *Carreras de orientación*

Las carreras de orientación se pueden considerar una actividad en la que los competidores deben completar un recorrido pasando por algunos puntos específicos obligatorios, aunque cada participante elige la ruta que considere más conveniente utilizando únicamente un mapa y una brújula como herramientas, ya que generalmente las carreras de orientación se realizan en áreas boscosas aunque también se pueden realizar en zonas urbanas, parques y otros espacios naturales. También son reconocidas como las carreras de “pensar y correr”, lo que refleja la combinación entre el ejercicio físico y mental. Estas carreras cuentan con una normativa específica que a su vez se consigna en el mapa representada con símbolos de los diferentes elementos del terreno

de manera clara para que cualquier persona pueda realizar un recorrido desde uno sencillo hacia la progresión de uno con mayor complejidad; además puede realizarse de manera recreativa o competitiva a la vez que fomentan el conocimiento del entorno natural, y habilidades en cuanto al uso de la brújula, la interpretación de mapas, el cálculo de distancias y la selección de rutas (FBO Federació Balear d' Orientació, s.f.).

### *Ciclismo de montaña*

Según Equipo Tracktherace, (2021) “El ciclismo de montaña se describe como un tipo de ciclismo que implica desplazarse a través de vías, caminos o senderos en espacios naturales. Esta actividad abarca múltiples especialidades y puede variar en dificultad técnica, lo que permite a los ciclistas explorar diferentes terrenos y disfrutar de la naturaleza”

Esta modalidad se practica en terrenos naturales o no pavimentados, por lo que exige destrezas y resistencia física, ya que los participantes deben enfrentarse a diversos tipos de terrenos con diferente nivel de dificultad que pueden incluir subidas, bajadas, superficies irregulares y obstáculos naturales. Además, se puede ver de manera recreativa o competitiva. Teniendo en cuenta la dificultad del recorrido puede requerir equipo especializado y técnicas de maniobras.

### *Recorridos enduro*

Enduro proveniente del vocablo inglés endurance (resistencia), a diferencia del descenso, que sólo se baja pendiente abajo, el enduro tiene tramos de subida y

bajada pero sólo algunos tramos de bajada son cronometrados (pruebas especiales). Normalmente hay un tiempo límite de llegada para las pruebas especiales, lo que le da especial importancia al ritmo que se lleve entre los mismos (Equipo Tracktherace, 2021)

Los recorridos de enduro son una modalidad dentro del ciclismo de montaña que combina etapas cronometradas en descenso con secciones de ascenso no cronometradas, en las que los ciclistas deben desplazarse entre los tramos competitivos. El enduro se caracteriza por su énfasis en las habilidades técnicas de conducción en terrenos difíciles, como senderos rocosos, descensos abruptos y superficies irregulares, además de requerir resistencia física para completar los trayectos de enlace entre las etapas de descenso.

Las anteriores actividades constituyen el turismo deportivo, enfocado hacia el turismo deportivo activo que,

Según Blanco, (2015) es el deporte propiamente dicho el que motiva los viajes de los turistas o visitantes a un determinado destino en el que encontrarán todas las condiciones y facilidades, tanto para apreciar cómo practicar su deporte favorito, en un escenario distinto al usual, con novedades y características ideales para dicho deporte (Pág. 4)

Hay que mencionar que con la creciente demanda por experiencias al aire libre y el aumento del turismo internacional en Colombia, esta operadora turística podría posicionarse como líder en la oferta de turismo deportivo y de aventura para nacionales

y extranjeros al diversificar la oferta turística de Sonsón, que históricamente ha estado centrada en el turismo arquitectónico y cultural.

En cuanto a la economía local tendría un impacto positivo, pues se verían involucrados todos los actores del sector turismo, que hasta el momento, no ven en este contexto oportunidades claras de desarrollo económico; y al aumentar el número de personas que visitan y pernoctan en el municipio se generará mayor retorno en cuanto al PIB, además de mayor productividad y competitividad en el mercado frente a los municipios turísticos cercanos.

#### **o Concepto de negocio**

Para definir qué tipo de empresa se quiere consolidar es necesario traer a colación la definición Hernandez Novoa quien define empresa turística desde su componente económico como una "organización independiente que produce o distribuye bienes y servicios para el mercado" como se citó en Corchero, M. ( 2024, pág 74).

Basándonos en el anterior, la operadora turística se cataloga como una empresa formada por un grupo de personas, sostenible y productiva dedicada a desarrollar una actividad económica a través del portafolio de actividades y servicios ofrecidos que solventan la necesidad del mercado de los cuales se obtienen ingresos de retorno e inversión.

Nuestra idea de negocio se fundamenta en la oferta de un portafolio de actividades de turismo deportivo y de aventura, aprovechando la riqueza natural del

municipio de Sonsón y la diversificación de la oferta existente, pues los paisajes, las rutas históricas, los recursos y atractivos turísticos son idóneos para la implementación de este tipo de actividades. Contando con valor agregado y componente diferenciador para los diferentes segmentos del mercado al que se le apunta.

Es por ello que dentro de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) que nos ofrece el DANE, nuestra actividad económica entraría en la DIVISIÓN 79: Actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y actividades relacionadas, clase 7912 actividades de operadores turísticos

Esta división comprende la venta de servicios de viajes, tours, transporte y de alojamiento al público en general y a clientes comerciales y la organización de paquetes turísticos para su venta a través de agencias de viajes o por los propios operadores turísticos, así como otros servicios relacionados con los viajes, como servicios de reservas. Se incluyen también las actividades de guías de turismo y las actividades de promoción turística (DANE, 2022)

Y en cuanto a las actividades mencionadas en esta división, la operadora turística acoge:

Paquetes de servicios de viajes para su venta a través de agencias de viajes o por los propios operadores turísticos. Esos viajes organizados pueden incluir uno o varios de los elementos siguientes: Transporte, Alojamiento, Comidas, Visitas a museos, lugares históricos o culturales. DANE (2022)

Es así que se pretende consolidar la empresa turística en el municipio de Sonsón, de manera tal que se brinde experiencias de turismo deportivo y de aventura (Senderismo, trekking, carreras de orientación, ciclismo de montaña, recorridos enduro, entre otros) para nacionales y extranjeros que busquen aventura y se sientan atraídos por este tipo de actividades en un municipio descentralizado del oriente antioqueño brindando las normas de calidad y seguridad correspondientes. Además de generar empleo a personas propias del municipio.

Esta es una gran oportunidad que le apunta al desarrollo local y regional enmarcado dentro de la línea del plan de desarrollo municipal “productividad y competitividad de las empresas colombianas (código 3205)”. Teniendo en cuenta que con este también se fortalece a mediano y largo plazo el sector turístico colombiano con el incremento del número de turistas que visitan el país y el departamento.

Pues hoy en día, la industria turística está avanzando a pasos agigantados y con cambios significativos notables en cuanto al turismo deportivo siempre y cuando se incluyan estrategias y alternativas de sostenibilidad ambiental que reduzcan los impactos negativos en los ecosistemas presentes en la realización de las diferentes actividades del portafolio de la empresa y así ser más competitivos en el mercado.

Por ello nuestra idea de negocio está comprometida con el análisis del impacto tanto negativo como positivo que puede generar cada una de las actividades propuestas en el portafolio con el fin de marcar un seguimiento a lo largo del trayecto de consolidación de la empresa.

- o **Componente diferenciador**

El factor diferenciador de este producto turístico radica en la diversificación de rutas de senderismo establecidas en el municipio para que estas no solo permitan la exploración a pie, sino que también integren actividades como ciclismo de montaña, trekking, y carreras de orientación, entre la integración de otros implementos, esto ofrece a los turistas una experiencia versátil y emocionante, permitiéndoles múltiples modalidades de aventura y dándole un mejor aprovechamiento a los recursos naturales. Al combinar diferentes actividades, se promueve una mayor dinamización del turismo en el municipio atrayendo a un público más amplio.

