

**ANÁLISIS PARA LAS CONDICIONES DEL DISEÑO DE UN PRODUCTO DE
TURISMO RURAL Y PROPUESTAS PARA SU COMERCIALIZACIÓN**

**JESSICA SOFIA MIRANDA ESCANDON
JORGE IVAN ZAPATA LAMIR**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
CARTAGENA DE INDIAS.**

2010

**ANÁLISIS PARA LAS CONDICIONES DEL DISEÑO DE UN PRODUCTO DE
TURISMO RURAL Y PROPUESTAS PARA SU COMERCIALIZACIÓN**

**JESSICA SOFIA MIRANDA ESCANDON
JORGE IVAN ZAPATA LAMIR**

**Asesor:
PROFESOR RAUL ACOSTA MESA**

**Monografía presentada para optar por el título de
PROFESIONALES EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
CARTAGENA DE INDIAS.**

2010

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Cartagena de Indias D.T y C. Octubre de 2010

TABLA DE CONTENIDO

	INTRODUCCION	
0	PROPUESTA ANÁLISIS PARA LAS CONDICIONES DEL DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO RURAL Y PROPUESTAS PARA SU COMERCIALIZACIÓN..	11
0.1.	IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	11
0.2.	OBJETIVOS	13
0.2.1.	Objetivo General	13
0.2.2.	Objetivos Específicos	13
03.	JUSTIFICACIÓN	14
0.4.	ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN	15
0.5.	METODOLOGÍA	17
1	DESCRIPCION DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS Y DE DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL EN EL DEPARTAMENTO DE BOLÍVAR.	18
1.1	TURISMO RURAL	18
1.2	ZODES DEL DEPARTAMENTO DE BOLIVAR	20
1.2.1	Zodes del Dique Bolivarense.	21
1.2.2	Zodes de la depresión Mompoxina Bolivarense	22
1.2.3	Zodes de los Montes de María	22
1.2.4	Zodes de la Mojana Bolivarense	25
1.2.5	Zodes de la Loba Bolivarense	25
1.2.6	Zodes Magdalena Medio Bolivarense	25
1.3	ACTIVIDAD AGROPECUARIA: GANADERÍA Y AGRICULTURA DE LAS ZODES DEL DEPARTAMENTO DE BOLÍVAR.	26
2	CARACTERÍSTICAS DE DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO RURAL PARA TURISMO DE FAMILIA	31
2.1	CARACTERISRICAS PARA DEFINIR UN PRODUCTO DE	31

	TURISMO RURAL	
2.1.1	Segmentación de mercado	31
2.1.2	Localización del producto	31
2.1.3	Dimensión o tamaño del producto	32
2.1.4	Servicios por ofrecer	33
2.1.5	Personal necesario dentro del producto	33
2.2	ASPECTOS Y TERRITORIOS QUE SE CONSIDERAN PARA EXPLOTAR EL TURISMO RURAL EN EL DPTO Y ELEMENTOS EXISTENTES PARA SU DESARROLLO	35
2.2.1	Turismo de Familia	35
2.2.2	Zodes Considerados Para Implementación De Turismo Rural.	37
2.3	ACTIVIDADES Ó COMPONENTES DEL PRODUCTO O SERVICIO TURISTICO	40
3	EFFECTOS SOCIALES Y CULTURALES SOBRE LA ACTIVIDAD TURISTICA.	45
3.1	EFFECTOS INFORMATIVOS	46
3.2	EFFECTOS DE APOYO A LA INTEGRIDAD DEL LUGAR	47
3.3	EFFECTOS DE BENEFICIO A LOS LOCALES	47
3.4	EFFECTOS DE CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS	48
3.5	EFFECTOS DE RESPETO A LA CULTURA Y TRADICIONES	48
4	DETERMINAR CONDICIONES DE DEMANDA Y OFERTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL TURISMO DE FAMILIA	49
4.1	OCUPACIÓN HOTELERA	51
4.2	TURISMO EN AMBIENTES NATURALES	56
4.3	DEMANDA POTENCIAL	57
5	CONDICIONES DE ORGANIZACIÓN Y ARTICULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL CON LAS	58

	OTRAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA REGIÓN.	
5.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	58
5.1.1	Estructura organizacional	59
5.2	MANUAL DE FUNCIONES	59
5.3	PERFIL DEL TRABAJADOR	61
5.4	TECNOLOGÍA ADMINISTRATIVA	61
5.5	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	61
5.6	LOCALIZACIÓN DEL PRODUCTO	62
5.7	DIMENSIÓN O TAMAÑO DEL PRODUCTO	63
5.8	SERVICIOS POR OFRECER	63
5.8.1	Paquetes Turísticos	64
5.9	APOYO EN LOS ACTUALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS.	68
6	ANÁLISIS FINANCIERO	72
6.1	INVERSIÓN INICIAL	74
6.2	INGRESOS OPERACIONALES	76
6.3	COSTO DE VENTAS	77
6.4	FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO SIN FINANCIACIÓN	78
6.5	FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO CON FINANCIACIÓN	79
7	CONCLUSIONES	81
8	BIBLIOGRAFÍA	82

LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1	ZONAS DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL 'ZODES' DEL DEPARTAMENTO DE BOLIVAR.	20
Grafica 2	FICHA TECNICA GANADERA DEPARTAMENTO DE BOLIVAR 2009	28
Grafica 3	CANTIDAD TOTAL DE PREDIOS 2009.	28
Grafica 4	EXPLOTACION DE CULTIVOS POR ZODES	30
Grafica 5	ORGANIGRAMA DE UNA EMPRESA DE TURISMO RURAL	34
Grafica 6	PROCENTAJE DE OCUPACION HOTELERA POR CIUDAD	51
Grafica 7	HABITACIONES Y TASA DE OCUPACIÓN HOTELERA, CARTAGENA 1998 – 2008	53
Grafica 8	CRUCEROS LLEGADOS A CARTAGENA, 1998 – 2008	54
Grafica 9	VISITANTES A PARQUES NACIONALES NATURALES	56

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	ARRIBO DE CRUCEROS Y PASAJEROS A COLOMBIA 2008-2009	55
Tabla 2	LLEGADA DE VIAJEROS EXTRANJEROS SIN INCLUIR INGRESOS POR PUNTOS FRONTERIZOS Y CRUCEROS, PARTICIPACION SEGÚN CANTIDA DE DESTINO 2008-2009.	55
Tabla 3	PRECIOS POR PERSONA PAQUETE 1. (DATOS ESTIMADOS PARA 20 PERSONAS)	65
Tabla 4	PRECIOS POR PERSONA PAQUETE 2: (DATOS ESTIMADOS PARA 20 PERSONAS)	67
Tabla 5	PRECIOS POR PERSONA PAQUETE 3: (DATOS ESTIMADOS PARA 20 PERSONAS)	68
Tabla 6	MUEBLES Y ENCERES PARA ADECUACIÓN DEL LOCAL.	75
Tabla 7	COSTO DE BUSETAS.	75
Tabla 8	TOTAL INVERSIÓN INICIAL	75
Tabla 9	FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO SIN FINANCIACIÓN	79
Tabla 10	FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	80

INTRODUCCIÓN

Colombia como destino turístico ha venido rediseñándose hasta el punto en que está trabajando no solo con el potencial que tienen sus ciudades sino mas bien implementando actividades que atraigan la atención de los turistas, el turismo rural es una de estas actividades que ha venido practicándose en todo el mundo en especial en Europa y Estados Unidos hace mas de 2 décadas. Esta actividad tiene un gran potencial de crecimiento que ofrece de una manera óptima importantes servicios para el turista; Colombia ya ha venido implementando esta práctica en la cual le ha ido muy bien debido a la maravillosa vida rural que se puede apreciar en el interior del país.

La OMT estima que el mercado del turismo rural ofrece un gran potencial puesto que cerca de un 3%, es decir (19 millones) de todos los turistas internacionales orientan sus viajes a esta clase de turismo sin tener en cuenta el turismo interno. Teniendo en cuenta estos parámetros y siendo esta actividad una práctica desarrollada desde hace varios años en distintos destinos, es posible tener información de diversas experiencias en cuanto a la implementación del turismo rural como una actividad comercial tanto en Colombia como por fuera de ella que nos servirían de referencia para la realización de nuestro proyecto.

En el presente trabajo se buscara analizar las diversas condiciones que se tienen para la implementación de un producto de turismo rural y se mostraran diversas ideas de comercialización de este mismo en el departamento de Bolívar, el cual se encuentra en capacidad de ofrecer este tipo de actividad para el turismo, pero sin embargo no es muy conocida su práctica por esta razón nuestra investigación se basara en analizar la viabilidad de implementación de un proyecto de este tipo en el departamento del Bolívar en donde los turistas que visiten Cartagena se les

pueda ofrecer esta actividad dentro de su paquete turístico y enfocarlo más que todo al mercado de turismo de familia en donde se busca una interacción con el campo, la vida rural y el descanso.

0. PROPUESTA ANÁLISIS PARA LAS CONDICIONES DEL DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO RURAL Y PROPUESTAS PARA SU COMERCIALIZACIÓN.

0.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Colombia debido a la violencia y terrorismo ha sufrido por periodos de su historia una disminución notable en el número de turistas.

Hoy día a pesar de vivir otra realidad muchos países del mundo nos tachan de su panorama turístico incluyéndonos dentro de sus advertencias de Travel Warning. A pesar de la mala percepción que genera nuestro país, el gobierno nacional en cabeza del presidente Álvaro Uribe, puso dentro de sus tareas cambiar la imagen del país, y buscar que el mundo nos mire con otros ojos y así poder incrementar la inversión extranjera y el turismo hacia Colombia.

Proexport luego de una orden presidencial asumió el reto de cambiar la percepción de país, y para esto debía hacer de Colombia un producto, y como producto debía tener una marca, la cual debía traer un mensaje diferenciador para poder competir con otros países, y así nació nuestra marca “Colombia es pasión”.

Luego de varios años de vender al mundo “Colombia es pasión”, Proexport asume un nuevo reto de vender los destinos turísticos de Colombia y sus diferentes productos como son: Ecoturismo, sol y playa, historia y cultura entre otros, y nace la campaña de la vicepresidencia de turismo de Proexport, “Colombia el riesgo es que te quieras quedar”.

A pesar de todos los esfuerzos que hace el gobierno nacional, el modo de turismo cambia, y las personas que viajan están buscando actividades más que un destino turístico, y por esta razón el sector turístico debe diseñar y poner en marcha nuevos productos como por ejemplo el “Turismo Rural”.

El turismo rural ha venido creciendo el doble que el turismo tradicional en los últimos años, Europa tiene la historia más larga de turismo rural, pero ha sido en las dos últimas décadas cuando se ha registrado un crecimiento explosivo de casas y granjas rurales, convertidas en posadas y pequeños hoteles que al igual que en Estados Unidos ofrecen productos de calidad aunque no de lujo; En Colombia el turismo rural ha sido explotado principalmente en el triángulo del café, Boyacá, Santander y los Llanos Orientales son regiones donde la vida campesina aún conserva su ancestral autenticidad pero que, gracias al espíritu emprendedor y visionario de sus habitantes, ofrecen servicios de alojamiento de buena calidad, teniendo en cuenta el principio del desarrollo sostenible para la región. En dichas regiones la cultura no está encerrada en museos y monumentos, sino que es un patrimonio que se vive desde la cotidianidad y el pensamiento, música típica, gastronomía auténtica, las labores del trabajo de cada día las cuales brindan un atractivo único e ideal para los turistas.

Cartagena es el centro turístico más importante de la costa Colombiana es una ciudad donde la historia se muestra palpable a través de cercos de murallas, arquitectura colonial española, e impresionantes monumentos militares y religiosos que conjugan armoniosamente con extensas playas, exóticas islas cercanas y la delicia de disfrutar de un encuentro en bares, cafés, restaurantes o discotecas.

Cartagena es de las principales ciudades de Colombia en cuanto a la recepción de turistas, a los cuales se les debe proporcionar toda clase de productos dentro del cual ellos puedan sentir la diversidad que tiene por ofrecer. La ciudad está rodeada por maravillosos puntos naturales los cuales serán una base ideal para la

creación de un atractivo de turismo rural en donde se enfoque hacia el mercado de turismo familiar el cual tenga la oportunidad de conocer estos aspectos típicos Colombianos como lo es la vida del campo y las actividades rurales sin tener que desplazarse hacia el interior del país. En la región Caribe también podemos ofrecer este producto el cual va a ser objeto de estudio del trabajo en el cual analizaremos la viabilidad de la implementación del turismo rural de la región.

0.2 OBJETIVOS

0.2.1 Objetivo General

Analizar las condiciones económicas y desarrollo de actividades de turismo rural en el departamento de Bolívar y el diseño de un producto de esta clase de turismo para determinar la factibilidad de creación de un proyecto de turismo rural enfocado al turismo de familia.

0.2.2. Objetivos Específicos

- Describir las condiciones económicas y de desarrollo de actividades de turismo rural en el departamento de Bolívar.
- Establecer las características de diseño de un producto de turismo rural para turismo de familia
- Determinar condiciones de demanda y oferta de productos turísticos para el turismo de familia
- Establecer condiciones de organización y articulación de las actividades de turismo rural con las otras actividades turísticas de la región.
- Realizar un análisis de escenarios que permitan analizar la viabilidad económica y el alcance de este proyecto

0.3 JUSTIFICACIÓN

Colombia como destino turístico ha venido rediseñándose hasta el punto en que está trabajando no solo con el potencial que tienen sus ciudades sino mas bien implementando actividades que atraigan la atención de los turistas, el turismo rural es una de estas actividades que ha venido practicándose en todo el mundo en especial en Europa y estados unidos hace mas de 2 décadas en las cuales se ha visto el potencial de crecimiento que tiene esta actividad al ofrecerla de una manera optima para el turista, Colombia ya ha venido implementando esta práctica en la cual le ha ido muy bien debido a la maravillosa vida rural que se puede apreciar en el interior del país.

La OMT estima que el mercado del turismo rural ofrece un gran potencial puesto que cerca de un 3%, es decir (19 millones) de todos los turistas internacionales orientan sus viajes a esta clase de turismo sin tener en cuenta el turismo interno, teniendo en cuenta estos parámetros y siendo esta actividad una práctica desarrollada desde hace varios años en distintos destinos, es posible tener información de diversas experiencias en cuanto a la implementación de el turismo rural como una actividad comercial tanto en Colombia como por fuera de ella que nos servirían de referencia para la realización de nuestro proyecto.

El departamento de Bolívar se encuentra en capacidad de ofrecer este tipo de actividad para el turismo, pero sin embargo no es muy conocida su práctica por esta razón nuestra investigación se basara en analizar la viabilidad de implementación de un proyecto de este tipo en el departamento del Bolívar en donde los turistas que visiten Cartagena se les pueda ofrecer esta actividad dentro de su paquete turístico y enfocarlo más que todo al mercado de turismo de familia en donde se busca una interacción con el campo, la vida rural y el descanso.

0.4 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Entre los principios más relevantes de la Política Agraria Comunitaria se encuentra el enfoque multisectorial e integrado de la economía rural. El turismo rural destaca como una de las actividades más importante dentro de este ámbito.

Las casas rurales están generando un interés, cada vez mayor, por el importante crecimiento de la oferta y de la demanda de alojamiento en las mismas. Este interés contrasta con la escasez de estudios específicos sobre este tipo de alojamiento; además, en España, las casas rurales quedan englobadas dentro de los denominados “alojamientos de turismo rural”, lo que dificulta la investigación específica sobre la clientela de las casas rurales en nuestro país

Los pocos estudios existentes sobre turismo en casa rural tienen un carácter descriptivo, a partir de tablas cruzadas y de tipologías (González, 1999 y Díaz e Iglesias, 2000), existiendo una carencia de estudios explicativos, tendentes a buscar aquellas variables que mejor discriminan entre las personas que presentan comportamientos turísticos diferenciados.

