

# **EMBARCADERO TURISTICO DE GIRARDOT**

**DIEGO ARMANDO CASTRO MUNAR.**

**dacm18@hotmail.com**

## **INTRODUCCION**

Los embarcaderos turísticos del mundo se han caracterizado por ofrecer comodidad y diversión al turista, prestando principalmente servicios de paseos fluviales, constituyéndose en centros de cultura ya que reviven el modo de vida de los habitantes. En cuanto a lo administrativo y económico, son centros altamente productivos para el desarrollo local .

En el departamento de Cundinamarca se encuentra el Municipio de Girardot provincia del Alto Magdalena, el cual tiene como actividad economía el turismo y el comercio, su población es aproximadamente de 150.000 habitantes, la temperatura promedio es de 30 grados centígrados, su clima tropical le agrada al turista.

En esta ciudad se encuentra el Embarcadero Turístico de Girardot ubicado en la esquina sur oriental de la calle 12 y carrera 12 de la actual nomenclatura y sobre la orilla norte del río Magdalena, este centro presta los servicios de paseos fluvial, piscina, bar y restaurante.

El Embarcadero Turístico cuenta con una amplia tradición económica e histórica ya que fue en este sitio donde se inició el comercio fluvial y sirvió de unión para los departamentos del Tolima y Cundinamarca. En su infraestructura física se refleja una arquitectura típica de los años 60, culturalmente fue testigo inicial del carnaval del río, hoy día posicionado como Reinado Nacional del Turismo.

En la actualidad, el embarcadero se encuentra prestando los servicios de eventos especiales que se realicen en la ciudad y como foco de servicio turístico brindando diversión, esparcimiento para las personas que vienen de otras ciudades.

En el presente trabajo, se realizó un diagnóstico situacional de la organización para conocer cual es el funcionamiento, desempeño y si ha cumplido con sus objetivos propuestos, también se creó una plataforma estratégica para identificar en que negocio se encuentra la empresa y que servicio va a prestar en el mercado del turismo en la ciudad de Girardot.

Por otra parte, se propuso una identidad corporativa para la organización teniendo en cuenta el comportamiento de los posibles turistas sus conductas y costumbres con el fin de brindar un mejor servicio en la empresa.

Luego se estableció un sistema de organización circular contando con un gerente, contador, secretaria con énfasis en contabilidad, director de mercadeo, sheffs de cocina, técnico en piscina, celador con el fin de que la empresa tenga un sistema de organización idóneo para competir en el mercado local, nacional e internacional.

Además, se realizó un manual de funciones que sirva como instrumento y control para proporcionar a la empresa información sobre las actividades que realicen las personas que laboren para la entidad.

En el ámbito de mercadeo; se realizaron encuestas dirigidas a los turistas que visitan la ciudad de Girardot, para conocer si utilizarían los servicios brindados por el Embarcadero.

Se identificaron las debilidades, oportunidades fortalezas y amenazas del medio para mejorar la oferta de servicios turísticos dando así a la empresa mayor rentabilidad y posicionamiento, para este propósito se utilizará un plan de mercadeo, estrategia con el cual la empresa brinda mayor cobertura en la demanda de turistas.

Todo lo anterior, con el fin de lograr la reactivación de este epicentro turístico, teniendo así una mayor cobertura y control administrativo convirtiéndose en un ente rentable. Además con un mayor conocimiento del mercado potencial en el ámbito nacional, regional y local.

## **1. TITULO**

Diseño organizacional y Plan de Mercadeo para el Embarcadero Turístico del  
Municipio de Girardot Cundinamarca.

## **2. PROBLEMA DE INVESTIGACION**

### **2.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA**

El Embarcadero Turístico de Girardot Cundinamarca, cuenta con una excelente ubicación geográfica sobre la margen derecha del río Magdalena, el cual es propiedad del municipio y elemento cultural de su historial socioeconómico.

En la actualidad la organización no contribuye como es debido al desarrollo turístico de la región ya que carece de un diseño organizacional y plan de mercadeo, además no cuenta con estudios de mercadeo que permitan proyectarlo como ente competitivo; no existen sistemas de control que garanticen la eficiencia y eficacia para el cumplimiento de los objetivos de la institución, a esto, se suma la poca publicidad, promoción que han provocado que el embarcadero turístico de Girardot no sea explotado y aprovechado adecuadamente.