- o **Definición de productos** (Fichas técnica de los productos o servicios)

*Ruta Camino de Murringo:*

[Ficha de caracterización Ruta Murringo.docx - Documentos de Google](#)

*Ruta Santa Monica:*

[Ficha de caracterización Ruta Santa Mónica - Roblalitos - Bocatoma - Chaverras.docx - Documentos de Google](#)

*Ruta Sabor a Gulupa*

[Ficha de Caracterización Ruta Sabor a Gulupa.docx - Documentos de Google](#)

*Ruta Alto de Sabana*

<https://docs.google.com/document/d/1wWslGplFgqQ5nM-40xWgW9bOA6dpngfS/edit?rtpof=true>

### **¿Cómo desarrollar mi solución?**

- o **¿Cómo obtengo ingresos?** (Estrategia de generación de ingresos).

La definición que proporciona la Organización Mundial de Turismo cuando conceptualiza el término "las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos"; El turismo de naturaleza supone una enorme oportunidad de contactar con las raíces naturales y saludables que las personas necesitan en los hábitats en los que conviven, y puede actuar de compensación ante la "comodidad" del hábitat urbano polucionado y su ritmo de vida estresante.

En Colombia las oportunidades mercantiles en cuanto a turismo en todos los ámbitos, se han ampliado, esto en gran medida a los recursos naturales escasamente explorados que hay en el territorio así como determinados destinos que son atractivos para propios y extranjero.

Al representar el turismo una actividad económica potencialmente rentable para el país algunas instituciones que promueven el desarrollo, ofrecen convocatorias de presentación de proyectos en el ámbito turístico que de manera directa puedan satisfacer necesidades del contexto de tipo económico, ambiental o social, a

continuación se presentan los fondos de financiación de los cuáles se puede obtener ayuda económica para desarrollar el proyecto o proyectos subyacentes a este.

#### *Ministerio de comercio industria y turismo-Proyectos Turísticos Especiales - PTE*

El desarrollo de los Proyectos Turísticos Especiales incentiva el desarrollo de proyectos turísticos de gran escala en el territorio nacional que, teniendo en cuenta su ubicación geográfica, valores culturales y/o ambientales y/o sociales, así como la factibilidad de conectividad, se convierten en proyectos de alta importancia estratégica para el desarrollo o mejoramiento del potencial turístico de los sitios en que se desarrollen. Asimismo, permitirán incentivar la inversión pública y privada en infraestructura turística en el país.

#### *Fondo nacional de turismo- FONTUR*

Fontur es el brazo técnico ejecutor del MinCIT que contribuye al crecimiento económico y desarrollo social de la nación, potencializando la infraestructura y la competitividad turística, así como la promoción de Colombia y sus destinos, a nivel nacional e internacional, en articulación con entidades gubernamentales, territoriales, el empresariado y las comunidades, mediante asistencia técnica a los territorios, con innovación, inclusión y participación social, propiciando la construcción de paz e incentivando prácticas responsables y sostenibles.

#### *Fondo emprender SENA*

El Fondo Emprender del SENA fomenta la creación de empresas y la generación de empleo en Colombia a través de capital semilla condonable y reembolsable. Busca

financiar ideas innovadoras, sostenibles y de gran impacto por medio de convocatorias públicas nacionales y regionales para todas las poblaciones del país y los interesados en acceder a los servicios de emprendimiento.

#### *Fondos locales de emprendimiento*

Dentro de las posibilidades que se pueden encontrar en el municipio, están las estrategias de promoción del desarrollo del tejido empresarial local a través del acompañamiento profesional, la gestión o financiamiento de iniciativas que contribuyan en primer lugar con el crecimiento económico y social del municipio, y en segunda instancia que correspondan al cumplimiento de las líneas estratégicas y los objetivos del plan de desarrollo territorial, esto a través de la oficina local de emprendimiento.

Adicional a estos fondos de financiamiento se pueden encontrar otras alternativas para la consecución de recursos en las cuales se pueden ver involucrados uno o más actores del sector e incluso, encontrar aliados interesados en el mercado, dentro de estas posibilidades se pueden encontrar.

#### *Patrocinios*

Es un acuerdo entre una empresa, personas o corporaciones para contribuir de manera económica con una organización más pequeña a cambio de exposición de su marca o nombre y en general promocionar de una u otra manera productos del patrocinador.

#### *Realización y organización de eventos*

La organización y ejecución de eventos se convertirá en eje fundamental del músculo financiero de la empresa, pues esto supone la planificación de servicios a ofrecer en periodos de tiempo determinados, dentro de este se incluye la planificación y realización de los eventos relacionados con la diversificación de la oferta que se pretende ofrecer como los son carreras de ciclo montañismo, orientación y trekking, actividades por las cuales se se obtendrá un recurso económico a partir de las personas interesadas en participar, de este, una parte del porcentaje va dirigido al financiamiento del evento y otra podrá emplearse para la reinversión o rentabilidad de la empresa.

#### **o Condiciones comerciales del portafolio de productos**

Las condiciones comerciales son las reglas o políticas que la empresa tiene con respecto a su funcionamiento y comercialización, ayuda a que todas las partes de la empresa puedan tomar decisiones en base a unas pautas que han sido pre-establecidas. (EUROINNOVA, 2024)

#### *Productos y servicios*

La empresa ofrece servicios de turismo deportivo en la naturaleza, incluyendo 5 rutas del municipio que son el camino de Murringo, Santa Mónica, Ruta Sabor a Gulupa, Alto de Sabana y Morelia Mesopotamia, en las que se pueden realizar actividades tales como senderismo, trekking, ciclismo de montaña y recorridos enduro, cada una de las actividades se adaptan a las necesidades del cliente posibilitando personalizar los paquetes en función del interés del cliente; el servicio incluye

equipamiento necesario para la actividad, asistencia de guías certificados y las debidas pólizas para la realización de dichas actividades.

### *Precios y descuentos*

Los precios del servicio varían según la actividad, duración y el número de participantes, además las tarifas se actualizan periódicamente, los descuentos o precios especiales se ofrecen a partir de grupos de más de 10 personas, clientes frecuentes o guías locales que lleven grupos periódicamente a realizar las actividades, y promociones por temporadas o eventos especiales. Los servicios adicionales tales como transporte, alojamiento o alimentación pueden tener un costo adicional y se incluye en la cotización final.

### *Condiciones de pago*

Dentro de los pagos se aceptan transferencias bancarias, tarjetas crédito y débito, pagos a través de plataformas y moneda de otros países; los pagos en efectivo los recibe personal autorizado y en puntos de encuentro debidamente autorizados. Al momento de realizar la reserva de una actividad se debe cancelar el 50% del monto total a pagar y el pago restante cuando la persona lo desee el día de hacer uso de la actividad, cuando se hagan contratos con eventos corporativos o grupos grandes se pueden negociar las condiciones de crédito en caso de que sea necesario, siendo el plazo máximo no mayor a 15 días tras finalizar el servicio.

### *Confidencialidad*

La protección de la información personal y financiera del cliente es de carácter privado y la empresa se compromete a no divulgar ningún tipo de información que sea proporcionada durante el proceso de reserva. No se divulgará la información sin consentimiento previo del cliente, a menos que sea solicitado por la ley o por orden judicial; dentro del material fotográfico, videos o contenido que se genere dentro de las actividades se utilizará con fines de promoción y con previa autorización del cliente.

Para el tratamiento de datos se tendrá como principal referencia el Habeas data, asegurando el cumplimiento legal y el respeto de los derechos de los clientes. La regulación actual sobre hábeas data, Ley 1266 de 2008, constituye una regulación parcial de este derecho, concentrada en las reglas para la administración de datos personales de carácter financiero, comercial, de servicios y proveniente de terceros países, destinada al cálculo del riesgo crediticio. (Comercio, 2024)

Los datos personales de los menores de edad tienen un especial tratamiento y por ende está prohibido, cuando se trate de datos con naturaleza pública se manejan con lo establecido en el artículo 7° de la ley 1581 de 2012, cumpliendo con los siguientes parámetros: Respetar el interés superior de los niños, niñas y adolescentes y garantizar el respeto de sus derechos fundamentales. Cumplidos estos requisitos, el representante legal del menor deberá otorgar la autorización necesaria, y el menor tendrá el derecho a ser escuchado. Su opinión será considerada, teniendo en cuenta su madurez, autonomía y capacidad para comprender el tema. Los responsables y encargados del manejo de los datos personales de los menores deben garantizar un uso adecuado de estos. (Comercio, s. f)

## *Devoluciones*

Cancelación por parte del cliente:

Si la cancelación se realiza con más de 8 días de antelación se devolverá el 100% del importe pagado, si la cancelación se realiza entre 8 y 2 días antes de la fecha se retendrá el 50% del valor depositado, pero si la cancelación se realiza con menos de 48 horas de antelación no habrá devolución. Después de la prestación del servicio no se hará devolución del dinero.