La dificultad para obtener la información hace que los estudios de segmentación en España sean en muchos casos de tipo exploratorio y de ámbito regional (Román, Recio y Martín, 2000 y Yagüe, 2000). Además, los estudios explicativos sobre segmentación en turismo han investigado, principalmente, la influencia de variables de tipo subjetivo, estilo de vida, expectativas, nivel de satisfacción, motivaciones, etc. (Cervantes, González y Muniz, 2000 y Recio y Martínez, 2002). Estas variables, que presentan claras ventajas a la hora de explicar comportamientos, plantean dificultades a las empresas y asociaciones del sector a la hora de utilizar los resultados en la planificación comercial.

La caracterización de grupos de consumidores con variables de tipo objetivo (socio demográficas, geográficas, etc.) facilita la identificación, accesibilidad y cuantificación de los segmentos, y por lo tanto, la aplicación de estrategias de marketing específicas.

Ante esta situación, investigar el comportamiento turístico de los españoles, concretamente la segmentación del Mercado Turístico Español (M.T.E.) en relación con el turismo en casas rurales resulta novedoso. El objetivo de esta comunicación es la segmentación del Mercado Turístico Español, M.T.E., desde la óptica del Turismo en Casas Rurales (T.C.R), en base a aquellas variables objetivas que mejor expliquen este comportamiento. Se trata de un efectuar un estudio explicativo y cuantitativo para identificar submercados con un comportamiento homogéneos en la realización de T.C.R. y caracterizar dichos submercados, en base a sus características socio demográficas y su comportamiento turístico

“¿El Turismo Rural alternativa de Desarrollo?; Reflexiones sobre su papel en el desarrollo rural.

Los ámbitos rurales latinoamericanos vivencian profundas transformaciones desde todas las perspectivas. Una de las actividades económicas que se ha promovido como alternativa de desarrollo sostenible es el turismo, sin embargo, esta compleja actividad presenta un sinnúmero de retos y oportunidades.

Es por esta razón que desde diferentes escenarios (públicos y privados), se proponen nuevas modalidades de turismo que procuran minimizar los impactos negativos y magnificar los positivos enmarcados en el denominado Turismo Sostenible.

Si bien se hacen esfuerzos por promover el turismo sostenible, en muchos casos dependiendo de las características de las instituciones regionales, nacionales y locales; las características de las comunidades receptoras y sobre todo la forma en que se conciben y ponen en marcha, estas iniciativas pueden convertirse en víctima de su propio éxito al generar impactos negativos en las dimensiones: ambiental, socioeconómica, cultural e incluso política, así como también pueden profundizar procesos de exclusión económica y social de las comunidades rurales más vulnerables.

Un número creciente de modalidades de turismo, etiquetadas como sostenibles se han posicionado en el mercado internacional como actividades promisorias y de importancia desde la perspectiva económica y social. No es de extrañar que al llevarse a cabo una gran mayoría de ellas en ámbitos rurales, sean promovidas desde las escalas: internacional, nacional y local como posibles estrategias de desarrollo rural”¹.

0.5 METODOLOGÍA

El análisis de factibilidad del proyecto estará determinado a través del desarrollo de los objetivos planteados en nuestro trabajo, para esto se consultaran fuentes secundarias y primarias las cuales nos brindarán la información que necesitaremos para el desarrollo del proyecto así como la realización de un análisis financiero.

¹ Gustavo Rojas Pinilla.
<http://www.alasru.org/cdaldasru2006/14%20GT%20Humberto%20Rojas%20Pinilla.pdf>

1. DESCRIPCION DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS Y DE DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL EN EL DEPARTAMENTO DE BOLÍVAR.

1.1 TURISMO RURAL

Según muchas fuentes revisadas la definición de turismo rural es una definición que no es totalmente clara aun mas sin embargo para nosotros aquella que nos proporcione un panorama lo suficientemente claro acerca de esta actividad fue el portal de definición de:

“El turismo hace referencia a las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a su entorno habitual. Dichas actividades suelen tener como fin el ocio o el descanso, y se desarrollan por un periodo de tiempo consecutivo que resulta inferior a un año.

Pero cuando se refiere a turismo rural por otra parte este adjetivo vincula la actividad del turismo a lo perteneciente o relativo a la vida en el campo. El ámbito rural resulta opuesto al ámbito urbano e incluye a la tierra laborable, los cultivos y los sembrados.

El turismo rural es la actividad turística que las estancias, las haciendas y los caseríos son remodelados y reestructurados para que estén en condiciones de recibir a los turistas. La comodidad de los huéspedes por lo tanto está garantizada.

El turismo rural suele ser dirigido y atendido por los mismos propietarios de los campos o las estancias. Estos propietarios por lo general, muestran al visitante las actividades agrícolas que son típicas de la vida rural.

Es habitual que el turismo rural propicie un acercamiento entre los habitantes de las ciudades y las comunidades campesinas. Mientras que los turistas disfrutan del ambiente natural y aprenden sobre las labores del campo, las comunidades receptoras se benefician al recibir los ingresos generados por la actividad turística.

El agroturismo, el turismo de estancias, el ecoturismo, y el etnoturismo son algunas de las modalidades que, de acuerdo a sus características, pueden incluirse dentro del turismo rural”²

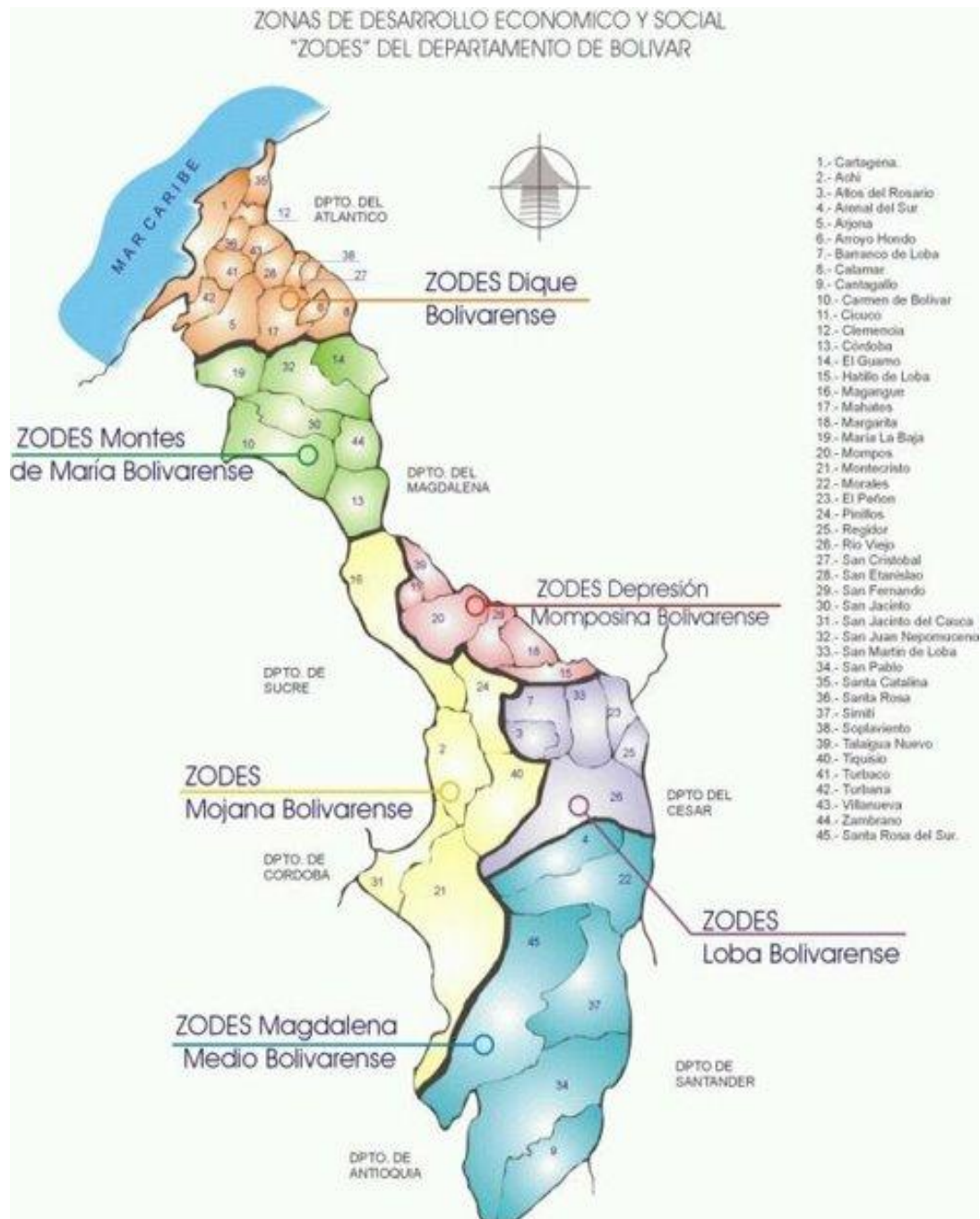
A partir de esta definición podemos ver que lo que se busca con un producto de turismo rural va mas allá de la conformación de un negocio sino mas bien busca combinar la preservación de los recursos naturales con la prestación de un servicio a los turistas que pueda satisfacer sus necesidades de descanso al proporcionarles un producto que involucre las actividades de la vida rural.

El departamento de Bolívar presenta un amplia zona rural, parte de ella poblada y otra despoblada pero con apreciables atractivos geográficos y naturales, algunas de los cuales permiten desarrollar actividades agrícolas, pecuarias, de pesca y minería, así como actividades de turismo contemplativo por la belleza de sus paisajes y la variedad de actividades artesanales, productivas y culturales de los habitantes de los distintos municipios y poblaciones.

Para los procesos de planificación y promoción del desarrollo del departamento la Gobernación de Bolívar a subdivido el territorio en seis Zonas de Desarrollo Económico Social ó ZODES, las cuales se pueden identificar a continuación en la gráfica del mapa del departamento.

² <http://definicion.de/turismo-rural/>

Grafica 1. ZONAS DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL 'ZODES' DEL DEPARTAMENTO DE BOLIVAR.



1.2 ZODES DEL DEPARTAMENTO DE BOLIVAR

El departamento de Bolívar se encuentra dividido en ZODES o zonas de desarrollo económico y social, las cuales se constituyen en una división geoestratégica comprendida al interior de la jurisdicción del departamento de Bolívar. El departamento de Bolívar, en cada una de sus ZODES, a lo largo y ancho del territorio, posee atractivos turísticos, unos paisajísticos naturales conformados por ciénagas, y poblaciones típicas ubicada en la Riviera de los ríos Cauca y Magdalena, y otros de carácter histórico como Cartagena y Mompox, declaradas por la ONU Patrimonio Históricos y Culturas de la Humanidad.

Existen en el departamento 6 ZODES: Zodes del Dique Bolivarense, Zodes Montes de María Bolivarense, Zodes Depresión Mompoxina Bolivarense, Zodes Mojana Bolivarense, Zodes Loba Bolivarense, Zodes Magdalena Medio Bolivarense.

1.2.1 Zodes del Dique Bolivarense. El potencial del sector turístico del departamento se encuentra concentrado en esta zona básicamente en la ciudad de Cartagena y su área de influencia, Arjona, “La Actividad Económica del Municipio de Arjona gira alrededor de tres Actividades principales, La Ganadería, la Agricultura y la Pesca, las cuales se desarrollan de manera tradicional o medianamente tecnificada de acuerdo con la oferta ambiental, la ubicación especial, las condiciones individuales de trabajo y de mercado. La vocación del Municipio ha variado sustancialmente en los últimos años ya que se utiliza el 61.9% de las tierras para la actividad ganadera, siendo su verdadero potencial el 42%, mientras que las explotaciones Agrícolas ascienden a un 12,8% cuyo potencial es de 37%. Esta situación afecta los niveles de producción (Pecuaria y Agrícola), dado que el recurso suelo no es óptimo en su utilización. Arjona es el

principal municipio de la ganadería a nivel de Bolívar, sus tierras son labradas por campesinos de este municipio”³

1.2.2 Zodes de la depresión Mompoxina Bolivareense. su potencial turístico se encuentra concentrado en el municipio de Mompox, el cual se encuentra ubicada al margen del izquierdo del río grande de la Magdalena a unos 320 kl de la capital del departamento, su principal atractivo son las fiestas religiosas, en especial la semana mayor o semana santa. Posee además atractivos turísticos por su especial condición de ciudad colonial. Hoy es sede del museo de arte religioso que recoge las más costosas alhajas en 4 siglos de historia de la ciudad.

Los trabajos elaborados en filigrana son uno de los mayores atractivos de mompox, convirtiéndola en sitios de interés para los amantes de las joyas.

1.2.3 Zodes de los Montes de María. La riqueza del departamento se centra en su agricultura y artesanías, entre sus municipios más representativos se encuentran:

San Jacinto, “Centro artesanal del departamento donde se producen las artesanías más apetecidas del mundo, como la hamaca, el sombrero vueltiao, bolsos, mochilas, entre otras, La actividad económica del Municipio de San Jacinto gira alrededor de un sector agrícola y pecuario en crisis, un promisorio sector artesanal y micro empresarial, los productores agrícolas, artesanales y micro empresariales al momento de la realización de sus productos obtienen precios poco remunerativo.

³ <http://arjona-bolivar.gov.co/index.shtml>.

La base de este sector agropecuario corresponde a la explotación de la tierra y la explotación pecuaria, generador de productos alimenticios del consumo de la familia campesina, para abastecer el mercado local y los mercados de la región.

En la actividad pecuaria la producción se presenta en menor escala debido a la situación de orden público y al desplazamiento masivo de varias localidades de la población rural hacia la cabecera”⁴.

El Carmen de Bolívar, En este municipio existen sitios de interés como son: la iglesia central de la virgen del Carmen, los sembrados de aguacate, de tabaco. El municipio es una despensa agrícola mediante la cual se podrían desarrollar ferias y ruedas de negocios con miras de promocionar los productos y conseguir mercados nacionales e internacionales.

San Juan Nepomuceno, “La economía del municipio de San Juan Nepomuceno, se da principalmente por la Ganadería y la Agricultura.

Agrícola: en esta área tenemos la producción de Ñame, Yuca, Plátano, Maíz, entre otros. Siendo estos los productos con mas producción en nuestra región.

Ganadería: Ganado Bovino como el Cebú, Holstein, Pardo Suizo y Brahaman en pequeñas cantidades.

Porcinos: Entre los que encontramos el Jersey y el Criollo.

⁴ <http://www.sanjacinto-bolivar.gov.co/index.shtml>

Caballar: Encontramos el Paso Fino y Cimarrón para actividades de trabajo en el campo.

Minerales: El potencial de recursos minerales está limitado y está representado en rocas utilizadas como materiales de construcción, La Caliza y rocas Silíceas, utilizadas en la producción de cemento y sedimentos tipo gravas”⁵.

Zambrano, “El municipio de Zambrano es eminentemente agrícola, gira alrededor de la agricultura tradicional, siendo el potencial actual los aluviones y las playas donde se explotan los cultivos de serenos, la ganadería de doble propósito en pequeña escala, la pesca artesanal que es la actividad de mayor mercado en la región por la época de subienda y el aprovechamiento de los cuerpos de agua que rodean el Municipio.