### **2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA**

Los diferentes interrogantes que plantean la comunidad, por la subutilización de este sitio turístico, cuyo nombre es BALNEARIO DEL PUERTO DE LOS GUAMOS, “embarcadero turístico de Girardot” y las falencias en el ámbito Administrativo, y estrategia de ventas; que han llevado al desaprovechamiento de un espacio turístico y cultural fundamental para el desarrollo de la economía turística del municipio de Girardot, se plantea lo siguiente formulación:

¿Cual sería el tipo de organización y plan de mercadeo para hacer del embarcadero turístico de la ciudad de Girardot un ente más productivo?.

### **3. OBJETIVOS DE INVESTIGACION**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar el diseño organizacional y el Plan de Mercadeo al Embarcadero Turístico de la ciudad de Girardot Cundinamarca, para que la organización se fortalezca en la parte administrativa y de mercadeo mejorando así la competitividad y productividad de la empresa en el mercado de servicios turísticos.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Realizar un diagnóstico al Embarcadero Turístico de la ciudad de Girardot.
2. Proponer un sistema organizacional para la empresa.
3. Diseñar el plan estratégico de marketing para mejorar las ventas de servicios turísticos y recreativos.

#### **4. JUSTIFICACION**

La importancia histórica del Embarcadero, data de finales del siglo XIX cuando desde ese lugar se embarcaba el café y otros productos hacia el exterior por la época de desarrollo de la navegación a vapor por el río Magdalena, la cual cobró mayor impulso hacia comienzos del siglo XX.

El desarrollo de otros medios de transporte hizo como el ferrocarril y las vías carretables hicieron que se modificara el uso del embarcadero hacia la recreación y el turismo, el cual desde entonces ha sido administrado como bien del municipio de Girardot.

La nación, al igual que la ciudad de Girardot debe adquirir conciencia de la importancia del Embarcadero como un centro turístico, cultural y productivo en el cual las personas buscan a través de sus servicios; diversión y recreación en sus tiempos libres de visita.

El Embarcadero Turístico, cuenta con excelentes recursos naturales, siendo un atractivo potencial para el turista, esto expresa el interés de la organización por captar e ingresar al mercado de servicios turístico y ampliar la cobertura.

La situación administrativa y la escasa venta de servicios motivaron a los investigadores a realizar el presente estudio, poniendo a prueba su capacidad, conocimiento y destreza para desarrollarse como administradores de empresas.

El proyecto beneficiará en primera instancia al Municipio por cuanto el embarcadero turístico pasará a ser un centro más productivo. Beneficiará además a la población Girardoteña porque será un medio desde el cual se podrá mantener la cultura tradicional de navegación en cortos tramos por el río Magdalena.



El proyecto es benéfico para la comunidad por que a través del centro se podrá ofertar trabajo para cubrir los diferentes niveles y / o departamentos que exija la nueva organización, sin olvidar también los empleos indirectos que se formarían por la reactivación de la zona donde se encuentra este centro histórico y productivo.

## **5. MARCO DE REFERENCIA**

### **5.1 MARCO TEORICO**

El administrador de empresas es aquella persona que crea, controla, gestiona, coordina, escucha y diseña todo el sistema administrativo de una empresa transformándola en un ente productivo, eficiente y competitivo.

De esta manera el trabajo pretende la propuesta de un diseño administrativo y plan de mercadeo para el embarcadero basado en teorías administrativas, extractando los fundamentos básicos en la consecución del estudio del problema; como el no contar con una estructura organizacional fundamental para el desarrollo y funcionamiento a través del tiempo de la empresa.

Teniendo en cuenta el problema de la organización del embarcadero turístico en el ámbito administrativo, se toman los principios de administración científica de Frederick Taylor, “ el cual basa su teoría en aumentar la eficiencia en la producción, no solo para disminuir los costos y aumentar las utilidades, sino también para hacer posible una remuneración más alta para los trabajadores por su mayor productividad <sup>1</sup>”.