Cancelación por parte de la empresa:

En caso de que la empresa deba cancelar la actividad por cuestiones climáticas, falta de personal o cualquier otra circunstancia se le ofrecerá al cliente la posibilidad de reprogramar o solicitar el reembolso en su totalidad.

### **o Proyección de producción y ventas.**

Para ello hay que tener en cuenta los costos de producción que incluye cada uno de los recursos importantes para ofertar el portafolio de productos, entre ellos, costos de implementos, mano de obra y más

Según el análisis de mercado y teniendo en cuenta el costo de producción por servicio, se realiza el costo final por persona fijando el punto de equilibrio con el fin de generar utilidad en cada ruta ofertada; además los costos son asequibles para los clientes potenciales.

Tabla 1.

*Porcentaje de la suma de la Inflación y el IPC*

DATOS	PORCENTAJE	TOTAL
INFLACION	5,40%	11,21%
IPC	5,81%	

*Nota:* Hay que mencionar que cada año se tiene en cuenta el porcentaje de inflación anual y el IPC, aclarando que, son dos factores macroeconómicos fundamentales que impactan directamente los costos de producción por servicio y la rentabilidad a mediano y largo plazo de las empresas.

La información que se representa en las tablas 2, 3, 4 y 5 habla de costos de producción establecen las bases de la planificación financiera para cada uno de los servicios ofrecidos, logrando así un punto de equilibrio y de utilidad acorde a lo esperado para los primeros cinco años de producción de la empresa. Además, nos permite identificar los recursos necesarios y determinar el precio de venta adecuado para que el proyecto sea financieramente viable y rentable.

Tabla 2.

*Senderismo*

PUNTO DE EQUILIBRIO		PERSONA	VALOR
<b>SENDERISMO</b>		25,00	60.093,50
RUTA CAMINO DE MURRINGO			
RECURSO HUMANO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Guía	3,00	70.000,00	210.000,00
Logística	2,00	35.000,00	70.000,00
RECURSO FÍSICO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Botiquin	2,00	18.000,00	36.000,00
Lazo	3,00	7.000,00	21.000,00
Candela	3,00	1.500,00	4.500,00
Refrigerio	25,00	8.000,00	200.000,00
Navaja	3,00	3.000,00	9.000,00
RECURSO TECNOLÓGICO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
GPS	1,00	50.000,00	50.000,00
Cámara	1,00	250.000,00	250.000,00
Walking Talking	3,00	18.750,00	56.250,00
Pólizas	25,00	2.500,00	62.500,00
SUB TOTAL		0,00	969.250,00
UTILIDAD	25%		242.312,50
ADMINISTRACIÓN	30%		290.775,00
TOTAL			1.502.337,50

Tabla 3.

*Trekking*

PUNTO DE EQUILIBRIO		PERSONA	VALOR
TREKKING		25,00	72.717,38
RUTA CAMINO DE MURRINGO			
RECURSO HUMANO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Guía	3,00	80.000,00	240.000,00
Logística	2,00	35.000,00	70.000,00
RECURSO FÍSICO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Botiquin	2,00	18.000,00	36.000,00
Lazo	3,00	7.000,00	21.000,00
Candela	3,00	1.500,00	4.500,00
Refrigerio	25,00	8.000,00	200.000,00
Navaja	3,00	3.000,00	9.000,00
RECURSO TECNOLÓGICO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
GPS (Depreciación)	1,00	11.111,00	11.111,00
Cámara (Depreciación)	1,00	50.000,00	50.000,00
Walking Talking (Depreciación)	3,00	6.250,00	18.750,00
RECURSO FINANCIERO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Primer Puesto	1,00	300.000,00	300.000,00
Segundo Puesto	1,00	150.000,00	150.000,00
Pólizas	25,00	2.500,00	62.500,00
SUB TOTAL		0,00	1.172.861,00
UTILIDAD	25%		293.215,25
ADMINISTRACIÓN	30%		351.858,30
TOTAL			1.817.934,55

Tabla 4.

*Ciclismo de Montaña*

PUNTO DE EQUILIBRIO		PERSONA	VALOR
CICLISMO DE MONTAÑA		25,00	180.765,28
RUTA CAMINO DE MURRINGO			
RECURSO HUMANO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Guía	3,00	70.000,00	210.000,00
Logística	2,00	35.000,00	70.000,00
RECURSO FÍSICO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Botiquin	2,00	18.000,00	36.000,00
Lazo	3,00	7.000,00	21.000,00
Candela	3,00	1.500,00	4.500,00
Bicicletas	3,00	730.000,00	2.190.000,00
Inlador	2,00	15.000,00	30.000,00
Refrigerio	25,00	8.000,00	200.000,00
Caja de herramientas	1,00	2.708,00	2.708,00
Navaja	3,00	3.000,00	9.000,00
RECURSO TECNOLÓGICO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
GPS (Depreciación)	1,00	11.111,00	11.111,00
Cámara (Depreciación)	1,00	50.000,00	50.000,00
Walking Talking (Depreciación)	3,00	6.250,00	18.750,00
Pólizas	25,00	2.500,00	62.500,00
SUB TOTAL		0,00	2.915.569,00
UTILIDAD	25%		728.892,25
ADMINISTRACIÓN	30%		874.670,70
TOTAL			4.519.131,95

Tabla 5.

*Recorridos enduro*

PUNTO DE EQUILIBRIO		PERSONA	VALOR
RECORRIDOS ENDURO		20,00	283.887,85
RUTA LA MORELIA -MESOPOTAMIA			
RECURSO HUMANO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Guía	3,00	70.000,00	210.000,00
Logística	2,00	35.000,00	70.000,00
RECURSO FÍSICO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Botiquin	2,00	18.000,00	36.000,00
Lazo	3,00	7.000,00	21.000,00
Candela	3,00	1.500,00	4.500,00
Bicicletas	3,00	730.000,00	2.190.000,00
Inlador	2,00	15.000,00	30.000,00
Refrigerio	20,00	8.000,00	160.000,00
Caja de herramientas	1,00	2.708,00	2.708,00
Navaja	3,00	3.000,00	9.000,00
RECURSO TECNOLÓGICO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
GPS (Depreciación)	1,00	11.111,00	11.111,00
Cámara (Depreciación)	1,00	50.000,00	50.000,00
Walking Talking (Depreciación)	3,00	6.250,00	18.750,00
RECURSO FINANCIERO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Primer Puesto	1,00	500.000,00	500.000,00
Segundo Puesto	1,00	300.000,00	300.000,00
Pólizas	20,00	2.500,00	50.000,00
SUB TOTAL		0,00	3.663.069,00
UTILIDAD	25%		915.767,25
ADMINISTRACIÓN	30%		1.098.920,70
TOTAL			5.677.756,95

Tabla 6.