La yuca es el principal renglón de explotación seguido por el maíz. Esta es cultivada de manera tradicional con variedades: venezolana, blanca mona y criolla, abasteciendo el mercado local y regional el maíz es para el consumo en mazorca verde y los derivados del mismo, en pequeña escala encontramos guayaba, mango, papaya. La pesca la realizan de manera artesanal en los distintos cuerpos de agua: Río Magdalena, Ciénaga Grande de Zambrano, entre otras”⁶

María la Baja considerada hoy en Día la tierra de la palma, por sus grandes extensiones de tierra cultivadas en palma, para la exportación del aceite de este producto.

⁵ <http://sanjuannepomuceno-bolivar.gov.co/index.shtml>

⁶ <http://www.zambrano-bolivar.gov.co/index.shtml>

El Guamo, “La economía está comprendida por la agricultura, la ganadería y la pesca, la artesanía es fundamental en la actividad diaria y en el desarrollo económico de los guameros.

El trabajo artesanal se basa en el tejido, el tallado en madera, la palma, la fibra de nylon, el cuero y el fique”⁷

1.2.4 Zodes de la Mojana Bolivareense. Magangué, “nuestro municipio goza del privilegio de poseer gran variedad en su ecosistema y los podemos clasificar en: FORESTALES (flora), Animales (Fauna), los suelos y una pequeña minería.

Magangué mantiene una estrecha relación económica con los municipios que conforman la Depresión Mompoxina y la Mojana, por ser su centro de acopio de los productos agrícolas, ganaderos, pesqueros.

La economía de Magangué basa su desarrollo en la actividad comercial. Le sigue la actividad agropecuaria, principalmente la ganadería y la pesca. La actividad industrial es incipiente y está centrada en la producción de lácteos, molinos arroceros, panaderías, hieleras, mueblerías, tipografías, metalmecánica y confección”⁸.

1.2.5 Zodes de la Loba Bolivareense. Durante décadas ha vivido de la explotación de minas de oro, pero su lejanía e insuficiencia vial, le han impedido su desarrollo. Esta Zodes cuenta con municipios de poco desarrollo económico y social

1.2.6 Zodes Magdalena Medio Bolivareense. Esta Zodes está conformada por los municipios de Arenal, Cantagallo, San Pablo, Simití, Santa Rosa.

⁷ <http://elguamo-bolivar.gov.co/index.shtml>.

⁸ <http://www.magangué-bolivar.gov.co/index.shtml>

Arenal, “el municipio de Arenal, tiene un asentamiento de economía campesina, su vocación fundamental es la labor agropecuaria combinada con la ganadería extensiva, la pesca y en cierta medida la minería, el comercio y el transporte tanto fluvial como terrestre, a este tipo de actividades por excelencia, hay que agregarle la explotación maderera.

Agricultura: En orden de importancia podemos decir que la agricultura es el renglón económico de mayor actividad y en donde gira, prácticamente el rol productivo del municipio. De las 53.400 hectáreas que componen todo el territorio municipal, son aptas para la explotación agrícola, 21.758 hectáreas que correspondería al 40.74% del total del territorio.

Ganadería: Junto con el sector agrícola, constituyen la base económica de la población. La cría de ganado se explota de manera extensiva y se encuentra en el segundo renglón de importancia en la actividad económica; por las condiciones de las vías de comunicación el ganado que se cría es para la ceba, no se explota dentro del concepto de doble propósito”⁹.

1.3 ACTIVIDAD AGROPECUARIA: GANADERÍA Y AGRICULTURA DE LAS ZODES DEL DEPARTAMENTO DE BOLÍVAR.

Como se ha venido mencionando anteriormente el turismo rural busca ofrecer a los turistas un espacio en el cual estos además de tener una estancia en un espacio rural alejado del casco urbano llámese hacienda, caserío o más comúnmente en Colombia una finca donde estos puedan estar rodeados de un

⁹ <http://www.arenal-bolivar.gov.co/index.shtml>

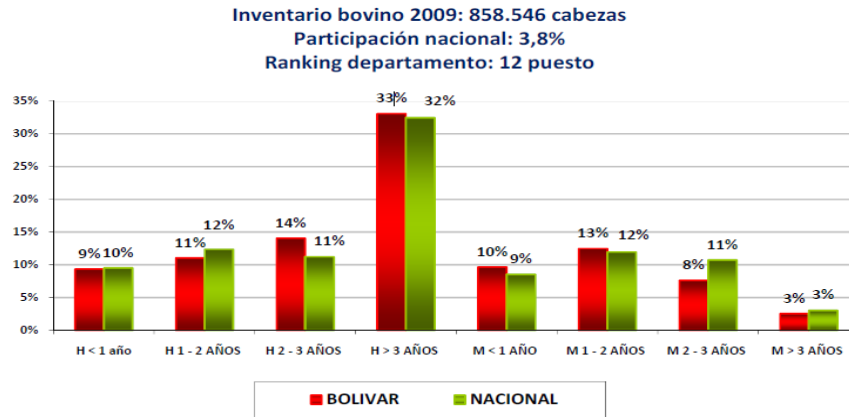
ambiente totalmente opuesto al de la ciudad donde se puedan relajar, descansar y apreciar el hermoso paisaje del campo.

Pero además de esto el concepto de turismo rural también propone a los turistas a que se familiaricen con las actividades del campo o las actividades cotidianas realizadas en este mismo, dichas actividades giran en torno a dos grandes sectores el de la ganadería y agricultura, en donde el turista puede aprender como estos dos sectores se convierten en el día a día de los habitantes de dicho sector convirtiéndose en uno de sus principales sustentos, y en donde el turista será no solo espectador de estas actividades rurales sino que podrá hacer parte de su desarrollo.

Aunque la actividad Agropecuaria en el departamento no sea de las primeras en el país si es la segunda actividad más importante del que se desarrolla en cuarenta y cuatro municipios, sí se tiene en cuenta, por ejemplo, la distribución territorial por ZODES, las actividades económicas de estos municipios siguen siendo muy distintas en algunos casos, pero en su mayoría basadas en actividades del sector primario. En el caso del ZODES Dique, se destacan las actividades pecuarias como la ganadería y la pesca, así como algunas agrícolas relacionadas con cultivos tradicionales como maíz y ñame, entre otros.

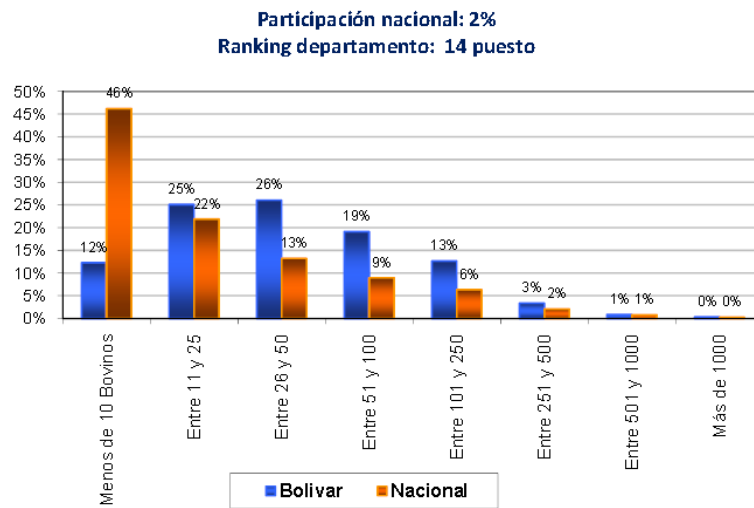
El departamento de Bolívar en cuanto a su actividad ganadera puesto que se encuentra en el puesto número 12 en inventario bovino con un total de 858.546 cabezas de ganado y con un total de 11.958 predios, (Ver gráficos 1 y 2) que realizan actividades de ganadería, lo cual no posiciona a este departamento como el mejor en estas prácticas, sin embargo es importante aclarar que demuestra que tampoco está exento de estas.

Grafica 2. FICHA TECNICA GANADERA DEPARTAMENTO DE BOLIVAR 2009



Fuente: Oficina de Salud Animal – Fedegan 2009.

Grafica 3. CANTIDAD TOTAL DE PREDIOS 2009.



Fuente: Oficina de Salud Animal – Fedegan 2009.

Algunas de las actividades que realizan las diferentes ZODES del departamento de Bolívar estarán descritas a continuación y se muestran en la **tabla1**, las cuales nos muestra un poco del potencial que tiene cada municipio en su actividad de ejercicio.

“El ZODES Montes de María se destaca por las actividades ganaderas de doble propósito, así como la economía campesina en la parte montañosa, con los cultivos de maíz, yuca, plátano y aguacate. También se desarrollan actividades de producción de palma de aceite y producción de madera.

Principalmente en San Jacinto del Cauca. Los municipios de la sabana se dedican al cultivo del algodón y las actividades ganaderas. En el ZODES Depresión Mompoxina se destaca el cultivo de cítricos y las actividades ganaderas, especialmente de ceba. También se realizan actividades de orfebrería, ebanistería y cerámica. En el ZODES Loba se encuentran algunos pequeños cultivos de piña, especialmente en el municipio el Peñón. El ZODES Magdalena Medio sobresale por la producción maderera, la palma de aceite y el sorgo.”¹⁰

¹⁰ <http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/pdf/DTSER-58.pdf>

Grafica 4. EXPLOTACION DE CULTIVOS POR ZODES

(Departamento de Bolívar)

ZODES	Tipo de cultivo
Dique	Mango.
Montes de María	Maíz, arroz (María la Baja y Córdoba), ajonjolí y algodón (Córdoba y Carmen de Bolívar), plátano (María la Baja), tabaco, ají, ñame, yuca, palma africana (María la Baja) y Mango.
Depresión Momposina	Plátano y cítricos.
Mojana	Arroz (Aché y San Jacinto del Cauca), ajonjolí y algodón (Magangué).
Loba	Yuca y cítricos.
Magdalena Medio	Frijol (Santa Rosa y San Pablo), ajonjolí y algodón (Morales), palma africana, cacao y café.

Fuente: Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural de Bolívar.

Por lo visto en los datos anteriores en cuanto a la agricultura podemos observar que el departamento tampoco es ajeno, estas actividades de hecho van en aumento, la gobernación de bolívar en su plan de acción tiene varias metas para el 2010 que aseguran el continuo crecimiento de este sector entre ellas esta:

- Un convenio para titulación de 300 baldíos productivos con vocación agrícola.
- Proyectos regionales: cacao, palma y frutales.
- Incrementar hectáreas sembradas con agricultura ecológica u orgánica.

2 CARACTERÍSTICAS DE DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO RURAL PARA TURISMO DE FAMILIA

2.1 CARACTERISRICAS PARA DEFINIR UN PRODUCTO DE TURISMO RURAL.

Según el *Manual para la identificación, formulación y evaluación de empresas de turismo rural en México y el manual de organización y administración de turismo*, para poder implementar un producto de turismo rural en cualquier parte del mundo se deben tener en cuenta unas referencias básicas que son las que darán soporte a las decisiones tomadas a la hora de poner en marcha un producto turístico como este, los aspectos para analizar son los siguientes:

2.1.1 Segmentación de mercado. Este aspecto de la segmentación de mercado se refiere al proceso en el cual se divide el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños, para de esta forma poder enfocar la atención en un segmento específico con el cual se pueden determinar aspectos como la especialización del producto o servicio según el segmento para tener un objetivo claro hacia dónde va a ser el enfoque de dicho producto hacia dicho segmento del mercado.

2.1.2 Localización del producto. La localización depende de las características físicas que tendrá dicho producto siempre buscando tener la mayor afluencia de turistas a menores costos, tanto de construcción como de operación sin perder su calidad.

Una localización para un producto de turismo rural presenta dos variantes para su análisis, la primera es la que cuenta con terreno y o construcción y está operando

o esta próxima a su construcción, la otra es cuando se busca un terreno dentro de un espacio turístico.

En el primer caso, aunque se tenga definida su ubicación, se recomienda realizar un análisis de los principales factores que influyen directamente en su operación y medir su impacto tanto económico como social y ambiental.

Por el contrario si aun no se cuenta con una localización definida, la selección del terreno entre varias opciones, dentro de un espacio turístico, se hace más necesaria ya que habrá que evaluar su ubicación entre varias posibilidades ya sea en las inmediaciones de un poblado turístico, cerca del atractivo natural (entre más alejado y/o incomunicado, mayor tranquilidad) cerca de otras empresas de turismo rural o lejos de ellas, etc.

Si se ve desde el punto de vista de la naturaleza el producto debe enfocar su localización preferiblemente alejado del ruido que provoquen los vehículos, talleres, fábricas, entre otros factores que puedan afectar el concepto de placer, relajación y disfrute del paisaje.

También deberá evitarse la instalación de la empresa en la pendiente de una colina, si es que esta va a ser desforestada o bien si forma parte de cauces de ríos, en cuyos casos se erosiona el terreno y se afectan las construcciones.

De igual forma cuando un producto de turismo rural se ubique en lugares no urbanizados lo primero que se debe buscar y resolver entre las posibles alternativas es el suministro de agua potable, energía eléctrica, tratamiento de aguas negras y tratamiento y eliminación de basuras.

2.1.3 Dimensión o tamaño del producto. Esta es otra de las características a las cuales los inversionistas deben analizar luego de haber encontrado una

localización adecuada para su producto, deben definir el tipo de alojamiento a ofrecer y su dimensión o tamaño.

Existen varios tipos de alojamiento de turismo rural como por ejemplo las cabañas, albergues, hostales, hoteles rurales, camping y combinaciones, estos como ya se menciono antes se deben elegir por los inversionistas dependiendo de las comodidades que se deseen ofrecer sin que estos afecten notablemente en los precios ofrecidos a los turistas.

2.1.4 Servicios por ofrecer. Es muy importante definir los servicios que estará dispuesto a ofrecer un producto de turismo rural, servicios que encuentren un balance adecuado entre las comodidades básicas que se le pueden ofrecer a los turistas y aquellos servicios que incluyen aspectos referentes a la vida rural, dichos servicios pueden ser por ejemplo:

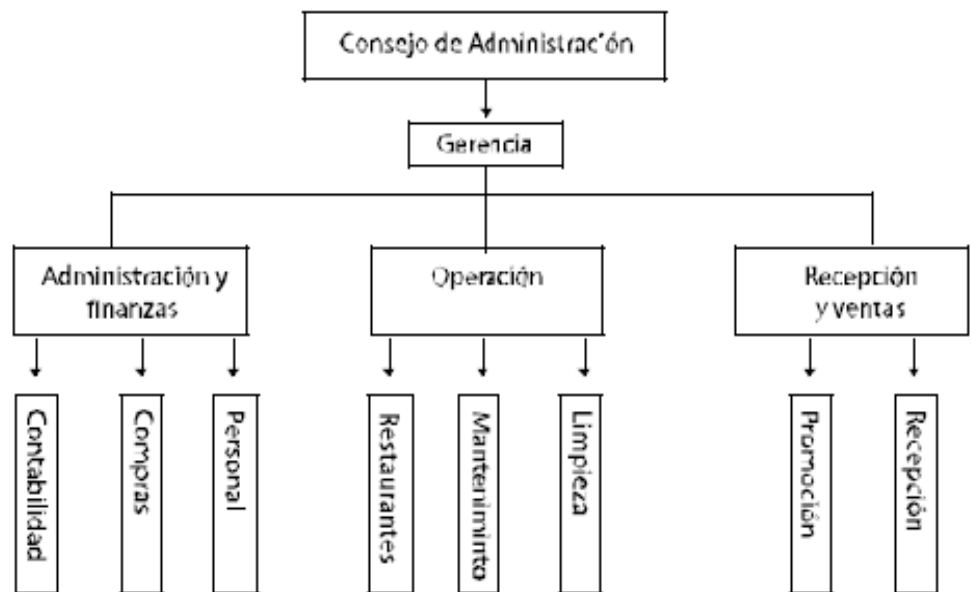
- Servicio de restaurante
- Restaurante – Bar
- Sala de eventos Múltiples
- Piscina
- Juegos infantiles y canchas deportivas
- Cocina compartida
- Tiendas de artesanías
- Televisión en los cuartos
- Área de ordeña
- Caballerizas

2.1.5 Personal necesario dentro del producto. Como para toda otra empresa para consolidar un producto de turismo rural se debe contar con un numero de personal necesario tanto fijo como eventuales según la temporada y desglosarlo

por puestos y actividades, también es importante que dicho producto considere que algunas de las personas a ocupar estos puestos sean personas que habitan en el área designada para el producto las cuales están acostumbradas a una vida rural y que puedan aportar mucho para el desarrollo de una estancia optima para los turistas, y estos mismos deberán ser capacitados para fortalecer las áreas de servicio al turismo en las cuales no tengan conocimiento

- **Primer Nivel:** Gerente o administrador general
- **Segundo Nivel:** Auxiliar administrativo, recepcionista, jefe de operaciones de cuartos y/o de restaurante.
- **Tercer Nivel:** Encargado de mantenimiento y/o chofer, jefe de cocina.
- **Cuarto Nivel:** Auxiliar general, ama de llaves, auxiliar de limpieza y/o jardinero general, velador, ayudante de cocina, mesero.