Para ello el personal administrativo que labore en este ente, debe ser productivo a las personas que lo visitan encontrando así una estructura sólida y competitiva. En cuanto al papel organizacional se divide en actividades, objetivos, planes e ideas con el fin de obtener metas claras para generar así utilidades a la empresa,

---

<sup>1</sup> Frederick Taylor (fundador de la administración científica).citado por KOONZT, Harold y WEIHRICH, Heinz. Administración una Perspectiva Global. Editorial Mc Graw-Hill. Onceava edición. México D.f. Año 1998.796.p.,p.17.

lo anterior mencionado es realizado por todas las organizaciones desde las mas pequeñas hasta las grandes industrias.

Por otra parte, en una organización es fundamental un diseño administrativo ya que es allí, donde se delegan las funciones y procedimientos para un buen estado organizacional en la parte administrativa, financiera, de mercadeo, técnicas entre otras, mejorando así el desempeño de la empresa en todas las áreas o actividades en que se encuentren divididas.

También se utilizará el enfoque Henry Fayol, el cual es conocido como el padre de la teoría administrativa moderna que dividió las actividades de una empresa en grupos donde el personal que trabajará en su cargo fuese idóneo y manejará un trabajo en equipo siendo así la organización competitiva en el mercado.

La tesis de "Fayol expresa que las actividades de una empresa se podrán dividir en seis grupos como; las técnicas de producción, comercialización, financiera, seguridad, contables y administrativas señalando que estas actividades existen en los negocios de cualquier tamaño, además maneja unos principios generales los cuales se utilizarán cuatro y son :

Primero; Fayol tiene en cuenta en las actividades organizacionales el principio de autoridad y responsabilidad la cual se relacionan entre si y una depende de otra.

Segundo el trabajo en equipo ya que las personas que laboran en una empresa deben aportar ideas para obtener una empresa productiva.

Tercera la división del trabajo, el cual consiste en la especialización que los economistas consideran necesarias para lograr eficiencia en el uso de la mano de obra, Henry Fayol, aplica el principio a todos los tipos de trabajo tanto administrativos como técnicos.

Como cuarto y último principio administrativo, se utilizará la disciplina al considerarla como el respeto de acuerdos que se dirigen a obtener obediencia, aplicación, energía y las características exteriores de respeto rescatando que la disciplina buenos superiores en todos los niveles.<sup>2</sup>”

Los anteriores criterios mencionados se utilizarán para el mejoramiento y calidad de la prestación de servicios turísticos de la empresa a la comunidad, al mismo tiempo un desempeño eficiente del personal administrativo aumentando así las utilidades de la organización .

Las empresas deben utilizar departamentos ya que “designan un área división o sucursal en particular de una organización sobre la cual el administrador posee autoridad respecto del desempeño de actividades específicas<sup>3</sup>,”ganando eficiencia en la prestación de servicios turísticos. Actualmente el embarcadero no cuenta con departamentos idóneos que mejore la competitividad de la organización en la oferta de servicios turísticos, provocando una disminución en la productividad y calidad de la empresa.

Además el embarcadero turístico debe tener como apoyo administrativo un “diagnóstico que es una herramienta de dirección que permitirá ayudar a comprender (el pasado y presente) y actuar (en el presente y futuro).<sup>4</sup>” mejorando así las actividades que realicen la organización ejerciendo un mayor control de la parte administrativa y operativa de la entidad logrando así objetivos claros para el desarrollo económico, servicios turísticos para la consecución de metas para la entidad.

---

<sup>2</sup> KOONZT, Harold y WEIHRICH, Heinz. Administración una Perspectiva Global. Editorial Mc Graw-Hill. Onceava edición. México D.f. Año 1998.796.p, p.19-20.

<sup>3</sup> Ibid., p.,248

<sup>4</sup> THIBAUT, Jean-Pierre. Manual de Diagnostico en la Empresa. Editorial Paraninfo. Madrid Año 1994. 329p.,p.17.

También en la parte de servicios turísticos se utilizará la estrategia de un plan de mercadeo debido a la posición estratégica y recursos naturales con el cual cuenta este sitio empresarial.

Para la elaboración del plan de mercadeo se utilizará fundamentos de “Marketing como la publicidad, la promoción y ventas a presión, es decir un conjunto de medios de venta particularmente agresivos utilizados para conquistar los mercados existentes,<sup>5</sup>” mejorando la competitividad, participación y utilidades del embarcadero.