*Carreras de Orientación*

PUNTO DE EQUILIBRIO		PERSONA	VALOR
CARRERAS DE ORIENTACIÓN		30,00	105.160,32
RUTA CAMINO DE MURRINGO			
RECURSO HUMANO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Guía	4,00	70.000,00	280.000,00
Logística	6,00	35.000,00	210.000,00
RECURSO FÍSICO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Botiquin	2,00	18.000,00	36.000,00
Lazo	3,00	7.000,00	21.000,00
Candela	3,00	1.500,00	4.500,00
Brujulas	10,00	25.000,00	250.000,00
Mapas	10,00	3.000,00	30.000,00
Refrigerio	30,00	8.000,00	240.000,00
Navaja	3,00	3.000,00	9.000,00
RECURSO TECNOLÓGICO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
GPS (Depreciación)	1,00	11.111,00	11.111,00
Cámara (Depreciación)	1,00	50.000,00	50.000,00
Walking Talking (Depreciación)	3,00	6.250,00	18.750,00
RECURSO FINANCIERO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Primer Puesto	1,00	500.000,00	500.000,00
Segundo Puesto	1,00	300.000,00	300.000,00
Pólizas	30,00	2.500,00	75.000,00
SUB TOTAL		0,00	2.035.361,00
UTILIDAD	25%		508.840,25
ADMINISTRACIÓN	30%		610.608,30
TOTAL			3.154.809,55

Una vez realizado los costos por cada uno de los productos, se considera realizar la variación en costos acorde a la duración de cada una de las rutas ofertadas reflejado en las tablas 6, 7, 8, 9 de la siguiente manera, además de, el incremento anual en el costo por persona

Tabla 7.

*Costos por persona Servicio de Senderismo*

PRECIO PRODUCTO POR PERSONA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>SENDERISMO</b>	100%				
Ruta Camino de Murringo:	\$ 60.093,50	\$ 66.829,98	\$ 74.321,62	\$ 82.653,08	\$ 91.918,49
Ruta Santa Mónica	\$ 22.535,06	\$ 25.061,24	\$ 27.870,61	\$ 30.994,90	\$ 34.469,43
Ruta Sabor a Gulupa	\$ 37.558,44	\$ 41.768,74	\$ 46.451,01	\$ 51.658,17	\$ 57.449,05
Ruta Alto de Sabana	\$ 60.093,50	\$ 66.829,98	\$ 74.321,62	\$ 82.653,08	\$ 91.918,49
Ruta La Morelia - Mesopotamia	\$ 52.581,81	\$ 58.476,23	\$ 65.031,42	\$ 72.321,44	\$ 80.428,68
PROMEDIO	\$ 46.572,46	\$ 51.793,24	\$ 57.599,26	\$ 64.056,13	\$ 71.236,83

Tabla 8.

*Costos por persona Servicio de Trekking*

PRECIO PRODUCTO POR PERSONA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>TREKKING</b>	100%				
Ruta Camino de Murringo:	\$ 72.717,38	\$ 80.869,00	\$ 89.934,42	\$ 100.016,06	\$ 111.227,86
Ruta Santa Mónica	\$ 29.086,95	\$ 32.347,60	\$ 35.973,77	\$ 40.006,43	\$ 44.491,15
Ruta Alto de Sabana	\$ 72.717,38	\$ 80.869,00	\$ 89.934,42	\$ 100.016,06	\$ 111.227,86
Ruta La Morelia - Mesopotamia	\$ 58.173,91	\$ 64.695,20	\$ 71.947,53	\$ 80.012,85	\$ 88.982,29
PROMEDIO	\$ 58.173,91	\$ 64.695,20	\$ 71.947,53	\$ 80.012,85	\$ 88.982,29

Tabla 9.

*Costos por persona Servicio de Carreras de Orientación*

PRECIO PRODUCTO POR PERSONA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>CARRERAS DE ORIENTACION</b>	100%				
Ruta Camino de Murringo:	\$ 105.160,32	\$ 116.948,79	\$ 130.058,75	\$ 144.638,34	\$ 160.852,29
Ruta Santa Mónica	\$ 39.435,12	\$ 43.855,80	\$ 48.772,03	\$ 54.239,38	\$ 60.319,61
Ruta Alto de Sabana	\$ 105.160,32	\$ 116.948,79	\$ 130.058,75	\$ 144.638,34	\$ 160.852,29
Ruta La Morelia - Mesopotamia	\$ 78.870,24	\$ 87.711,59	\$ 97.544,06	\$ 108.478,75	\$ 120.639,22
PROMEDIO	\$ 82.156,50	\$ 91.366,24	\$ 101.608,40	\$ 112.998,70	\$ 125.665,85

Tabla 10.

*Costos por persona Servicio de Ciclismo de Montaña*

PRECIO PRODUCTO POR PERSONA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>CICLISMO DE MONTAÑA</b>	100%				
Ruta Camino de Murringo:	\$ 180.765,28	\$ 201.029,07	\$ 223.564,42	\$ 248.626,00	\$ 276.496,97
Ruta Santa Mónica	\$ 36.153,06	\$ 40.205,81	\$ 44.712,88	\$ 49.725,20	\$ 55.299,39
Ruta Alto de Sabana	\$ 180.765,28	\$ 201.029,07	\$ 223.564,42	\$ 248.626,00	\$ 276.496,97
Ruta La Morelia - Mesopotamia	\$ 144.612,22	\$ 160.823,25	\$ 178.851,54	\$ 198.900,80	\$ 221.197,58
PROMEDIO	\$ 135.573,96	\$ 150.771,80	\$ 167.673,32	\$ 186.469,50	\$ 207.372,73

Tabla 11.

*Costos por persona Servicio de Recorridos en Duro*

PRECIO PRODUCTO POR PERSONA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>RECORRIDOS ENDURO</b>	100%				
Ruta La Morelia - Mesopotamia	\$ 283.887,85	\$ 315.711,68	\$ 351.102,95	\$ 390.461,60	\$ 434.232,34
Ruta Alto de Sabana	\$ 113.555,14	\$ 126.284,67	\$ 140.441,18	\$ 156.184,64	\$ 173.692,94
Ruta Santa Mónica	\$ 113.555,14	\$ 126.284,67	\$ 140.441,18	\$ 156.184,64	\$ 173.692,94
PROMEDIO	\$ 170.332,71	\$ 189.427,01	\$ 210.661,77	\$ 234.276,96	\$ 260.539,40

Además, anualmente hay un gasto necesario para suplir cada uno de los recursos necesarios para ofertar los productos del portafolio de servicios, entre ellos tenemos recursos tecnológicos, recurso humano, recurso financiero y presupuesto para promoción y marketing. Con los cuales se espera ofertar un servicio de calidad y acorde a la demanda del mercado.

Tabla 12.

*Costos de producción anual*

<b>COSTO DE PRODUCCION ANUAL</b>
62.802.500,00

Tabla 13.

*Recursos tecnológicos*

RECURSO TECNOLÓGICOS							
Nombre	Numero	Valor unidad	Sub total 2 y 3 años	Meses	Depreciación	Años	Costo por año
GPS	1	400.000,00	400.000,00	36	11.111,11	3	133.333,33
Cámara	1	1.800.000,00	1.800.000,00	36	50.000,00	3	600.000,00
Walking Talking	3	150.000,00	450.000,00	24	18.750,00	2	225.000,00
Bicicletas	3	730.000,00	2.190.000,00	24	91.250,00	2	1.095.000,00
Caja de herramientas	1	65.000,00	65.000,00	24	2.708,33	2	32.500,00
<b>TOTAL</b>			4.840.000,00		173.819,44		2.085.833,33

Tabla 14.

*Presupuesto promoción, marketing y comunicación*

PRESUPUESTO PROMOCIÓN, MARKETING Y COMUNICACIÓN							
Nombre	Numero	Valor unidad	Total	Meses	Depreciación	Años	Costo por año
Creación página web	1	1.800.000,00	1.800.000,00	12	150.000,00	5	360.000,00
Influencers	2	1.500.000,00	3.000.000,00	12	250.000,00	1	3.000.000,00
Celular	1	5.000.000,00	5.000.000,00	12	416.666,67	3	1.666.666,67
programas de edicion	2	120.000,00	240.000,00	12	20.000,00	1	240.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>8.420.000,00</b>	<b>10.040.000,00</b>		<b>836.666,67</b>		<b>5.266.666,67</b>

Tabla 15.

*Recurso humano*

RECURSO HUMANO ANUAL					
Nombre	Numero	Valor unidad	Subtotal	Meses	Total
Mano de obra	3	1.300.000,00	3.900.000,00	12	46.800.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>18.140.000,00</b>	<b>3.900.000,00</b>		<b>46.800.000,00</b>

Tabla 16.