Grafica 5. ORGANIGRAMA DE UNA EMPRESA DE TURISMO RURAL



Fuente: Manual para la identificación, formulación y evaluación de empresas de turismo rural en México. Pp.222

Estas serian en principio las cuatro características básicas que se deben tener bien claras para poder diseñar un producto de turismo rural, la localización, diseño o tamaño, servicios y personal, dichas características se deben definir teniendo en cuenta el segmento al cual se va a dirigir, en este caso ya está definido que se desea focalizar su estrategia hacia el segmento del turismo de familia.

La mención de estas características no implica que sean las únicas pero si las que consideramos esenciales y con las cuales un inversionista puede pensar en poner en marcha su producto para el segmento de turismo de familia.

Teniendo en cuenta las características propuestas se presentaran a continuación aquellos aspectos que se pueden explotar en el departamento de Bolívar para consolidar un producto de Turismo Rural.

2.2 ASPECTOS Y TERRITORIOS QUE SE CONSIDERAN PARA EXPLOTAR EL TURISMO RURAL EN EL DPTO Y ELEMENTOS EXISTENTES PARA SU DESARROLLO.

En el departamento de Bolívar encontramos gran diversidad y riqueza natural que puede ser explotada para este tipo de producto turístico el cual vamos a analizar para diversos territorios del departamento teniendo en cuenta que dicho análisis para todos los sitios va a estar dirigido hacia un segmento de nuestro interés el cual es el Turismo de familia.

2.2.1 Turismo de Familia. El turismo de familia es un segmento que cada vez toma más fuerza debido a que trae muchas ventajas a los destinos turísticos, Los turistas que viajan en familia normalmente practican un turismo respetuoso con el medio ambiente y los impactos sobre la población local del destino son menos

negativos, por cuanto los horarios y las actividades que practican están más ajustados al respeto del descanso entre otras.

Los destinos turísticos que buscan posicionarse en este segmento, tendrán a su vez que acondicionar su oferta a las necesidades específicas de las familias, sobre todo en temas de seguridad.

Este segmento se está fortaleciendo tanto que en la 6ta feria internacional del turismo celebrada el 2010 en Valencia, España del 26 al 28 de febrero se produjo un informe con respecto a este mismo:

“El turismo familiar consiste en el disfrute de tiempo de ocio con la familia fuera del lugar de residencia habitual.

El desarrollo del turismo familiar exige una adaptación de los servicios a las necesidades de los niños, además de una oferta de ocio variada para todos los miembros del núcleo familiar.

El informe que se ha presentado muestra que el turismo familiar es un segmento de demanda en expansión y gran fidelidad del turista familiar al destino.

El perfil del turista que viaja en familia es de edad comprendida entre los 36 y 45 años, cuentan con estudios superiores y disponen de una capacidad de gasto de nivel medio, se caracteriza por ser un turista fiel y el gasto diario por persona durante el viaje es de 39,9 euros”¹¹.

¹¹ Informe de 6ta feria internacional del turismo

2.2.2 Zodes Considerados Para Implementación De Turismo Rural. Turismo Rural en **ZODES del Dique Bolivarense.** Dentro de esta ZODES el municipio que representa las mejores posibilidades en cuanto a explotación para un producto de turismo rural es el municipio de **ARJONA**, primero que todo cuenta con la ventaja de estar a 20km de Cartagena uno de los mayores destinos turísticos del país. Hoy en día este municipio se promociona turísticamente como “tierra de incuestionable diversidad socio-geográfica que enmarca en la cultura del agua, la bondad de sus gentes y atractivos como el Canal del Dique o el Pozo de Calicanto ubicado en el Corregimiento de Rocha” según su alcaldía, lo cual demuestra que no se ha visto de ninguna forma la intención de aprovechar su actividad principal la ganadería como un detonador de un nuevo producto turístico.

Este municipio al ser el principal en cuanto a ganadería del Departamento se postula a sí mismo como un gran candidato para la implementación de un producto de turismo rural, puesto que ofrece mucha experiencia en actividades ganaderas derivadas de su propia gente campesina, en donde a pesar de que su fuerte esta en este sector no es ajeno de otro tipo de actividades que bien pueden ser ofrecidas a el turismo como la agricultura y la pesca.

Además de esto Arjona es un municipio que se aleja mucho de la vida urbana de la que aquellas personas que planean practicar el turismo rural se quieren alejar y nos muestra por otra parte un municipio con ciénagas, arroyos y tierras labradas por campesinos.

Turismo Rural en ZODES de la Depresión Mompoxina Bolivarense. En esta zona el municipio que mejor condiciones ofrece es **Mompox** el cual posee una condición colonial lo cual es atractiva para el turismo, tiene como sus dos actividades principales la ganadería y la agricultura en donde encontramos que La producción está estimada en 70.000 cabezas de ganado vacuno existiendo una

densidad de 0.5 cabezas por hectáreas. Las tierras que sufren inundaciones son adecuadas para pastos resistentes, como el Admirable.

Mompox posee Industrias Domésticas la cual es el medio de sustento diario de muchas familias lo que se puede llamar unas pequeñas microempresas para la elaboración de queso de capa, casabes, casabito, butifarras, longaniza o chorizo, almojábanas, pan de queso, suero, queso, chicha de arroz, peto, mazamorra de maíz, pasteles, dulce de limón, de coco, de leche, conservas de naranjas, de guayaba, cocadas, carambolas, bolón de coco, orejero, bocadillo y otros.

Estas industrias podrían aprovecharse para promoverse como un atractivo mas dentro de lo que el turista puede hacer en su estancia en Mompox en la cual en este caso el producto de turismo rural tendría tanto actividades típicas agropecuarias que proponen los campesinos del municipio como actividades de elaboración de productos como queso, suero chicha de arroz ente otros.

Turismo rural en ZODES de los Montes de María. En este ZODES encontramos los municipios que ofrecen más potencial de desarrollo para un producto de turismo rural a **San Jacinto, Carmen de Bolívar, San Juan Nepomuceno, Zambrano y el Guamo** los cuales cuentan con una ecología adecuada para implementar un producto de este tipo con buena forestación y vegetación la cual de primer plano ofrece un ambiente de campo a el turista.

Por otra parte en cuanto a sus actividades agropecuarias los cuatro municipios las contemplan dentro de su vida rural común y corriente sin embargo San Jacinto y Zambrano son municipios más enfocados hacia la agricultura dejando teniendo una práctica escaza de la ganadería.

Mientras que el Carmen de Bolívar y San Juan podrían practicar más estos dos sectores el Carmen de Bolívar con más fuerza en su agricultura al ser llamado una despensa agrícola por excelencia y San Juan Nepomuceno su Ganadería, porcinos y caballar, por otra parte este último también cuenta con la gran ventaja de tener 13 reservas municipales y la Reserva de Flora y Fauna Los Colorados con mil hectáreas de reserva forestal.

Lo cual concluye que en el ZODES de los montes de María hay suficiente potencial y capacidades para poder explotar a cabalidad un producto de turismo rural en donde el turista encontrara mucha tranquilidad en sus paisajes y tendrá la oportunidad de mezclarse y hacer parte de las diversas labores de campo que hacen parte de estos municipios.

Turismo rural en ZODES de la Mojana Bolivareense. De esta zona el municipio que se puede destacar como aquel con mejores capacidades para prestarse como un destino de turismo rural es **Magangué** este municipio cuenta con una gran variedad de ecosistema y aunque es mejor reconocido por ser centro de acopio de los productos de otras regiones que son producto de su actividad agropecuaria, este municipio también cuenta con su esta misma.

Turismo rural en ZODES del Magdalena Medio Bolivareense. De esta Zona destacamos un municipio que en el cual la agricultura juega un papel fundamental en el desarrollo de su economía así como lo hace su agricultura que se ubica en un segundo renglón, este municipio cuenta además con fuentes hídricas es la quebrada de Arenal, que recorre todo el municipio pasando por la cabecera municipal; además contamos con la ciénaga de Morrocoy ubicado en el corregimiento de San Rafael, como también la ciénaga del Pajalar entre otras.

De esta zona de Bolívar es aquella que cuenta con las cualidades que podrían explotarse para conformar un producto de turismo rural puesto que los demás municipios como Simití se dedican a la extracción de petróleo, Cantagallo a la pesca y así los demás municipios diversifican su principal actividad económica, pero es Arrenal aquella que mezcla el espacio natural combinado con la labor de los campesinos en el ámbito rural que es al fin y al cabo lo que se le pretende ofrecer al turismo.

Estos son los municipios de 5 de las 6 ZODES que por sus atractivos naturales y por las actividades que desarrollan en el campo tienen el potencial de compartir estos aspectos de la vida campesina en estos municipios que se desarrollan en actividades para poder conformar así un producto que contenga las cualidades que buscan las familias en el turismo rural, las cuales son poder vincularse a la vida en el campo.

El ámbito rural resulta opuesto al ámbito urbano e incluye a la tierra laborable, los cultivos y los sembrados en el cual el turismo podrá disfrutar en un espacio rural, ya sea en localidades pequeñas o en las zonas próximas a las ciudades pero alejadas de su casco urbano.

2.3. ACTIVIDADES Ó COMPONENTES DEL PRODUCTO O SERVICIO TURISTICO.

Ahora que conocemos cuales son los lugares en el departamento en donde es posible explotar un producto de turismo rural, abarcaremos un poco acerca de que pueden realizar estos lugares aprovechando estas condiciones naturales y típicas de su vida rural para ofrecerse a el turismo de familia como un destino de turismo rural.

- **Transporte**

El departamento cuenta con un aeropuerto internacional, el "Rafael Núñez", así como en El Carmen de Bolívar, Magangué, Mompós y San Pablo hay aeropuertos para servicio regional, el turista en caso de no tener un medio de transporte propio para llegar a su destino deseado, uno de los servicios que aportaría un nivel de calidad a el producto es el servicio de transporte para aquellos turistas que no cuentan con el suyo ya sea desde el aeropuerto a el lugar del servicio, o desde puntos específicos establecidos por el prestador del servicio hasta el lugar del producto de turismo rural.

- **Recibimiento**

El recibimiento se hará con un delicioso almuerzo típico de la región y una muestra general ya sea de la finca, hacienda o lugar determinado por el prestador de servicio, en donde estarán alojadas las familias.

- **Actividades**

A continuación se describirán una seria de actividades que podrán ser aplicadas por cualquiera de los municipios descritos anteriormente en donde se ha hecho mención de sus cualidades, capacidades y atractivos naturales, en donde el turismo de familia además de optar por el descanso tendrá la posibilidad de realizar actividades propias de la vida de nuestros campesinos de Bolívar, algunas organizadas un poco más hacia el deleite del turismo puesto que son aquellas que no hacen parte de la vida laboral de los campesinos, y otras que muestran aquellas actividades que forman parte del día a día de estas personas en donde se aprovecha al máximo las riquezas que ofrece el campo y la naturaleza.

- **Senderismo:** Caminatas guiadas por los propios campesinos aprovechando el hermoso ambiente natural en donde el turista podrá apreciar un poco de aquellas riquezas naturales que los municipios tienen por ofrecer y de esta forma hacer un reconocimiento de la zona.

- **Paseos a Caballo:** Representaría una forma alterna de reconocimiento de la zona en cuestión en donde el turista tendrá el soporte y cuidado del respectivo guía para participar de esta tradicional actividad, en donde el turista aun así no sepa nada sobre cómo montar a caballo, podrá hacer partícipe de esta actividad con unas recomendaciones y un cuidado especial en todo momento de los guías campesinos.

- **Ordeño:** Los turistas podrán aprender y hacer parte de esta labor en la cual los campesinos realizan la recolección de la leche de las vacas, siendo esta una labor cotidiana en la vida rural de los campesinos es una forma conveniente de acercar al turismo de familia a interactuar con las actividades de campo.

- **Arreo de Ganado:** otra de las actividades cotidianas de los campesinos a la cual podemos vincular a el turismo de familia para que haga partícipe es el arreo de ganado, en la cual los campesinos serian acompañados por los turistas interesados a trasladar el ganado de un lugar a otro sobre caballos, teniendo en cuenta que esta actividad es recomendable para aquellos que posean una habilidad previa para montar caballos, a diferencia de los paseos en caballos que es una actividad que puede ser tanto para principiantes como para experimentados.

- **Recolección/ Siembra de Cultivo:** Dependiendo de la ZODES en la cual se encuentre el turista, este también podrá realizar actividades de recolección o/y siembra de cultivos de mango, maíz, arroz, plátanos, cítricos, yuca palma entre otros.

En donde los campesinos podrán compartir la historia de estos diferentes productos en caso tal sean ajenos al conocimiento del turista para que pueda ser

una actividad que mezcle el aspecto laboral con aquel que proporcione información acerca de nuestra cultura campesina y sus cultivos.

- **Producción de Alimentos:** Actividad que puede ser realizada en todas los municipios mencionados anteriormente, pero para tomar un ejemplo concreto en Mompox hay una gran cantidad de industrias domesticas en donde se elaboran: queso de capa, casabes, casabito, butifarras, longaniza o chorizo, almojábanas, pan de queso, suero, queso, chicha de arroz, peto, mazamorra de maíz, pasteles, dulce de limón, de coco, de leche, conservas de naranjas, de guayaba, cocadas, carambolas, bolón de coco, orejero, bocadillo y otros.

Para el turismo de familia sería muy atractivo ofrecerles la posibilidad de aprender cómo se hace por lo menos el queso o cualquier otro producto que sea típico del municipio en el que estén, en donde se provea esta actividad a manera de clases, una clase de elaboración de productos del campo.

Dependiendo de la riqueza en producción del municipio en donde este el turista esta es una actividad a la cual se le puede sacar mucho provecho puesto que se puede organizar de acuerdo a los productos, por ejemplo un día se enseña cómo se hace una chicha de maíz, otro día butifarras, pan de queso, Etc.

- **Otras:** Entre otras actividades que puede ofrecer la vida del campo a el turismo de familia, son aquellas que aunque no hagan parte del día a día de los campesinos si es posible que dependiendo de la oportunidad se pueda ofrecer como un evento alterno a los turistas, como que presencien marcado de ganado, castrado, inseminación entre otros.

- **Descanso**

No está demás aclarar que el turismo de familia dentro de un destino de turismo rural se le ofrecen cualquier cantidad de actividades con el fin de hacer más

atractiva su estadía, y lograr que puedan interactuar con las actividades rurales que hacen parte de la rutina o la vida de nuestros campesinos bolivarenses, sin embargo para muchos el hecho de estar en el campo disfrutando de un hermoso paisaje natural es suficiente, por esta razón se deben de mantener espacios libres de bullicio que perturbe esta tranquilidad en donde al fin y al cabo es la razón por parte del turismo de familia está buscando destinos de turismo rural.

3. EFECTOS SOCIALES Y CULTURALES SOBRE LA ACTIVIDAD TURISTICA.

El turismo en los municipios de los ZODES analizados previamente es una actividad que no está bien definida, en la mayoría de ellos únicamente en San Juan Nepomuceno vemos como gracias a sus 13 reservas forestales el municipio se está inclinando mucho más a la promoción del ecoturismo el cual hace parte del turismo rural.

En estos municipios que se lucran casi por completo de actividades agropecuarias podrían encontrar nuevas opciones de ingresos con un producto bien consolidado que aproveche todas aquellas actividades que realizan en el campo combinado con la riqueza natural que poseen ,el turismo rural es una clara alternativa de incursionar en una nueva actividad económica para estos municipios, la cual se basa en un nuevo concepto que está tomando mucha acogida alrededor del mundo el cual es el turismo sostenible, el turismo rural hace parte de este concepto que busca ofrecer un producto turístico al consumidor que no haga daño al medio ambiente sino que por lo contrario lo preserve y lo ayude en su crecimiento.

El turismo rural es hoy en día una de las opciones de turismo que ofrecen más beneficios en una perspectiva social y cultural puesto que promueve el desarrollo sostenible en donde se busca que se produzca desarrollo sin agotar o deteriorar los recursos que hacen que esta actividad turística sea posible, esto se logra al utilizar los recursos en una forma que se puedan ir renovando, es muy importante que esto se cumpla puesto que la gran mayoría de los atractivos turísticos que se localizan en ámbitos rurales son características de bienes públicos o de recursos de uso común como las playas, carreteras, cuevas etc., o como la organización de turismo mundial (OMT) lo ha definido esta clase de turismo busca optimizar los

beneficios ambientales y económicos potenciales de los viajes y del turismo, minimizando al mismo tiempo los posibles daños ambientales y culturales.

Es por esto que un producto de turismo rural que venga con esta concepción en el departamento de Bolívar podría ser aprovechado por los habitantes de sus municipios puesto que en muchos casos la actividad agropecuaria no provee lo suficiente para mantener la economía y el bienestar de todos y sería altamente provechoso si el departamento al comenzar con un uno de estos modelos de turismo traiga consigo oportunidades que mejoren la calidad de vida de los habitantes del departamento.

Considerando estudios llevados a cabo por el Corporate Research Center, CRC, para el turismo sostenible en Australia, el desarrollo del turismo rural, en los municipios previamente analizados e implementando un producto de turismo rural es muy probable que este produzca efectos complementarios referidos a varios aspectos que a continuación se describen:

3.1 EFECTOS INFORMATIVOS

Teniendo en cuenta este aspecto, se identifica que los viajeros no solo aprenden sobre el lugar de destino sino como ayudar a mantener las características del lugar mientras profundizan su propia experiencia de viaje.

Por su parte los residentes aprenden que su vida familiar y cotidiana puede ser objeto de interés y valoración por parte de personas ajenas a su comunidad las cuales aprenden acerca de cómo es la gente de dicho municipio y de esta forma se va creando un patrón de conducta general para demostrar ante el turismo que poco a poco va mejorando los hábitos cotidianos para poder ser modelo de las futuras generaciones del municipio

3.2 EFECTOS DE APOYO A LA INTEGRIDAD DEL LUGAR

Los turistas que visiten el departamento de Bolívar en el municipio de su preferencia eligen establecimientos que enfatizan el carácter y sabor locales, en términos de arquitectura, cocina, patrimonio cultural, estética y ecología.

En consecuencia los beneficios del turismo contribuyen a elevar la percepción del valor de estos recursos entre la comunidad puesto que al ver como tantas personas aprecian o disfrutan de cosas que ellos ven como aspectos tan básicos de su vida se empieza el cuestionamiento acerca de si tal vez el ambiente que los rodea no es tan simple como ellos creían al ver que los turistas disfrutan de este razón por la cual no solo aprecian mas su estilo de vida sino que se empieza a conservar y a enriquecer.

3.3 EFECTOS DE BENEFICIO A LOS LOCALES

Al implementarse un producto de turismo rural en el departamento la gerencia debe ser consciente de la necesidad de emplear dentro de su personal gente del municipio que pueda aportar toda su experiencia con respecto a este mismo para poder prestar un servicio más autentico con un sabor local al turismo.

Por esta razón estos locales recibirían un entrenamiento o capacitación que ayudaría a la formación de esta gente, además todos los suministros necesarios para poder ofrecer los servicios serán comprados en el departamento y los servicios por obvias razones se usaran del departamento.

3.4 EFECTOS DE CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS.

Los productos de turismo rural al tener una concepción sostenible evitaran el desgaste de los recursos naturales, y de igual forma no aportara en la contaminación y ayudara en la preservación de los recursos y parajes de los municipios puesto que estos son parte de los atractivos ofrecidos a los turistas en busca de paisajes limpios, tranquilos y cálidos que se tendrán como tesoros preciados en el departamento de Bolívar.

3.5 EFECTOS DE RESPETO A LA CULTURA Y TRADICIONES.

En los diversos municipios del departamento el turismo aprende a observar y respetar las costumbres locales incluyendo el uso de palabras y normas de cortesía local, al tiempo que los residentes aprenden a comprender aquellas expectativas de los foráneos que difieren de las suyas y de esta forma se crea un lazo en el cual aunque se cree un vinculo de intercambio cultural siempre se tendrá un principio de respeto por la cultura local y sus tradiciones.

3.6 EFECTOS DE FORMACIÓN DE UN DEPARTAMENTO TURÍSTICO.

Aunque se hayan determinado pocos departamentos con propiedades idóneas para consolidar un producto de turismo rural, la idea global de esto es que los demás municipios más adelante se puedan unir a esta actividad para que de esta forma se produzca en Bolívar la creación de un producto de turismo rural puede generar un efecto que propondría un escalón más hacia el desarrollo turístico para contribuir a conformar un espacio turístico que aporte una mayor cantidad de servicios turísticos que permiten consolidar una región o en este caso un departamento, sobre todo cuando se integra en forma complementaria al resto de la oferta existente.

4. DETERMINAR CONDICIONES DE DEMANDA Y OFERTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL TURISMO DE FAMILIA

Para determinar la viabilidad de un producto de turismo rural en el departamento de Bolívar es importante analizar qué condiciones ofrece este mismo en la actualidad en cuanto a productos, y visitas de turistas tanto extranjeros como nacionales que puedan ver este producto como una alternativa atractiva más que tiene el departamento por ofrecer.

Por tal razón presentamos el siguiente informe tomado de puerta de las Américas: “El número de viajeros internacionales que llegaron a Cartagena en el periodo enero-agosto de 2010 tuvo un crecimiento del 8,9%, en comparación con igual temporada de 2009, según el más reciente reporte entregado por Proexport.

En ese periodo el número de viajeros internacionales que llegaron a la ciudad fue de 111.465, lo que equivale a 9.081 turistas más que los que llegaron en igual periodo de 2009, que le dan a Cartagena una participación del 11,6% dentro del total de visitantes del exterior que llegaron al país (963.685), de acuerdo con las cifras entregadas por el DAS.

Veinte son los países que tienen alguna representatividad dentro de las estadísticas de viajeros internacionales a Cartagena. De los Estados Unidos proviene el 21,72% del total de los turistas que nos visitan, seguido de Argentina que se consolida como el segundo mejor mercado para la ciudad con el 14,5%, mientras que Venezuela representa el 9,20%.

Por continentes, el 47,2% provienen de América del Sur. De América del Norte el 27,2%; de Europa, el 17,5% y de América Central, el 4,4%.

El repunte de viajeros de Sur América se ha visto impulsado por la llegada al mercado de Cartagena de la aerolínea LAN, que une a esta ciudad con Lima, desde abril del año pasado, trayendo turistas del sur del continente”.

En cuanto al Departamento también reportaron los siguientes datos:

“El informe de Proexport también reporta el número total de visitantes internacionales al Departamento de Bolívar, donde Cartagena participa con el 99,65% del total de los viajeros. Entre enero y agosto de este año, al Departamento llegaron 111.853 viajeros, con una variación del 8,9% en comparación con igual periodo de 2009. La diferencia en número de viajeros fue de 9.172 visitantes. A Bolívar llegó el 11,6% del total de visitantes que arribaron al país.

Los otros destinos del Departamento preferidos por los viajeros fueron Magangué, Mompox, Turbaco, Arjona, Maríalabaja, Clemencia, Malagana, El Carmen de Bolívar y Achí”.

Esta información nos muestra el crecimiento que mantiene la ciudad de Cartagena al consolidarse como uno de los lugares más apetecidos por el turismo para realizar sus viajes.

Siendo la ciudad de Cartagena la mas reconocida del departamento de Bolivar objeto de nuestro proyecto, podemos tomar estos datos para poder determinar el estado de este sector en esta misma y poder aplicarlo a un analisis que sirva para el estudio del departamento, en el cual se tendra en cuenta tanto el turismo internacional como el nacional.

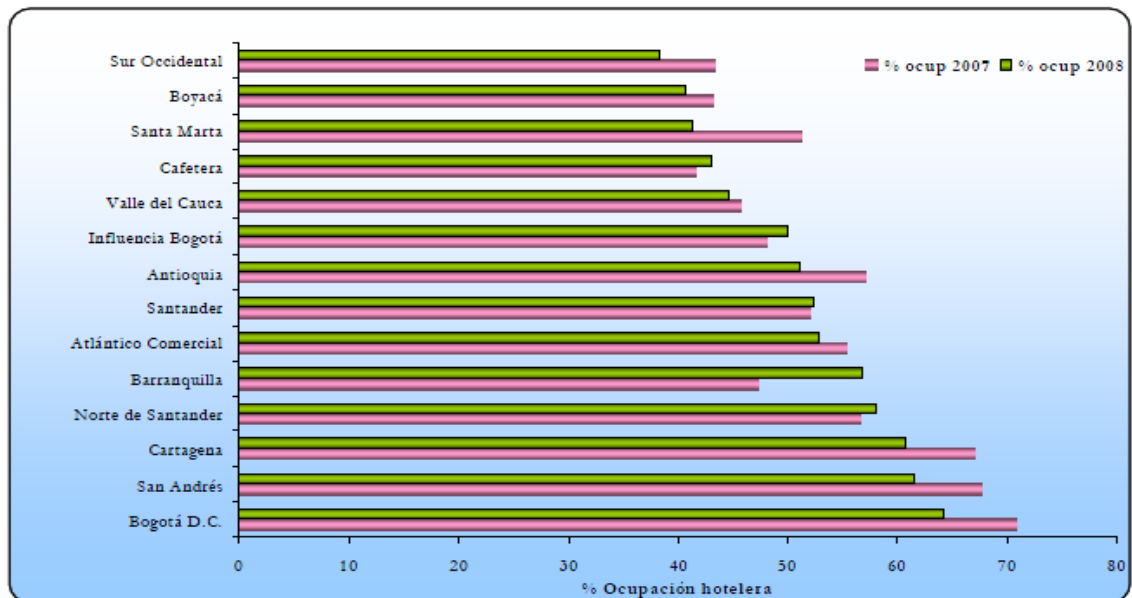
Vemos que la ciudad de cartagena se está fortaleciendo en el sector turistico y que este es el resultado del esfuerzo hecho por el gobierno nacional y los

empresarios pertenecientes a esta actividad económica, los cuales proporcionan al país como destino turístico y también como una plaza para realizar negocios e invertir. El buen resultado que ha tenido la ciudad de Cartagena durante los últimos años continúa fortaleciéndose a pesar de la recesión económica mundial.

4.1 OCUPACIÓN HOTELERA

“De acuerdo con las cifras reportadas por Cotelco y Asotelca (Gráfico 6), dos agremiaciones pertenecientes al sector turístico en la ciudad, Cartagena con un 60.7% es la tercera ciudad con la mayor ocupación hotelera en el año 2008, después de Bogotá (64.3%) y San Andrés (61.4%)”¹².

Gráfico 6. PORCENTAJE DE OCUPACIÓN HOTELERA POR CIUDAD



Fuente: Cotelco

De acuerdo a las cifras entregadas por estas agremiaciones antes mencionadas, también “se observa el comportamiento fluctuante de la ocupación hotelera y del

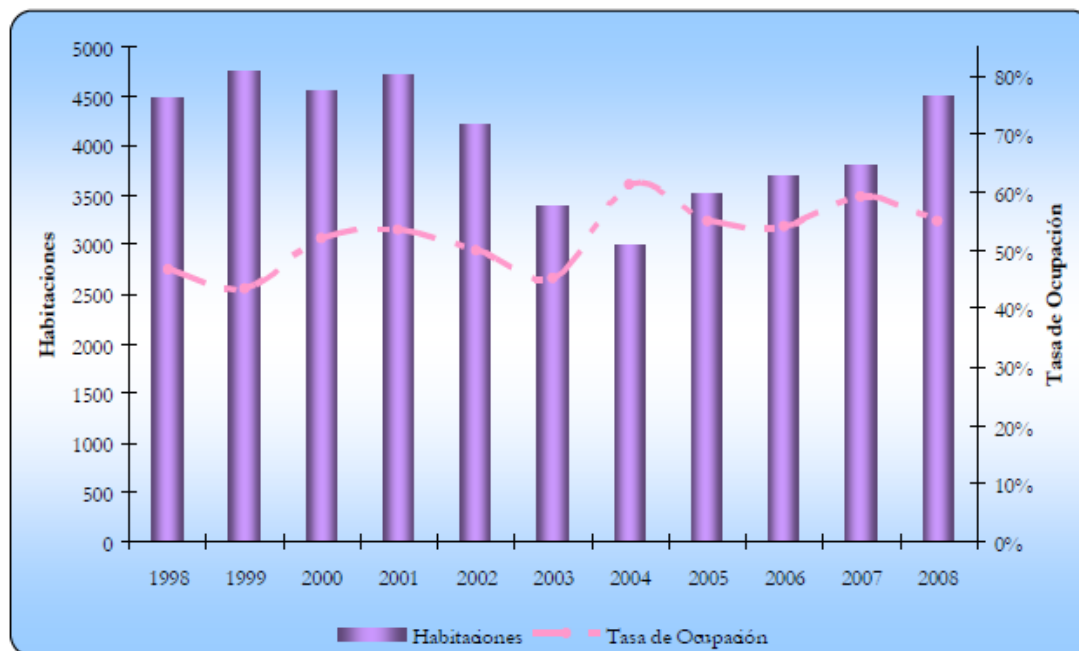
¹² Compendio estadístico Cartagena en síntesis, 2008. Alcaldía Distrital de Cartagena. Cámara de comercio de Cartagena

número de habitaciones en los últimos 10 años, observándose el mayor de crecimiento durante el año 2003 en la ocupación hotelera, cuando se ubico en 45,1%, mostrando nuevamente signos de recuperación a partir del siguiente año. Por su parte para finales del 2008 la tasa de ocupación hotelera en la ciudad fue de 54,9%¹⁵ cifra menor respecto el año 2007 cuando se ubico en 59,1%, la cual podría explicarse posiblemente por la mayor disponibilidad de apartamentos amoblados en la zona turística.