*Recursos financieros*

RECURSO FINANCIERO ANUAL					
Nombre	Numero	Valor unidad	Subtotal	Meses	Total
Premiacion trekking	5	450.000,00	2.250.000,00	12	2.250.000,00
Premiacion carreras orientación	5	800.000,00	4.000.000,00	12	4.000.000,00
Premiacion recorridos enduro	3	800.000,00	2.400.000,00	12	2.400.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>2.050.000,00</b>	<b>8.650.000,00</b>		<b>8.650.000,00</b>

En cuanto a la proyección de ventas por unidades se tendrá en cuenta el promedio de costo por persona para cada uno de los servicios, dándonos un indicador de ingresos anuales por los primeros cinco años. Dentro de esta proyección se estima el número de unidades que se espera vender durante este periodo y nos permite gestionar los costos, tomar decisiones de inversión y evaluar la viabilidad de la empresa a largo plazo.

Tabla 17.

*Ingreso total anual*

INGRESO TOTAL ANUAL					
Nombre	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total	16.449.069,51	18.772.907,58	27.463.505,77	37.128.320,01	47.876.559,94

Tabla 18.

*Proyección de ventas anual*

PROYECCION DE VENTAS ANUAL					
Nombre	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Senderismo</b>	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Ingresos	46.572.462,50	51.793.235,55	57.599.257,25	64.056.133,99	71.236.826,61
<b>Trekking</b>	125	125	125	125	125
Ingresos	7.271.738,20	8.086.900,05	8.993.441,55	10.001.606,35	11.122.786,42
<b>Ciclismo de montaña</b>	125	75	75	75	75
Ingresos	16.946.744,81	11.307.884,94	12.575.498,85	13.985.212,27	15.552.954,56
<b>Carreras de orientacion</b>	150	150	150	150	150
Ingresos	11.830.535,81	13.156.738,88	14.631.609,31	16.271.812,71	18.095.882,91
<b>Recorridos enduro</b>	60	60	60	60	60
Ingresos	10.219.962,51	11.365.620,31	12.639.706,34	14.056.617,42	15.632.364,24

La proyección de ventas por unidades no solo es fundamental para la gestión de nuestra empresa, por ello también visionamos para la obtención de recursos financieros la postulación y ejecución de proyectos de corto plazo, esto para fortalecer nuestro capital de manera anual.

Tabla 19.

*Ingresos por proyectos de corto plazo*

INGRESOS PROYECTOS A CORTO PLAZO		
Proyectos	Número	Valor
Naturaleza y capacitación	1	5.000.000,00

Para finalmente acentuar nuestros ingresos anuales, tendremos que descontar ciertos factores importantes como los costos de producción descritos arriba y el IVA, que actualmente está redondeado sobre el 19% del costo total.

Tabla 20.

*Final ingresos anuales*

INGRESO ANUAL					
Nombre	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sub total	97.841.443,84	100.710.379,73	111.439.513,29	123.371.382,73	136.640.814,74
Descuento IVA	18.589.874,33	19.134.972,15	21.173.507,53	23.440.562,72	25.961.754,80
Descuento costos de producción	62.802.500,00	62.802.500,00	62.802.500,00	62.802.500,00	62.802.500,00
Balance positivo	16.449.069,51	18.772.907,58	27.463.505,77	37.128.320,01	47.876.559,94

*Nota:* En la tabla anterior se observa un balance positivo por año que va desde los \$16.000.000 en el primer año, hasta \$47.000.000 en el quinto año de existencia de la empresa.

**o Normatividad que aplica**

*Definición de empresa*

Nuestra operadora turística es una empresa formada por un grupo de tres personas que aportan el recurso humano para que sea sostenible y productiva dedicándose a desarrollar una actividad económica a través del portafolio de actividades y servicios ofrecidos al cliente potencial.

Es así como tomamos en cuenta lo que nos dice Jaramillo sobre la Sociedad por Acciones Simplificada - S.A.S. la cual nos identifica

Es una de las clases de sociedades en Colombia más comunes, suele usarse mucho en empresas familiares. Se trata de empresas integradas por mínimo una persona, sin límite máximo de accionistas, que se constituyen mediante un documento privado, registrado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio y su respectivo capital se divide en acciones (Jaramillo, 2024)

Según la clasificación CIIU del DANE entra en DIVISIÓN 79: Actividades de las agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reserva y actividades relacionadas, clase 7912, actividades de operadores turísticos.

#### *RUT (Registro Único tributario)*

Es importante la inscripción en dicho registro puesto que atenderemos a un gran número de personas por lo cual la justificación de ingresos; además se podrá llevar un control sobre la actividad económica de nuestra operadora turística y aporte del IVA por medio de la facturación electrónica que se aplica en Colombia.

#### *Trámites de seguridad social y laboral*

Nuestra operadora contará con tres personas capacitadas en las normas

- Conducir usuarios de acuerdo con tipo de recorrido turístico y normativa
- Asesorar viajeros de acuerdo con tipo de servicio turístico y normativa
- Curso de primeros auxilios
- Curso de administración deportiva

Se estipula el contrato laboral según el tipo de servicio prestado por el empleado, tales como

*El contrato por obra o labor*

Termina en el momento que la obra llegue a su fin, tiene los mismos beneficios que los contratos indefinidos y definidos.

*Contrato de trabajo a término fijo*

Tiene una fecha de inicio y de terminación, no puede superar 3 años y es fundamental que sea por escrito, adicional se puede prorrogar indefinidamente cuando su vigencia sea superior a un año.

*Contrato temporal, ocasional o accidental*

Se define como aquel no mayor a 30 días y cuyas labores sean distintas de las actividades normales del empleador, puede hacerse por escrito y verbalmente.

*Equipos de protección personal*

Aunque el contrato no se considera una estricta relación laboral, en nuestra empresa se proporcionarán Equipos de Protección Personal acorde a las actividades ofrecidas en el portafolio, debido a que cada una de las rutas implica riesgo; con esto se pretende promocionar y proteger la integridad de nuestro personal.

La selección de los equipos se da una vez analizado el riesgo de las actividades de la empresa y cumpliendo con la normativa legal

- Cascos de seguridad: Este equipo será usado en las rutas relacionadas con el ciclismo de montaña y recorridos de enduro, ya que estas implican descensos rápidos, terreno destapado y obstáculos naturales, como rocas y raíces. En caso de caídas, el casco servirá como protección para la cabeza, reduciendo el riesgo de lesiones traumáticas
- Guantes de protección: Estos se usan con el fin de proporcionar un buen agarre y control de la bicicleta, debido al tipo de terrenos presentados durante los recorridos, así en caso de caídas, los guantes protegerán las manos de cortes y raspaduras, reduciendo la fatiga en las manos durante recorridos largos.
- Rodilleras y coderas: Estas protegerán los codos y las rodillas en caso de caídas o impactos con objetos en el camino, además de proporcionar soporte adicional a las articulaciones, reduciendo el riesgo de lesiones graves
- Gafas de seguridad: En los terrenos polvorientos o en condiciones de viento, es fácil que pequeñas partículas entren en los ojos, estas se usarán para proteger especialmente en entornos donde hay riesgo de impacto, polvo, insectos y otros elementos que pueden afectar la vista.
- Botas de seguridad: El uso de botas de seguridad es indispensable para cada una de las rutas del portafolio, ya que son una barrera contra lesiones que pueden ser causadas por impactos, como piedras o raíces, además de los trayectos largos con terrenos cambiantes debido al clima; ahí radica la importancia de brindar protección y soporte al pie y al tobillo

*Jornada Laboral*

El objetivo del contrato es dar cumplimiento al 100% de las actividades programadas, es decir, que por mes es variable la cantidad de horas laboradas por lo que éstas serán distribuidas acorde a la venta de servicios de la empresa y a la disponibilidad de los prestadores de servicios. Teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

- El empleado no está sujeto a un horario fijo, por lo que su jornada es flexible y se debe ajustar al objetivo del contrato
- La duración de la jornada puede variar según la demanda de los servicios de la empresa. Por ejemplo, los días de mayor actividad (fines de semana o temporadas altas) pueden requerir jornadas más largas, mientras que en días de menor actividad la jornada es menor, además habrán días dominicales y festivos laborales
- Aunque no hay un límite legal estricto para las horas, el número estimado será de 150 horas por mes distribuidas según la demanda de los servicios
- Además se establece un tiempo de descanso durante las jornadas prolongadas, para garantizar el bienestar del personal
- No hay días de descanso fijos por lo que en acuerdo común se estipulan estos teniendo en cuenta días de jornadas amplias
- Se realizan reuniones mensuales, las cuales están consideradas dentro del tiempo estimado de trabajo.