En cuanto al número de habitaciones al finalizar el año 2008 se situó en 4.500 habitaciones, incrementándose la oferta habitacional hotelera en 702 habitaciones respecto el año anterior; además ubicándose por encima del promedio de la última década (4.056 habitaciones)."¹³

¹³ Compendio estadístico Cartagena en síntesis, 2008. Alcaldía Distrital de Cartagena. Cámara de Comercio de Cartagena

Grafico 7. HABITACIONES Y TASA DE OCUPACIÓN HOTELERA, CARTAGENA
1998 - 2008

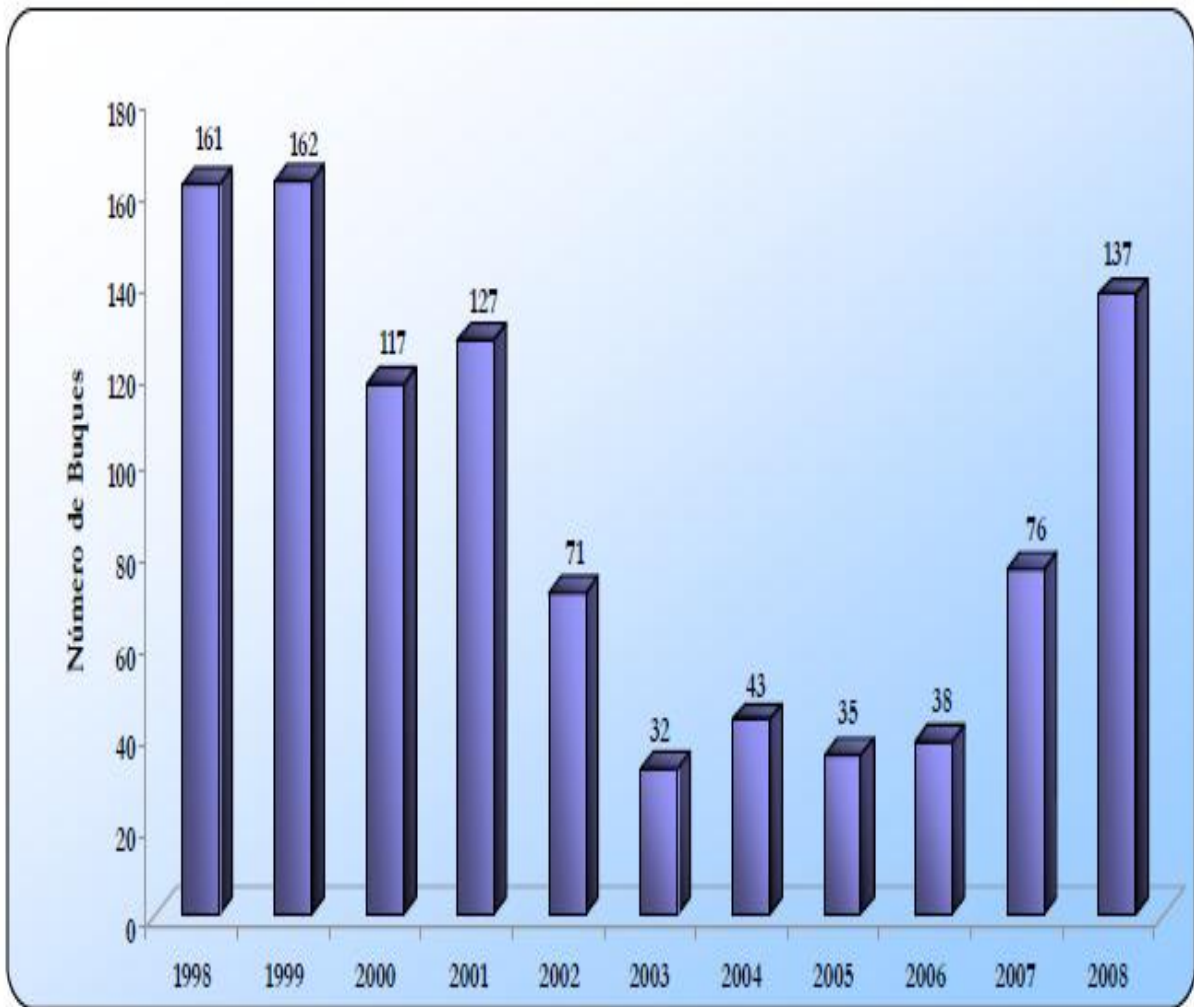


Fuente: COTELCO y ASOTELCA

De igual forma la afluencia de cruceros en la ciudad son unas de las razones principales que demuestran la buena dinámica de la actividad turística, según cifras de la Sociedad Portuaria Regional Cartagena, durante los años 2005 – 2008 ha sido notorio el movimiento de cruceros que arribaron a la ciudad, habiendo un aumento casi en el doble año tras año; registrando para el 2008 un total de 137 buques, 61 más que el año anterior. “Con un total de 206.691 pasajeros, aumentándose en 97.799 con respecto a los registrados en el 2007 cuando fueron 108.892 visitantes que llegaron a la ciudad, esto significa que Cartagena se ha convertido en uno de los principales destinos para la industria turística de este tipo”¹⁴.

¹⁴ Ibid.

Grafico 8. CRUCEROS LLEGADOS A CARTAGENA, 1998 – 2008



Fuente: Sociedad Portuaria Regional Cartagena (SPRC)

Durante el año del 2009 vemos que hay un incremento de 31 cruceros en el arribo a la ciudad, registrando un total de 168 buques para este año, y en el 2008, un total de 137. Con un total de 270.257 pasajeros, aumentándose en 63.566 con respecto a los registrados en el 2008 cuando fueron 206.691 visitantes que llegaron a la ciudad, identificamos durante los últimos años un significativo aumento el cual demuestra que cartagena se ha convertido en uno de los principales destinos para la industria turística de este tipo.

Tabla 1. ARRIBO DE CRUCEROS Y PASAJEROS A COLOMBIA 2008-2009

Número de Buques											
Mes	Cartagena		Santa Marta		San Andrés		Total		Var %		
	2008	2009	2008	2009*	2008	2009	2008	2009			
Enero	24	26	2	(4)	2	0	0	26	32	23,1	
Febrero	18	24	0	(4)	0	2	1	20	29	45,0	
Marzo	19	23	3	(5)	1	1	2	23	31	34,8	
Abril	22	24	3	(4)	2	1	0	26	30	15,4	
Mayo	3	1	0	0	1	0	0	3	2	-33,3	
Junio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	
Julio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	
Agosto	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0,0	
Septiembre	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0,0	
Octubre	10	19	0	(4)	2	0	0	10	25	150,0	
Noviembre	18	20	3	(5)	0	1	0	22	25	13,6	
Diciembre	21	29	6	(8)	4	2	1	29	42	44,8	
Acumulado	137	168	17	(34)	12	7	4	161	218	35,4	

Número de Pasajeros											
	Cartagena		Santa Marta		San Andrés		Total		Var %		
	2008	2009	2008	2009*	2008	2009	2008	2009			
Enero	26.653	37.076	863	(9.560)	881	0	0	27.516	47.517	72,7	
Febrero	28.710	40.412	0	(9.900)	0	910	561	29.620	50.873	71,8	
Marzo	25.220	38.363	2.445	(12.300)	598	667	313	28.332	51.574	82,0	
Abril	37.792	42.784	2.995	(7.268)	2.003	209	0	40.996	52.055	27,0	
Mayo	1.046	1.240	0	0	1.268	0	0	1.046	2.508	139,8	
Junio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	
Julio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	
Agosto	2.532	1.931	0	0	0	0	0	2.532	1.931	-23,7	
Septiembre	1.979	1.913	0	0	0	0	0	1.979	1.913	-3,3	
Octubre	19.655	27.838	0	(4.066)	3.692	0	0	19.655	35.596	81,1	
Noviembre	27.303	32.853	2.208	(4.670)	0	1.137	0	30.648	37.523	22,4	
Diciembre	35.801	45.847	8.913	(14.202)	5.122	1.183	32	45.897	65.203	42,1	
Acumulado	206.691	270.257	17.424	(75.530)	4.106	906	228.221	346.693	51,9		

Fuente: SPRC, SPSM, Capitanía de Puerto de San Andrés Islas

En esta grafica vemos que Cartagena es el segundo destino turístico que mas demanda tiene entre los viajeros que llegan a Colombia, sufriendo un aumento del 9.8% en lo comprendido de los años 2008 – 2009.

Tabla 2. LLEGADA DE VIAJEROS EXTRANJEROS SIN INCLUIR INGRESOS POR PUNTOS FRONTERIZOS Y CRUCEROS, PARTICIPACION SEGÚN CANTIDA DE DESTINO 2008-2009.

No.	Ciudad	2008	2009	Diferencia	Var%
1	Bogotá D. C.	627.056	692.800	65.744	10,5
2	Cartagena de Indias	141.367	155.259	13.892	9,8
3	Medellín	107.841	143.084	35.243	32,7
4	Cali	99.149	98.056	-1.093	-1,1
5	Barranquilla	57.941	50.870	-7.071	-12,2
6	San Andrés	48.020	47.526	-494	-1,0
7	Bucaramanga	24.738	23.005	-1.733	-7,0
8	Santa Marta	22.342	17.078	-5.264	-23,6
9	Cúcuta	14.695	15.928	1.233	8,4
10	Pereira	12.662	15.878	3.216	25,4
11	Ipiales	6.898	6.511	-387	-5,6
12	Armenia	4.903	5.936	1.033	21,1
13	Manizales	4.363	5.004	641	14,7
14	Valledupar	2.978	3.484	506	17,0
15	Maicao	4.350	3.164	-1.186	-27,3
16	Resto	43.663	70.117	26.454	60,6
17	Total	1.222.966	1.353.700	130.734	10,7

Fuente. DAS – Cálculos Viceministro de Turismo

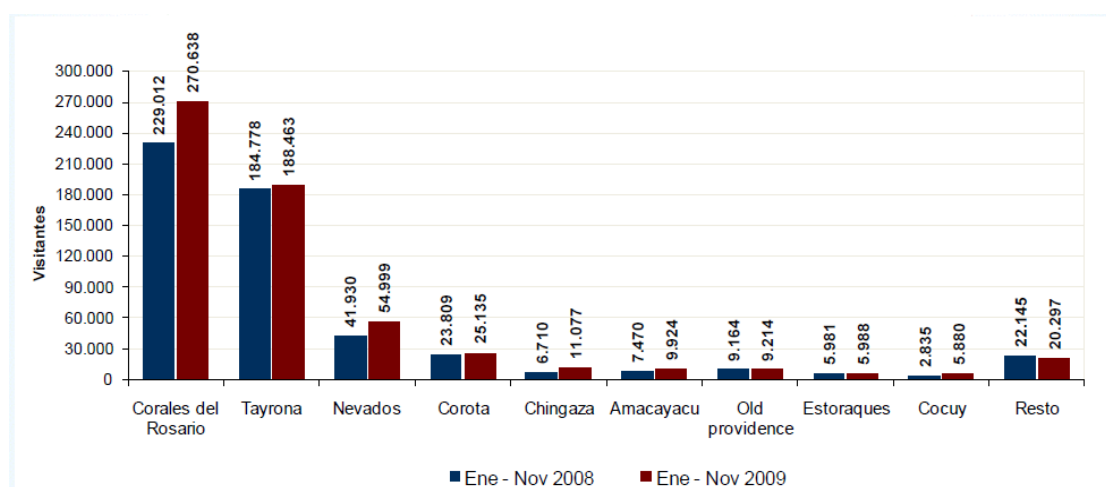
4.2 TURISMO EN AMBIENTES NATURALES

Esta grafica nos permite apreciar como la oferta de productos turísticos con relación a espacios naturales tiene una buena aceptación dentro del turismo que visita el país, lo cual favorece la posibilidad de implementar un producto de turismo rural en un país en donde los espacios naturales son apetecidos por el turista.

Es positivo el hecho de que además de notar una gran aceptación por estos espacios en el país, hay un crecimiento en cuanto a las visitas de estos mismos lo

cual prospecta un mayor número de personas con el interés de realizar un turismo eco amigable, por otra parte se puede tomar como un dato importante el gran número de personas que visitan el parque natural corales del rosario cifra importante de turistas que podríamos tomar como un referente para comparar cuantas personas podrían visitar atractivos naturales de productos de turismo rural.

Grafica 9. VISITANTES A PARQUES NACIONALES NATURALES



Fuente: Parque Nacional Naturales de Colombia

4.3 DEMANDA POTENCIAL.

De acuerdo con la grafica anterior podríamos decir que tomando el destino turístico de bolívar con mayor afluencia de turistas “parque natural corales del rosario” como un referente máximo de visitantes que podríamos tener en los productos de turismo rural en bolívar, el cual es 270.638 visitantes, por tal razón asumiríamos que por ser este, un producto que no está fuertemente posicionado en estos momentos, se esperarían como visitantes en un futuro 30% de este gran número de turistas.

Para poder llegar a esta cifra no solo se necesitan los esfuerzos de promoción, también una adecuación en cuanto a las instalaciones del producto en las diferentes locaciones del destino dentro de Bolívar y un servicio que preserve la esencia de una vida rural.

5. CONDICIONES DE ORGANIZACIÓN Y ARTICULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL CON LAS OTRAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA REGIÓN.

Basándonos en el segundo capítulo el cual hace referencia a la organización que se debe tener para la implementación de un producto de turismo rural y en los análisis hechos acerca del potencial turístico del departamento en el resto de los capítulos es posible armar toda esta información dentro de un solo propósito en el cual presentamos un prospecto de lo que sería todo el proceso para ofrecer este producto a el turismo de familia.

Primero vendría la consolidación de una empresa como se muestra a continuación.

5.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

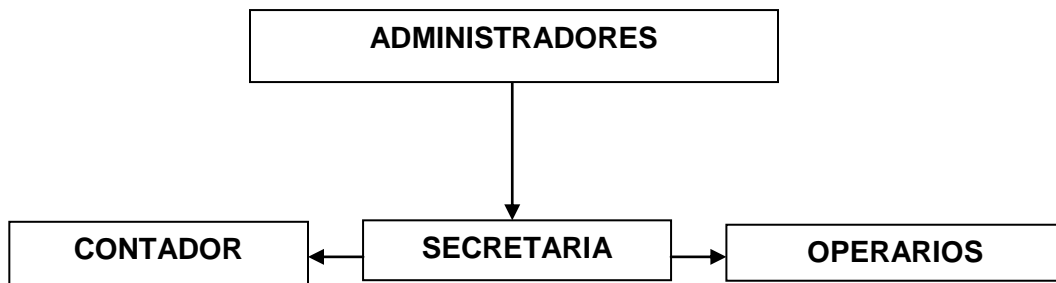
Nuestra agencia de turismo TYPICAL TRAVEL AGENCY empezará siendo una empresa pequeña por tanto su estructura organizacional es sencilla, rápida y flexible. Los costos de mantenimiento son bajos y su contabilidad es clara.

Nuestra idea de negocio tiene como objetivo principal la satisfacción del cliente dándoles a conocer los atractivos del departamento de bolívar y la posibilidad del disfrute de estos. Toda la organización estará comprometida con el cliente, por tanto el tipo de organización que mejor se adapta es el modelo lineal.

Nuestra agencia estará conformada por 8 trabajadores directos (2 administradores que son los copropietarios del negocio, 3 operarios, 1 secretaria, 1 contador y 1 asesor)

5.1.1 Estructura organizacional

Organigrama



Fuente: Autores del proyecto.

5.2 MANUAL DE FUNCIONES

- **ADMINISTRADORES:** A los administradores del negocio les corresponde la toma de decisiones y la representación de la sociedad, también el uso de la razón social con las limitaciones contempladas en los estatutos y las gestiones de mercadeo.

Deben ser personas con una amplia visión para determinar las oportunidades y amenazas del negocio.