**o Equipo de trabajo – cargos requeridos.**

Tabla 21.

*Cargos requeridos*

<b>Cargo</b>	<b>Funciones</b>	<b>Perfil</b>
<b>Gerente general</b>	De este ente depende la planeación de objetivos de la empresa y así como las metas a largo y mediano plazo, adicionalmente la toma de decisiones, el relacionamiento con otros entes de externos, la destinación de los recursos a las diferentes dependencias y el liderazgo, organización y ejecución de las diferentes actividades que se desarrollen en la empresa	<p><b>ACTITUDINAL:</b> Capacidad de liderazgo, resiliencia, motivador e inspirador y responsabilidad ética.</p> <p><b>PROCEDIMENTAL:</b> Toma de decisiones, análisis financiero, resolución de conflictos, planificación, creatividad.</p> <p><b>CONCEPTUAL:</b> Conocimientos en marketing y estrategias comerciales, análisis del mercado en el sector turismo, visionario y planificar a corto, mediano y largo plazo.</p>
<b>Atención al cliente</b>	Atender a las personas que quieran adquirir los servicios ofrecidos, así como planificar los itinerarios de cada una de las rutas teniendo en cuenta sus características, además está encargado de la supervisión diaria de las eventualidades y tareas del lugar de trabajo	<p><b>ACTITUDINAL:</b> Amabilidad con el cliente, tolerancia y paciencia, adaptabilidad con las necesidades del cliente y de la empresa</p> <p><b>PROCEDIMENTAL:</b> Dominio de protocolos de servicio y manejo de las plataformas digitales, seguimiento y cierre de casos para la satisfacción del cliente</p> <p><b>CONCEPTUAL:</b> Conocimiento del producto, normativas del</p>

		turismo y políticas de la empresa, competencias interculturales, destrezas en ventas y dominio de inglés.
<b>Guías turísticos</b>	Conducir los usuarios de acuerdo al tipo de recorrido turístico asegurando el disfrute proporcionado una experiencia a cada uno de los visitantes, relacionar las rutas y las actividades con contenidos históricos y educativos	<p><b>ACTITUDINAL:</b> Responsabilidad, compromiso, respeto por la naturaleza y arraigo cultural.</p> <p><b>PROCEDIMENTAL:</b> Planificación de rutas y actividades, manejo de grupos, competencias en primeros auxilios y buena capacidad física.</p> <p><b>CONCEPTUAL:</b> Conocimiento de la cultura y las tradiciones, reconocimiento del territorio, habilidades lingüísticas y principios de turismo sostenible.</p>
<b>Profesional de marketing y publicidad</b>	Diseñar campañas de marketing y difusión que contribuyan con el reconocimiento y la comercialización del destino y producto turístico, planificar promociones y ofertas, diversificar los canales de venta y mejorar la eficiencia del producto en el sector con estrategias que lo vuelvan más competitivo en el mercado y atractivo para el cliente.	<p><b>ACTITUDINAL:</b> Creatividad e innovación, orientación a los objetivos que se desean lograr, responsabilidad y constancia.</p> <p><b>PROCEDIMENTAL:</b> Desarrollo de estrategias de marketing, segmentación y análisis del mercado, manejo de redes sociales, gestión de alianzas estratégicas.</p> <p><b>CONCEPTUAL:</b> Conocimiento de marketing digital y publicidad del destino,</p>

		psicología del consumidor, desarrollo de marca empresarial.
<b>Contador</b>	Realizar balances de los ingresos y egresos de la empresa de manera diaria así como evaluar su rentabilidad y nivel de producción de cada una de las actividades realizadas, evaluar costos de nuevas actividades y experiencias, dirigir recursos a las demás dependencias	<p><b>ACTITUDINAL:</b> Responsabilidad ética, proactivo, adaptabilidad a las necesidades, calma ante problemas financieros, puesto para orientar y tomar decisiones al cliente interno.</p> <p><b>PROCEDIMENTAL:</b> Control de presupuestos y flujos de caja, cumplimiento fiscal y normativo, manejo de sistemas contables, gestión contable.</p> <p><b>CONCEPTUAL:</b> Conocer los tipos de contabilidad y los que mejor se adapten a la empresa, gestión financiera en turismo, normativa fiscal y tributaria.</p>

**o Perfil del emprendedor**

En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro; Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios; Say (1800), citado por Drucker (1989) lo clasifica como un “buen administrador”. En cambio, para el académico, emprender es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que

hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos. (Rodríguez, 2006)

Dentro de las características del emprendedor que se busca consideramos que debe ser poseedor de las siguientes cualidades:

*Pasión por la naturaleza y el cuidado de la misma*

Comprometiéndose con la conservación de su entorno que a la vez es su lugar de trabajo, además fomentando el cuidado en los visitantes y la comunidad en general para el beneficio común.

*Conocimiento cultural y apropiación del contexto*

De esta manera, conectar a los visitantes con el contenido histórico y cultural de los servicios ofrecidos enmarcados en el municipio de Sonsón, dándole un valor agregado a cada uno de los lugares visitados.

*Habilidades de liderazgo y capacidad de innovación*

Siendo capaz de motivar y dirigir su equipo de trabajo, con capacidad de comunicación manteniendo la seguridad y el bienestar de los participantes, promover experiencias únicas y nuevas para los usuarios, integrando nuevas estrategias como la tecnología, aspectos deportivos y culturales convirtiendo el servicio en un producto llamativo.

**Futuro de mi negocio**

**o Estrategias y presupuesto para lograr la meta de producción y ventas**

## *Estrategia de promoción y comunicación*

### Difusión del servicio por redes sociales

En la actualidad las redes sociales son el canal de venta y difusión más amplio que se puede encontrar, pues estas plataformas abarcan un gran rango de grupos etarios potencialmente interesados en el turismo y el producto o servicio ofrecido, para esto es necesario estructurar un plan de acción que detalle semana a semana las acciones estratégicas que se llevará a cabo para difundir y vender a través de redes el producto servicio.

### Marketing de ventas y publicity

El fomento de estrategias de marketing proporciona una visión más cercana de las necesidades y gustos del público objetivo, a fin de continuar con el fomento de planes de acción para satisfacer dichas necesidades o cumplir con los requerimientos del cliente; adicionalmente, la creación de un producto servicio atractivo y que responda a los requerimientos del consumidor final proporciona la difusión del producto a través de publicity o reseñas del producto de manera gratuita por los canales y redes sociales que tiene disponible el cliente.

### Articulación con creadores de contenido y otros medios de comunicación

Los creadores de contenido, por su amplio alcance en las redes, proporcionan un canal de ventas y reconocimiento que llega a muchas personas que son potenciales clientes, lo que contribuye con el reconocimiento de la marca, adicionalmente la

difusión y promoción por los canales convencionales como radio, tv y volantes, llegan a otros grupos poblacionales que pueden interesarse por el servicio.

### *Estrategia de servicio*

Para nuestro emprendimiento turístico es necesario establecer una página web informativa, que proporcione los datos básicos de la empresa como números de contacto, hipervínculos a whatsapp business operado de manera inicial con bots para que guíen al cliente hasta la satisfacción de necesidad o lo contacten con un asesor para que de esta manera se pueda ofrecer una atención más personalizada; es de resaltar que, la página web también se instaure como un canal de ventas, mostrando allí los paquetes ofrecidos con fotografías, generalidades, experiencias ofrecidas, alimentación incluida y precio; además de las políticas de la empresa y otros según el servicio ofertado.

En cuanto a la prestación del servicio, antes de que el cliente lo tome se le presentará el consentimiento informado, el cual debe leer y firmar antes de iniciar la actividad. Una vez el consumidor final se encuentre en el municipio, dependiendo su hora de llegada y el plan que haya adquirido, se le podrá ofrecer algún servicio adicional, tales como, turismo gastronómico, cultural o religioso; posteriormente será dejado en el hotel de su elección o si es el caso con alguno que esté dentro de un futuro convenio, allí se le entrega al cliente el itinerario para el día siguiente y un mensaje de bienvenida.

Al día siguiente se proporciona al cliente el desayuno en el hotel, si no es posible que este proporcione el servicio, llevaremos la alimentación hasta este sitio;

posteriormente se dirigirá al punto de encuentro establecido en el itinerario donde se realizará una socialización general de las características de la ruta y que podemos encontrar en ellas. En caso de ser necesario se tomará el transporte hacia el inicio de la ruta establecida o se iniciará desde la cabecera municipal.

Además, antes de la ruta se realizará una disposición del cuerpo para la actividad y durante la ruta se podrán tomar breves descansos en puntos clave y en las demás modalidades como trekking, ciclomontañismo y carreras de observación, se ubicarán puntos de hidratación o paradas técnicas.

En cada una de las rutas se tomarán fotografías y se ofrecerá refrigerio.

Una vez se regrese al municipio y teniendo en cuenta el plan de elección del cliente se le ofrecerá almuerzo; de regreso en el hotel encontrará un souvenir que represente el municipio y un mensaje de agradecimiento.

El día siguiente de haber prestado el servicio se enviará un mensaje con la mejor fotografía del cliente, felicitándolo por su desempeño y participación, continuo, se invita a que realice un breve encuesta de satisfacción y se le presenta otras alternativas para que obtenga más fotos, bien sea el seguimiento de algunos pasos sencillos como

1. Seguir a la empresa en sus redes sociales, publicar su foto en instagram y etiquetar,
2. Pagar \$3.000 por cada una de las fotos que desee,
3. Además se ofrecerá descuentos por recomendación y otras ofertas para clientes preferenciales por las reseñas en google y otras plataformas de venta.

Tabla 22.

*Portafolio de servicios*

PORTAFOLIO DE SERVICIOS		
SERVICIO	DESCRIPCIÓN	PRECIO
Plan Origen	Tiketes desde Medellin, hospedaje, alimentación completa, póliza, servicio turístico y adiciones	\$ 240.000
Plan pro	Hospedaje, Desayuno, póliza y servicio turístico	140.000
Plan sencillo	Refrigerio, póliza y servicio turístico	\$ 80.000
Plan nativo	Póliza y servicio turístico	\$ 60.000

**o Periodo de arranque del proyecto**

A continuación en la tabla 21 se presenta el cronograma de actividades que se llevará a cabo en el primer semestre del 2025, en el cual se abarcan todos los trámites legales de la constitución de la empresa, así como la adquisición de recursos e indumentaria, además de un periodo de prueba, que corresponde a una fecha con un pico de alto flujo de visitantes en el municipio.

Tabla 23.

*Periodo de arranque del proyecto*

ACTIVIDADES				
MES	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
ENERO	Tramitar permisos legales para la formación de la empresa turística			
FEBRERO	Adquisición de recursos a través de presentación de proyectos y trámites con bancos		Diseño de marca empresarial	
MARZO	Adquisición de equipamiento necesario para el portafolio de servicios		Pre-ruta a los caminos que se van a intervenir en el periodo de prueba en las diferentes modalidades	
ABRIL	Organización logística de las rutas	Difusión y convocatoria para el inicio de las actividades	Inicio del periodo de prueba y plan piloto del portafolio de servicios	
MAYO	Evaluación de los servicios ofrecidos durante el plan piloto	Implementar acciones de mejoras en el servicio, teniendo en cuenta las sugerencias y aportes de los usuarios	Segundo plan piloto del portafolio de servicios	

### o Periodo improductivo

En el contexto turístico y en general en los sectores comerciales, se tienen picos de producción altos y otras etapas de declive que representan a su vez una baja en la entrada de recursos a la organización, es por esto que el plan de manejo dentro de las organizaciones debe contemplar estrategias para que en los momentos de improductividad no se vean afectados de manera significativa los ingresos y la liquidez del negocio. Para el periodo improductivo que se pronostica durante el mes de enero se planean las siguientes actividades:

- Reconocimiento de nuevas rutas y diversificación de ellas.

- Capacitación y vinculación con guías que se apoderen del territorio, para operar las rutas.
- Plantear proyectos a corto plazo que contribuyan con la proyección y crecimiento de la empresa
- Ofrecer y aplicar promociones grupales con el fin de motivar a más personas a ser partícipes del servicio
- Actividades con bajos costos para que la comunidad local haga uso del servicio

Con la realización de cada una de estas actividades se pretende mantener equilibrado el flujo económico de la empresa, sin que el periodo improductivo afecte los ingresos y el balance normal de la empresa.

### **¿Qué riesgos enfrentamos?**

**o Factores externos e internos que pueden afectar la operación del negocio.**

El sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo es un proceso basado en la mejora continua laboral y que incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría con el propósito de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y salud en el trabajo. (MIN SALUD, 2014).

En el contexto turístico es fundamental reconocer los posibles riesgos que puedan afectar tanto a los turistas como su experiencia, así mismo la gestión, evaluación y prever una solución a determinadas situaciones, contribuirá a soluciones

más eficientes y eficaces. Los posibles riesgos que se pueden enfrentar se catalogan de la siguiente manera.

### *Riesgos naturales*

Se relacionan con los factores ambientales y geográficos que afectan el desarrollo cotidiano de las actividades turísticas, dentro de estos encontramos:

- Fenómenos climáticos: En el municipio de Sonsón se presentan lluvias intensas y climas fríos que pueden afectar el normal desarrollo de la ruta o la actividad turística.
- Cambio climático: Los patrones climáticos pueden cambiar de forma inusual, afectando la demanda turística y la viabilidad de las actividades.
- Condiciones del terreno: Debido a las zonas montañosas se pueden presentar deslizamientos de tierra, avalanchas o inundaciones.

### *Riesgos físicos*

Se refiere a los riesgos que interfieren en la seguridad e integridad de los empleados o clientes, y que pueden causar daños físicos o lesiones debido a agentes o condiciones físicas presentes en el lugar de trabajo, dentro de los riesgos físicos podemos encontrar:

- Fatiga y sobreesfuerzo: Especialmente en guías o personas que realizan actividades físicas que puedan generar fatiga y lesión, además en personas que no estén bien capacitadas para realizar rutas o trayectos largos y con diferentes grados de dificultad.

- Falla en equipo y transporte: El mal funcionamiento de los vehículos, equipo de campamento, equipo de aventura y demás utensilios que pueden resultar en accidentes.
- Condiciones del entorno: Senderos peligrosos, animales salvajes y vegetación espinosa o venenosa en rutas de naturaleza.

### *Riesgos químicos*

Riesgo químico es aquel que se deriva del uso o la presencia de sustancias químicas peligrosas. Una sustancia es peligrosa cuando presenta una o varias de las siguientes características: Es peligrosa para la salud, puede provocar incendios o explosiones y es peligrosa para el medio ambiente. Dentro de los riesgos que se pueden identificar encontramos:

- Uso de productos de limpieza: Estos productos contienen gran cantidad de químicos que pueden ser perjudiciales para la salud tanto por su inhalación o por su ingesta, este riesgo es tanto para los clientes como para los empleados.
- Agroquímicos y pesticidas: Algunas de las rutas identificadas están rodeadas de cultivos, los cuáles con regularidad son fumigados con productos de alto riesgo de intoxicación, asimismo algunos frutos y plantas encontrados al borde el camino pueden estar contaminados y convertirse en riesgo químico.
- Equipos de cocina o fogatas: En caso de utilizar fogones o cocinas de gas hay un riesgo de exposición a monóxido de carbono, las fogatas deben ser manipuladas con precaución y con el monitoreo adecuado.