El administrador u administradores deben hacerse responsables de crear el plan estratégico de la empresa cumplirlo de acuerdo a los objetivos planteados ya sea a corto o mediano plazo, tendrán la autonomía para aprobar programas y presupuestos que sean beneficiosos tanto para la compañía como para el personal. Estarán también a cargo de elaborar el pago de nominas.

- **SECRETARIA:** Esta persona estará encargada de realizar funciones tales como: realizar la facturación, vinculación y pagos de salud, pensión y riesgos profesionales de los empleados de la empresa.
- **OPERARIOS:** Uno de estos será el encargado de promocionar y vender los paquetes turísticos que ofrece la empresa, el cual se encontrará en las instalaciones de nuestra agencia, impulsando nuestros productos vía telefónica o por internet, y otros días en el centro amurallado de la ciudad, impulsando los paquetes turísticos de manera verbal con los turistas que a diario visitan la ciudad. Los otros 2 operarios de nuestra empresa serían los encargados de trasladar a los turistas a los diferentes destinos que promociona la empresa, estos a la vez se comportan como guías turísticos de las regiones visitadas, pues conocen los atractivos de cada lugar que se es visitado.
- **ASESOR CONTABLE:** Se solicitará un profesional en el área contable con experiencia, el cual será el encargado de analizar todos los movimientos contables y fiscales de la sociedad. Entre sus funciones también estaría presentar un plan de cuentas del programa que maneja la empresa, y presentar periódicamente informes de balance general y estado de pérdidas y ganancias a los administradores. Este será contratado a través de una firma de contadores.
- **ASEADORA:** Esta personas deben tener experiencia en aseo, de igual forma debe ser alguien metódico, ya que el hacer el aseo implica un orden específico y el cumplimiento de una pauta la cual especifica cuál es la tarea que se debe hacer cada día. Debe ser una persona honesta, humilde, responsable y muy pulcra.

5.3 PERFIL DEL TRABAJADOR:

Para la empresa TYPICAL TRAVEL AGENCY el talento humano es de vital importancia, puesto que el personal que trabaje con nosotros deberán ser personas capacitadas en el sector turístico, en manejo del inglés y la atención al cliente. Este personal debe ser creativo, tener sentido de liderazgo, ser emprendedor y persuasivo llegar de forma atractiva a los turistas.

El proceso de selección de nuestro personal se hará en varias etapas, la primera es el reclutamiento de hojas de vidas de los diferentes candidatos que apliquen para el cargo. La segunda es la selección de las hojas de vida de las personas que se ajustan más al perfil que nuestra empresa busca para el cargo a desempeñar, se realizará una entrevista y pruebas donde se escogerá a la persona que muestre mayores habilidades para su cargo. La última etapa es la contratación del personal escogido para cada cargo, los contratos serán a término indefinido.

5.4 TECNOLOGÍA ADMINISTRATIVA

TYPICAL TRAVEL AGENCY al ser una empresa que va dirigida en gran parte a los turistas internacionales, contará con una página Web completa en la cual se les brindará a nuestros clientes toda la información relacionada con los servicios que ofrecemos y los destinos turísticos incluidos en nuestras rutas. A su vez estos servicios podrán ser adquiridos en línea reduciendo costos de papeleo y tiempo.

5.5 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Según lo visto al estudiar los ZODES del departamento del Bolívar, llegamos a la conclusión de que en el ZODES de los montes de María (San Jacinto, Carmen de Bolívar, San Juan Nepomuceno, Zambrano y el Guamo) hay suficiente potencial y

capacidades para poder explotar un producto de turismo rural dado que estos municipios cuentan con una ecología adecuada y desarrollan actividades agropecuarias y artesanales de gran interés para el turismo, sin contar que además cuenta con una cercanía considerable con la ciudad de Cartagena.

Pero además de este ZODES hay un municipio que es de gran importancia y de interés para el turismo que no se encuentra en el ZODES de los montes de María, Mompox el cual es el municipio que más acogida tiene dentro de los que hemos mencionado en los ZODES como destino turístico en el departamento de Bolívar. “Su arquitectura colonial, la suntuosidad de sus iglesias y la historia allí contenida son su carta de presentación para que fuera declarada Patrimonio Histórico de la Humanidad y uno de los más bellos atractivos de departamento de Bolívar.

En conclusión de todos los municipios de Bolívar que segmentamos, nuestro servicio va dirigido hacia el ZODES de los montes de maría a excepción del Guamo por su distancia y por considerarlo el de menos potencial dentro de los municipios de este ZODES y el municipio de MOMPOX.

5.6 LOCALIZACIÓN DEL PRODUCTO

La localización del producto estará en aquellas fincas, haciendas o paraderos con actividades rurales dentro de nuestro segmento previamente seleccionado que puedan proporcionar el ambiente natural que nuestros turistas buscan al optar por elegir un producto de turismo rural como su actividad de descanso o vacaciones. Además es importante que el producto este localizado en un lugar alejado del ruido de la vida urbana para mantener ese espacio de tranquilidad que los turistas buscan al alejarse de las ciudades.

5.7 DIMENSIÓN O TAMAÑO DEL PRODUCTO

En este punto nosotros no estaríamos invirtiendo en la adecuación del tamaño del producto que se les estaría ofreciendo al turista es decir cabañas, hoteles, fincas, puesto que nosotros lo que haremos es promover este producto dentro del mercado del turismo de familia, y de esta forma poder ser el puente entre el turista y el prestador del servicio de turismo rural.

5.8. SERVICIOS POR OFRECER

Los servicios que ofreceremos como parte de la experiencia de este producto serán aquellos que habíamos mencionados en el segundo capítulo los cuales son

- Transporte
- Recibimiento
- Actividades

En cuanto al transporte para esto contaremos con 2 busetas propias para prestar este servicio a los turistas que no cuenten con su propio transporte para llegar al lugar de destino.

El recibimiento correrá por cuenta de nuestra empresa la cual deberá incluir una bebida típica del municipio al cual se halla llevado al turista y una muestra folclórica de este mismo, ya sea una danza, una representación etc.

Las actividades rurales ya que son propias de la misma región y de los campesinos que habitan este municipio correrán por cuenta del destino con el cual nosotros tengamos el convenio para llevar a nuestros turistas pero sin embargo serán nuestros operarios los que estarán presentes en cada destino para que se lleve a cabo una agenda de actividades puesto que es mejor que una persona con

conocimientos turísticos lleve las riendas de cómo se va a desarrollar todo el paquete que se le vendió a dicho turista, obviamente con el apoyo del conocimiento y la experiencia de aquellos que residan en el lugar de destino al que se llevo al turista.

Para poder organizar mejor todo lo que le queremos ofrecer al turismo de familia en materia de turismo rural se ofrecerán una serie de paquetes turísticos en los cuales ellos puedan elegir el de su preferencia.

5.8.1 Paquetes Turísticos. Nuestros paquetes turísticos van a estar Organizados dependiendo la preferencia de nuestros turistas en cuanto a permanencia o no en el lugar de destino, tiempo de permanencia, y distancia, estos incluirán todas las actividades mencionadas anteriormente en el capítulo 2 Dentro de las tablas de los paquetes que se mostraran a continuación se incluirán costos tales como lo son el transporte en el cual hemos tomado como punto de referencia el tour que realiza “Contactos Agencia de viajes” a MompoX (Distancia 291 km de Cartagena) el cual cobra en promedio 2.000.000 por el transporte 2 días y 3 noches y 375.000 por el guía turístico.

CONTACTOS TOUR A MOMPOX (3 DIAS Y 2 NOCHES)			
BUSETA	PRECIO	ENCARGADO	PRECIO
16 - 27 Personas	2.000.000	GUIA TURISTICO	375.000

De aquí hemos sacado un punto de referencia para calcular los costos de nuestros paquetes en cuanto a transporte y guianza (No incluyen estadías ni comidas) vale la pena aclarar que solo uno de nuestros destinos es MompoX el resto se encuentran más cerca como lo son :

- San Jacinto 92 km de C/gena
- Carmen de bolívar a 106 km de C/gena
- San Juan Nepomuceno 72 km de C/gena
- Mompox 291 Km de C/gena

Para los costos de transporte se calcularan los gastos de Combustible puesto que se cuentan con 2 Busetas propias, el costo del combustible será calculado de acuerdo a la distancia de los destinos.

- Promedio de 12km por galón de Diesel (6.377 pesos por Galón)

El primer paquete es el paquete pasadía, en el cual los turistas partirán desde Cartagena a las 7:00 de la mañana, y podrán aprovechar de una espectacular tarde en el campo rodeados de todo el ambiente y actividades rurales preparadas para ellos.

Este paquete incluye el transporte ida y vuelta, almuerzo, y todas las actividades que deseen realizar, ordeño, paseos a caballo, senderismo mas sin embargo solo se ofrecerá a los 4 Municipios que ofrecemos del ZODES de los montes de maría, puesto que a Mompox solo lo ofreceríamos en el paquete de estadía.

Tabla 3. PRECIOS POR PERSONA PAQUETE 1. (Datos estimados para 20 personas)

Paquete 1			
Paquete de Pasadía (ZODES montes de maría)	Costo	Ganancia	Precio
Transporte	9.566	50.435	60.000
Almuerzo	8.000	5.000	13.000
Actividades (Convenio con las fincas)	20.000	10.000	30.000
Recibimiento	3.000	2.000	5.000
Total	40.566	67.434	108.000

Fuente. Autores del proyecto.

El segundo paquete, es el paquete de estadía en los Zodes de los montes de María con opciones en cualquiera de los lugares con los que tengamos convenio en: San Jacinto, Carmen de bolívar, San Juan, Zambrano.

Dentro de este paquete nuestros costos de transporte van a ser similares al igual que el resto como lo son recibimiento, actividades y comidas, con la diferencia de que se cobrara la comisión de estadía a aquellos lugares que se beneficiaran con los turistas que les llevemos.

Para esto nosotros tendríamos un convenio con el lugar a donde llevemos los turistas para acordar un precio que incluya la estadía y las actividades que puedan realizar dentro de la finca, este precio lo promediaremos a la estadía de un hostel en Cartagena que es de 50.000 por persona, por noche, mas las actividades vendría siendo alrededor de 60.000 durante toda la estadía.

La frecuencia de este paquete será de 3 veces por semana con salidas los lunes, miércoles y viernes, 2 noches y 3 días.

Antes de presentarse los costos del paquete presentaremos un esquema ejemplo de cómo se podrían organizar las actividades dentro de este paquete de 3 días:

Recibimiento:

El recibimiento se hará con una deliciosa bebida típica de la región y una muestra general de la finca en donde estarán alojados los siguientes 3 días.

- **Día 1:**

Transporte (Opcional)

- Recibimiento e instalación en las habitaciones (10:00 AM – 12:00 PM)
- Almuerzo (12:00 PM – 2:00 PM)
- Tiempo libre (2:00 PM – 4:00 PM) Piscina, descanso.
- Reconocimiento a la finca en caballo (4:00 PM– 5:00 PM)

- Arreo de ganado (5:00 PM – 5:30 PM)
- Cena (6:30 PM – 7:30PM)

• **Día 2:**

Actividades:

- Ordeño de vacas (4:00 AM – 6:00 AM)
- Desayuno (6:30 AM – 8:00 AM)
- Jineteo (8:00 – 9:00 AM)
- Cultivo y recolección de cosecha (9:00 AM – 10:30 AM)
- Espacio Libre (10:30 AM – 12:30 PM)
- Almuerzo (12:30 PM – 2:30 PM)
- Tour a Palenque (2:30 -5:30 PM)
- Cena (6:30 – 8:30)

• **Día 3:**

Mañana Libre (Desayuno, Ordeño, paseo a caballo, Recolección y siembre de cosecha, descanso)

Salida (9:00 AM)

Tabla 4. PRECIOS POR PERSONA PAQUETE 2: (Datos estimados para 20 personas)

Paquete 2	Costo	Ganancia	Precio
Paquete de Estadía (ZODES montes de maría) 2 noches y 3 días			
Transporte	9.566	50.435	60.000
Comidas (2 Desayunos, 2 Almuerzos, 2 Cenas)	48.000	30.000	78.000
Estadía (Convenio con las fincas)	80.000	20.000	100.000
Actividades (convenio con las fincas)	40.000	20.000	60.000
Recibimiento	3.000	2.000	5.000
Total	40.566	67.434	108.000

Fuente. Autores del proyecto.

Por último tendríamos el **tercer paquete** el cual contendría los mismos costos que el paquete número 2 con la única diferencia de que al estar dirigido este paquete a la estadía en Mompox se incrementarían un poco los costos de transporte debido a la distancia.

Tabla 5. PRECIOS POR PERSONA PAQUETE 3: (Datos estimados para 20 personas)

Paquete 3			
Paquete de Estadía (Mompox) 2 noches y 3 días	Costo	Ganancia	Precio
Transporte	15.943	60.000	75.943
Comidas (2 Desayunos, 2 Almuerzos, 2 Cenas)	48.000	30.000	78.000
Estadía (Convenio con las fincas)	80.000	20.000	100.000
Actividades (convenio con las fincas)	40.000	20.000	60.000
Recibimiento	3.000	2.000	5.000
Total	186.943	132.000	318.943

Fuente. Autores del proyecto.

Estos paquetes que buscan acercar al turista con la experiencia de poder disfrutar un producto de turismo rural en un destino propicio como lo es el departamento de Bolívar, además de esto al turista se le puede incentivar aun mas promocionando los actuales atractivos turísticos de cada municipio como lo son.

5.9 APOYO EN LOS ACTUALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

Según lo visto al estudiar los ZODES del departamento del bolívar, llegamos a la conclusión de que en el ZODES de los montes de maría (san Jacinto, Carmen de Bolívar, San Juan Nepomuceno, Zambrano y el Guamo) hay suficiente potencial y capacidades para poder explotar un producto de turismo rural dado que estos

municipios cuentan con una ecología adecuada y desarrollan actividades agropecuarias y artesanales de gran interés para el turismo.

En **san Jacinto** los turistas podrían realizar visitas a las artesanías que son de gran reconocimiento nacional e internacional. Apreciar las hermosas y coloridas hamacas así como su elaboración, de igual forma la fabricación artesanal de instrumentos musicales que constituyen grupos autóctonos de la región (gaitas, grupos de millos).

Además de apreciar las famosas artesanías locales se podría visitar el imponente y reconocido SERRO DE MACO el cual es ampliamente renombrado en muchas canciones como por ejemplo “la hamaca grande”, el cual fue internacionalizado gracias a las múltiples giras que ha hecho nuestro cantautor Carlos Vives.

El Carmen de Bolívar cuenta con una gran acogida de feligreses para la fecha de la virgen del Carmen (17 de julio) en donde se celebran las fiestas, misas, procesiones, en donde el turista puede apreciar la religiosidad que los habitantes del pueblo profesan hacia la virgen que ha sido denominada patrona de los conductores.

Otro aspecto a destacar en este municipio y en el cual se puede involucrar al turista es en el sector de las microempresas productoras de las degustaciones típicas de la región como son panochas, galletas carmeras, entre otras. En donde el turista podría apreciar el proceso que va desde los elementos más sencillos hasta que el producto es degustado.

San Juan Nepomuceno fue nombrado municipio modelo del país en el año 1992. Tiene varias características que se pueden rescatar de él , como son por ejemplo la iglesia central, la cual fue nombrada patrimonio arquitectónico del país, así como su extensa flora y fauna dadas por el *Santuario los colorados*, el cual es una

pequeña zona protegida del norte de Colombia, pero de enorme importancia ecológica ya que en ella se protege uno de los últimos bosques nativos que permanecen aún en pie de la serranía conocida como Montes de María, además de una multitud de monos en peligro de extinción, en particular de la especie del mono colorado, del cual toma su nombre.