### *Riesgos financieros:*

Este punto depende en gran medida de la demanda turística, la cual puede ser afectada por factores externos y temporales.

- Balance ingresos y egresos: La demanda del turismo suele ser estacional, en temporadas bajas los ingresos pueden disminuir, afectando la liquidez del negocio, en temporadas altas como fiestas religiosas la demanda aumenta considerablemente.
- Competencia y precios: La competencia local y regional puede afectar el normal funcionamiento de la empresa, de esta manera verse incluso obligada a reducir precios afectando el margen de ganancia.
- Multas o sanciones por normas: La empresa se puede ver afectada si no se planifica de manera correcta y con las medidas de precaución correspondientes a cada actividad, la empresa debe cumplir con diversas normativas y el incumplimiento de estas puede resultar en multas o sanciones.

#### *Riesgos jurídicos:*

El riesgo jurídico se refiere a la posibilidad de que se encuentre en medio de litigios, disputas contractuales, multas regulatorias, problemas de cumplimiento normativo y otras cuestiones legales que pueden afectar negativamente la reputación y rentabilidad.

- Cumplimiento de normativas ambientales: Dentro de los senderos o rutas encontramos áreas protegidas o restringidas, que requieren de un permiso o

cumplimiento de normativas, en caso de quebrantar las normas se puede ver afectada la imagen de la empresa o acarrear consecuencias jurídicas.

- Permisos y licencias: La empresa debe contar con los permisos y licencias correspondientes a la regulación municipal y nacional, de lo contrario puede traer sanciones o cierres temporales.
- Propiedad intelectual y derechos de imagen: La empresa debe proteger su propia marca e identidad visual, además utilizar imágenes de usuarios o marca sin su consentimiento puede acarrear problemas legales.

### **o ¿Cómo puede mitigar los riesgos identificados?**

#### *Riesgos naturales:*

Si bien estos fenómenos son inevitables, algunas acciones pueden llevarse a cabo para mitigarlos y estar preparado para cuando ocurran, algunas de las acciones a tomar en cuenta son el diagnóstico y la evaluación de los eventos naturales que tiene más probabilidad de ocurrir en cada contexto y a partir de estos realizar planes de contingencia y protocolos de emergencia que indiquen a los turistas y al personal qué hacer en caso de una emergencia natural, adicionalmente se debe dar información clara la visitante acerca de lo que puede ocurrir durante su recorrido y contar con un equipo cualificado y capacitado para actuar ante cualquier riesgo natural que se presente.

#### *Riesgos físicos:*

Mitigar los riesgos físicos es fundamental para garantizar al cliente su seguridad y la calidad del servicio, es por esto que hay factores claves que debe tenerse en cuenta para llevarse a cabo de manera continua manteniendo el entorno turístico seguro, en primer lugar se deben evaluar los potenciales riesgos de cada una de las rutas y realizar pre recorridos antes de la intervención con visitantes, implementar mantenimientos de los senderos de manera recurrente, clarificar al cliente el tipo de recorrido que realizará y su generalidades, detallando implementos mínimos que deberá portar como zapatos de buen agarre o implementos básicos de seguridad, antes de realizar el recorrido se debe hacer un chequeo general de la salud del cliente a través de una encuesta informativa, si es un caso particular con afecciones graves recomendar la revisión de un profesional de la salud antes de adquirir el servicio o recomendarle otra opción que esté acorde a su capacidad física, la señalización turística visible y adecuada, las buenas indicaciones por parte de los guías y su capacitación en primeros auxilios también son acciones que contribuirán a mitigar y prevenir los riesgos físicos.

#### *Riesgos químicos:*

Los riesgos químicos pueden provenir de productos que pueden ser encontrados tanto en el interior de las instalaciones de la empresa como en los servicios turísticos ofrecidos, especialmente cuando las rutas están alrededor de cultivos en los que continuamente se utilizan fungicidas, es necesario informar a los clientes acerca del uso de pesticidas en lugares aledaños por donde van a transitar, así mismo asegurarse que estos se abstengan de tocar, ingerir o inhalar algún producto que se encuentren durante el recorrido, dentro de la instalaciones es necesario mantener el uso seguro de

los químicos como jabones y aceites, manteniéndolos en áreas restringidas y garantizando su correcto manejo.

*Riesgos financieros:*

Es necesario la buena gestión del recursos, diversificando los ingresos a través de un amplio portafolio de servicios, así mismo evitar sanciones y multas por desacatar las normas

*Riesgos jurídicos:*

Es de destacar que para mitigar estos riesgos es importante actuar sobre las normas establecidas para las empresas turísticas, así mismo velar por el cuidado del medio ambiente y el patrimonio, se deben tener claras todas las políticas internas y comunicarlas a los clientes y empleados, de esta manera se podrán evitar en gran medida los riesgos jurídicos por incumplimientos o daños a terceros.

## BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de Sonsón. (s.f.). *Mi municipio: Presentación*. Obtenido de Alcaldía Municipal de Sonsón Antioquia :

<https://sonson-antioquia.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Presentacion.aspx>

Kraus, K. (2003). *Karst and cave science*. Journal of Cave and Karst Studies, 65 (1), 1-14.

Antioquia es Magica . (2022). *Municipio mágico*. Obtenido de Antioquia es Magica :

<https://turismoantioquia.travel/sonson/>

OMT Organización Mundial para el Turismo. (Mayo de 2024). *Ultimos datos sobre turismo ONU Turismo*. Obtenido de ONU Turismo:

<https://www.unwto.org/es/barometro-del-turismo-mundial-de-onu-turismo>

Quiceno Ramirez, J. C. (30 de Julio de 2023). Turismo en Antioquia crece 37% frente a las cifras prepandemia. *El Colombiano*.

Perez, J., & Gardey, A. (20 de Mayo de 2024). *Trekking - Qué es, tipos, definición y concepto*.

Obtenido de Definición.DE: <https://definicion.de/trekking/>

FBO Federació Balear d' Orientació. (s.f.). *La orientación: Introducción a las carreras de orientación*. Obtenido de FBO Federació Balear d' Orientació:

<https://www.fbdo.es/introduccion-a-las-carreras-de-orientacion/>

Equipo Tracktherace. (15 de Enero de 2021). *Ciclismo de montaña: Definiciones*. Obtenido de

Tracktherace: <https://tracktherace.com/blog/academy/ciclismo-de-montana-definiciones/>

DANE. (2022). *Sistema Estadístico Nacional: Normas y estándares: Nomenclaturas y clasificaciones*. Obtenido de DANE:

[https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU\\_Rev\\_4\\_AC2022.pdf](https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU_Rev_4_AC2022.pdf)

Corchero, M. (2024). *La empresa turística: concepto, clases y ordenación jurídico-administrativa*. Dehesa.

[https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/2388/1/0212-7237\\_20\\_73.pdf](https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/2388/1/0212-7237_20_73.pdf)

Jaramillo, L. (21 de Mayo de 2024). *Inicio: Creación de empresa*. Obtenido de ALEGRA Escuela de Emprendedores :

<https://escuela-emprendedores.alegra.com/colombia/cuales-los-tipos-empresas-sociedades-colombia/>

EUROINNOVA. (2024). *INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION* . Obtenido de

INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION :

<https://www.euroinnova.com/blog/que-son-las-condiciones-comerciales-de-una-empresa>

Rodríguez, R. A. (2006). *El Emprendedor de Éxito* . Monterrey: MC Graw Hill.

Comercio, S. d. (2024). *Comercio, Industria y Turismo* . Obtenido de Comercio, Industria y

Turismo : <https://www.sic.gov.co/manejo-de-informacion-personal>

Social, M. d. (2014). *ASEGURAMIENTO EN RIESGOS LABORALES* . 8.

Comercio, S. d. (s. f). *Superintendencia de Industria y Comercio* . Obtenido de Comercio, Industria y Turismo:

<https://www.sic.gov.co/content/%C2%BFlos-datos-personales-de-los-ni%C3%B1os-ni%C3%B1as-y-adolescentes-tienen-alguna-protecci%C3%B3n-especial>