El santuario tiene el nombre de Loma de Los Colorados por la abundancia de los monos colorados (o aulladores) que habitan en su interior.

En este los turistas podrían realizar caminatas, apreciando una gran variedad de animales y plantas, así como los abundantes cuerpos de agua donde podrían desarrollar actividades de recreación o en su defecto hacer labores de pesca. Una propuesta sería generar sitios de hospedaje en este parque o habilitar fincas cercanas a este que estén en capacidad de recibir y atender a nuestros turistas.

Dentro del área de san Nepomuceno existen varios corregimientos de donde provienen los principales alimentos de la canasta familiar, cada corregimiento presenta costumbres propias así como fiestas locales que hacen de cada uno de ellos un pequeño país el cual hay que conocer. Cada uno de estos corregimientos cuenta con abundantes veredas y fincas donde se desarrolla en pleno las actividades de agricultura y ganadería, una de estas veredas es la vereda de botijuela en donde se encuentra la finca la esperanza la cual cuenta con un trapiche autóctono en donde se producen productos derivados de la caña (panela, batidos y diferentes dulces).

Otro corregimiento de san Juan Nepomuceno, es San Agustín, que queda a orillas del río Magdalena de manera que nuestros turistas pueden disfrutar aquí del principal cuerpo de agua del país, practicar actividades lúdicas y conocer pueblos cercanos rivereños.

Durante nuestro informe mostramos que el turismo familiar es un segmento de gran demanda y en expansión, y que cada vez es mayor el ingreso de turistas extranjeros a una región los cuales se ven identificados con el turismo ecológico. Por tanto vemos que nuestro departamento cuenta con zonas de comercialización del turismo rural, lo cual serviría también para reactivar estas zonas deprimidas, mejorando su calidad de vida complementando las actividades económicas tradicionales con las turísticas.

6. ANALISIS FINANCIERO

En este capítulo se realizará el análisis financiero de la propuesta de comercialización del producto de turismo rural planteada en el capítulo 5, para esto se hace un estudio en el cual utilizaremos la herramienta del VPN (Valor presente neto) el cual es uno de los métodos más utilizados para determinar la viabilidad de un proyecto, en el cual en nuestro caso es la posibilidad de comercializar el producto de turismo rural en Bolívar.

Para resumir o más bien narrar todo el proceso que conlleva llegar al valor presente neto utilizamos la descripción que presentaron Olimpo Paternina y Paulo Ariza en su Monografía *“CARTAGENA SOY AGENCIA: UNA PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS”* la cual resume el proceso de la siguiente forma, El método de Valor Presente Neto (VPN) consiste en traer todos los flujos de efectivo positivos o negativos netos según sea el caso, a valor presente a una tasa de interés dada (la mínima tasa de la que se descuenten dichos flujos debe ser la del costo de capital), y compararlos con el monto de la inversión; si el resultado es positivo la inversión es factible económicamente, si es negativo, no conviene llevar a cabo el proyecto, si es igual a cero realizarlo es indiferente.

Ahora bien, es importante tener en cuenta que se pueden utilizar dos criterios de evaluación: Análisis del proyecto desde el punto de vista *Puro* y Análisis del proyecto desde el punto de vista del *Inversionista*: Desde el punto de vista *Puro*, lo que se analiza es qué pasaría si el proyecto se realiza con recursos propios, es decir, los socios aportan el 100% del capital y desde el punto de vista del inversionista, los socios acuden a fuentes externas para su desarrollo.

Para calcular el Valor Presente Neto (VPN), es necesario estimar el Estado de Resultados anual y convertirlos en Flujos de Efectivos Operacionales. Para nuestro caso, los ingresos operacionales son el resultado de multiplicar el número de turistas tanto Nacionales como Extranjeros que componen nuestra demanda potencial por el Precio de Ventas de los Paquetes ofertados para cada horizonte tiempo, análogamente se realiza una operación similar con el cálculo de los Costos de ventas, es decir, número de turistas nacionales o Extranjeros por el costo de cada paquete. La diferencia entre los ítems Ingresos y Costos de ventas refleja el Margen Bruto del negocio. Luego se obtienen los Gastos Operacionales y/o de Administración los cuales están integrados por todas las actividades propias de la administración entre las cuales se cuenta el renglón de personal, Servicios Públicos, Diversos, Gastos de depreciación, Útiles de Oficinas, entre otros, también calculados en consonancia con el periodo de análisis. Al relacionar el Margen Bruto con los Gastos Operacionales observamos si efectivamente existe un beneficio de las operaciones, es decir, obtenemos la Utilidad Operativa, convirtiéndose este indicador en el más importante para la administración, toda vez que indica que los precios, costos y gastos muestran la eficiencia de la administración.

Determinada la parte de la Utilidad Operacional se deduce la provisión de impuestos y el resultado es igual a la utilidad Neta de los periodos proyectados.

Finalmente para estimar el Valor Presente Neto (VPN), convertimos la Utilidad Neta en Flujos de efectivo Operacionales mediante la adición de los Gastos de Depreciación en razón a que éstos no son salidas de efectivo. En esas circunstancias se procede a descontarlos a una Tasa de Oportunidad (Tasa de Rendimiento Esperada por el inversionista), que para nuestro caso se estimó en un 25%, arrojando un resultado positivo lo cual significa que el proyecto le ofrece a sus inversionistas la posibilidad de recuperar la inversión, pagar sus costos y sus

gastos pagar sus préstamos, sus impuestos y al mismo tiempo ofrecer un remanente para su distribución o apropiación.

Se hace la salvedad que cuando se trata del cálculo del Valor Presente Neto (VPN) desde el punto de vista del Inversionista lo único que se le adiciona a la estimación de los Flujos Operacionales son los rubros por las amortizaciones e intereses por los créditos utilizados.

Esta descripción es en sí una guía narrada de las cifras y las tablas que se mostraran a continuación, paso por paso, hasta que llegemos a nuestro objetivo final el cual es hallar el VPN que determinara la viabilidad de nuestra propuesta de comercialización.

6.1 INVERSION INICIAL

La inversión inicial es el monto de dinero que la empresa va a tener que aportar para poder poner en marcha el negocio, Para la inversión inicial vamos a tener en cuenta dos rubros el primero es el costo de los muebles y encerres para adecuar el local que se va arrendara, y el segundo es el más importante en este caso y también el más costoso el cual es el costo de las dos busetas con las que contaremos para prestar los servicios de trasportes hasta los destinos donde se localizan los productos.

Tabla 6. MUEBLES Y ENCERES PARA ADECUACIÓN DEL LOCAL.

Costo de muebles y enceres de oficina			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Mini Split 1 (caballo)	3	1.190.000	3.570.000
Sofá	2	850.000	1.700.000
Recepción	1	875.000	875.000
Escritorio	1	150.000	150.000
Silla de escritorio	2	200.000	400.000
Canecas	4	20.000	80.000
Computador de escritorio Dell	1	1.200.000	1.200.000
		TOTAL	7.975.000

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 7. COSTO DE BUSETAS.

Costo de Busetas			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Busetas Hyundai Modelo 2009	2	110.000.000	220.000.000

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 8. TOTAL INVERSIÓN INICIAL

INVERSION INICIAL		
Descripción		Total
Costo De muebles y enceres de oficinas		7.975.000
Costo de Busetas		220.000.000
		TOTAL 227.975.000

Fuente. Autores del proyecto

6.2 INGRESOS OPERACIONALES

Para obtener los ingresos operacionales utilizaremos como fuente la demanda potencial analizada en el capítulo 4 en donde tomamos como referencia el número de turistas por año tanto nacionales como extranjeros que visitan parques naturales en el Departamento de Bolívar, los cuales en el 2009 fueron 270.638, nosotros estimábamos en el capítulo 4 que al ser este un producto nuevo en el departamento la acogida que podría tener en los primeros años podría alcanzar como máximo un 30%, lo cual son 81.191 turistas, esto representa un número considerable de turistas en el caso de optar por la comercialización de este producto.

Al tratar de mantener este simulacro de implementación de agencia promotora de este producto lo más realista posible, nos limitamos a nuestro potencial oferta el cual de acuerdo a la frecuencia de nuestros paquetes y la capacidad de nuestras busetas es de 5.760 turistas por año, siendo este el 100% de nuestra capacidad, optamos por mantener un margen en caso de error en donde reducimos nuestra capacidad de oferta a un 70% lo cual serian 4.032 turistas por año que viene siendo apenas un 5% de la demanda potencial de 81.191 turistas.

Demanda Potencial	81.191
% de ventas de la empresa	5%
TOTAL VENTAS DE LA EMPRESA	4.032 Turistas

	Número de turistas por paquete
Paquete 1	2016
Paquete 2	1008
Paquete 3	1008
TOTAL	4032

	Ingresos de cada Paquete
Paquete 1	\$ 108.000
Paquete 2	\$ 108.000
Paquete 3	\$ 318.943
TOTAL	\$ 534.943

INGRESOS

Paquete 1	\$ 217.728.000
Paquete 2	\$ 108.864.000
Paquete 3	\$ 321.494.544
TOTAL	\$ 648.086.544

Fuente. Autores del proyecto

INGRESOS OPERACIONALES: **648.086.544**

6.3 COSTO DE VENTAS

	Número de turistas por paquete
Paquete 1	2016
Paquete 2	1008
Paquete 3	1008
TOTAL	4032

	Costos de cada Paquete
Paquete 1	\$ 40.566
Paquete 2	\$ 40.566
Paquete 3	\$ 186.943
TOTAL	\$ 268.075

COSTO DE VENTAS

Paquete 1	\$ 81.781.056
Paquete 2	\$ 40.890.528
Paquete 3	\$ 188.438.544
TOTAL	\$ 311.110.128

Fuente. Autores del proyecto

COSTO DE VENTAS: 311.110.128

6.4 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO SIN FINANCIACION

Este flujo se da a partir del caso Hipotético de que los recursos de la inversión inicial surgen de aportes de los mismos socios del proyecto.

Tabla 9. FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO SIN FINANCIACION

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales	648.086.544	661.048.275	674.269.240	687.754.625	701.509.718
Costos de Ventas	311.110.128	317.332.331	323.678.977	330.152.557	336.755.608
Utilidad Bruta	336.976.416	343.715.944	350.590.263	357.602.068	364.754.110
Gastos de Administración	195.019.674	198.920.067	202.898.469	206.956.438	211.095.567
Gastos Depreciación	1.595.000	1.595.000	1.595.000	1.595.000	1.595.000
Utilidad Operacional	140.361.742	143.200.877	146.096.794	149.050.630	152.063.543
Provisión de Impuestos	44.915.757	45.824.281	46.750.974	47.696.202	48.660.334
Utilidad Neta	95.445.985	97.376.596	99.345.820	101.354.429	103.403.209
Gastos Depreciación	1.595.000	1.595.000	1.595.000	1.595.000	1.595.000
Flujo Neto Operacional	97.040.985	98.971.596	100.940.820	102.949.429	104.998.209

Inversión	-227.975.000	97.040.985	98.971.596	100.940.820	102.949.429	104.998.209
VPN	\$ 41.255.208					

Fuente. Autores del proyecto

6.5 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO CON FINANCIACIÓN

Este sería el segundo caso hipotético en el cual la inversión inicial no fuese financiada con el capital de los socios sino con una financiación del banco.

En este caso calculamos el flujo de caja de la siguiente manera, teniendo en cuenta un préstamo del Banco por 5 años, con intereses del 1,5%.

TABLA 10. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales	648.086.544	661.048.275	674.269.240	687.754.625	701.509.718
Costos de Ventas	311.110.128	317.332.331	323.678.977	330.152.557	336.755.608
Utilidad Bruta	336.976.416	343.715.944	350.590.263	357.602.068	364.754.110
Gastos de Administración	195.019.674	198.920.067	202.898.469	206.956.438	211.095.567
Gastos Depreciación	1.595.000	1.595.000	1.595.000	1.595.000	1.595.000
Utilidad Operacional	140.361.742	143.200.877	146.096.794	149.050.630	152.063.543
Gasto Financiero	3.419.625	2.735.700	2.051.775	1.367.850	683.925
Utilidad Antes de Impuestos	136.942.117	140.465.177	144.045.019	147.682.780	151.379.618
Provisión de Impuestos	47.929.741	49.162.812	50.415.757	51.688.973	52.982.866
Utilidad Neta	89.012.376	91.302.365	93.629.263	95.993.807	98.396.752
Gastos de depreciación	1.595.000	1.595.000	1.595.000	1.595.000	1.595.000
Amortización del crédito	45.595.000	45.595.000	45.595.000	45.595.000	45.595.000
Flujo Neto Operacional	45.012.376	47.302.365	49.629.263	51.993.807	54.396.752
Inversión	0	45.012.376	47.302.365	49.629.263	51.993.807
VPN	\$ 130.814.988				

Fuente. Autores del proyecto

7. CONCLUSIONES

El departamento de Bolívar según lo identificado dispone de importantes atributos turísticos de tipo natural y en él se desarrollan diferentes actividades económicas para el desarrollo del turismo rural en las distintas ZODES. Sin embargo al estudiar los ZODES del departamento de bolívar, llegamos a la conclusión de que en el ZODES de los montes de maría (san Jacinto, Carmen de Bolívar, San Juan Nepomuceno, Zambrano y el Guamo), tanto como en el municipio de Monpox, hay suficiente potencial y capacidades para poder explotar un producto de turismo rural dado que estos municipios cuentan con una ecología adecuada y desarrollan actividades agropecuarias y artesanales de gran interés para el turismo, sin contar que además cuenta con una cercanía considerable con la ciudad de Cartagena.

También cabe destacar que con el paso de los años y según las cifras reportadas en nuestro trabajo, vemos que Cartagena es el segundo destino turístico que mas demanda tiene entre los viajeros que llegan a Colombia, sufriendo un aumento del 9.8% en lo comprendido de los años 2008 – 2009; Además de esto notamos gran aceptación en los espacios ecológicos en nuestro país, donde cada día se acrecienta el número de visitas a estos mismos, lo cual prospecta un mayor numero de personas con el interés de realizar un turismo eco amigable.

Al analizar todas las posibilidades que ofrece el departamento de Bolívar luego de estudiar sus ZODES se puede concluir que el departamento podría tomar la decisión de arriesgarse a promover la participación de sus municipios en este tipo de productos, involucrando a expertos en la promoción y venta de estos tales como las agencias de viaje, las cuales luego de ver el estudio financiero y ver la viabilidad de este proyecto, podrían verse beneficiadas al involucrarse en la comercialización de este producto.

8. BIBLIOGRAFÍA

- GUSTAVO ROJAS PINILLA. ¿El Turismo Rural alternativa de Desarrollo?; Reflexiones sobre su papel en el desarrollo rural
- Gerson Javier Pérez V. *Bolívar: Industrial, agropecuario y turístico*. Documentos de trabajo sobre economía regional. Banco de la Republica
- Manual para la identificación, formulación y evaluación de empresas de turismo rural en México.
- Compendio Estadístico Cartagena en Síntesis 2008
Cámara de Comercio de Cartagena y Alcaldía Distrital de Cartagena
- Política de Turismo cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio.
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/castellanos_m_ae/capitulo4.pdf
- <http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/pdf/DTSER-58.pdf>
<http://www.alasru.org/cdaldasru2006/14%20GT%20Humberto%20Rojas%20Pinilla.pdf>
<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/2007/PoliticaTurismoCultural.pdf>
- <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2009-TurismoDiciembre.pdf>
- <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/EstudiosEconomicos/2010-TurismoMayo.pdf>
- <http://www.colombia.com/especiales/2002/agroturismo/verdadero.asp>
- <http://www.descansorural.com/>
- <http://www.ucrostravel.com/mochileros.php>