Por otra parte, “ a primera vista se diría que los problemas que conciernen a la pequeña y mediana empresa tiene muy poco que ver con la noción de marketing que se ha expuesto, esta opinión es cierta en apariencia; de hecho, la vida de estas empresas se hallan estrechamente vinculada al enfoque del marketing por dos razones principales:

Porque el marketing inspira la (filosofía) de toda empresa moderna, independientemente de la envergadura de esta, y en particular porque las pequeñas y las medianas empresas desempeñan un importante papel en relación con alguna de las técnicas de marketing<sup>6</sup>”.

---

<sup>5</sup>LAMBID, Jean Jacques. Marketing estratégico. Editorial Mc Graw-Hill. Tercera edición. Madrid. Año1995.610p.,p.1.

<sup>6</sup> Circulo de lectores. Enciclopedia Practica de Administración Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Editorial Printer latinoamericana Ltda. Bogota D.C. Año 2003. 368.p.,p.5. ISBN tomo 1. 958- 28- 1392-x

Paralelamente a lo anterior mencionado, se suma la consolidación de empresa, la cual se basa en ser dinámica con sus sistemas abiertos para lograr así alta competitividad y desarrollo a mediano plazo; con todo lo anterior corresponde definir que “la organización es el ente social, creado intencionalmente para el logro de determinados objetivos mediante el trabajo humano y recursos materiales (tecnológicos, equipos, maquinarias e instalaciones).<sup>7</sup>”

El embarcadero turístico debe prestar un servicio con mayor eficiencia y productividad para lograr un posicionamiento en el sector turístico, también debe dividir las funciones en un nivel jerárquico con un excelente canal de comunicación.

Teniendo en cuenta que un “organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de unas áreas o unidades administrativas, en las que se muestran las relaciones que guardan entre si, los órganos que la componen,<sup>8</sup>” de esta manera el embarcadero administrativamente se convertiría en un ente con un alto desempeño y gestión cumpliendo así un control idóneo para el direccionamiento de la organización.

A un claro organigrama se le suma un “ manual de funciones que es aquel que especifica las tareas que debe cumplir cada cargo con una mayor eficiencia, organización y control,<sup>9</sup>” mejorando la información de la empresa sirviendo así

---

<sup>7</sup> L. DE GUEVARA, Carlos Dávila. Teorías Organizacionales y Administración. Editorial Mc Graw-Hill. Segunda edición. Bogotá D.C. Año 2001. 317.p., p.6.

<sup>8</sup> FRANKLIN FINCOWSKY, Enrique Benjamín. Organización de empresas análisis, diseño y estructura .Editorial Mc Graw-Hill. Primera edición. México DF. Año 2001. 341.p., p.65.

<sup>9</sup> L. DE GUEVARA, Carlos Dávila. Teorías Organizacionales y Administración. Editorial Mc Graw-Hill. Segunda edición. Bogotá D.C. Año 2001. 317.p., p.153.

como apoyo a un direccionamiento en forma ordenada sistemática y administrativa, todo esto con el fin del mejoramiento día a día de la empresa.

Por otra parte, el embarcadero turístico debe dirigir los esfuerzos a realizar planes de mercadeo con el fin de mantener una orientación y filosofía del mercado al cual va dirigir sus servicios teniendo en cuenta las ventajas del mercado, posiciones de los competidores, oportunidades del mercado, gustos de los clientes e impactos de planes a realizar por la entidad.

“La planeación del marketing es el proceso sistemático para desarrollar y coordinar decisiones de marketing. En esencia entonces el plan de marketing brinda el marco de referencia para implantar la orientación hacia el mercado. Suministra el enfoque para la recopilación de información, el formato para la difusión de la información, y la estructura para desarrollar y coordinar las respuestas técnicas y estratégicas de la organización.”<sup>10</sup>

En efecto, las organizaciones grandes, medianas y pequeñas deben de tener un direccionamiento estratégico para reconocer cómo es la organización, consiguiendo así las metas proyectadas de la empresa, sumado a lo anterior una planeación de mercadeo para conocer el comportamiento del mercado.

## **5.2 MARCO CONCEPTUAL.**

**ORGANIZACIÓN.** “Es un ente social creado intencionalmente para el logro de determinados objetivos mediante el trabajo humano y recursos materiales (tecnológicos, equipos, maquinarias, instalaciones físicas)”.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> GUILTINAN, Joseph P, Gerencia de Mercadeo Estrategias y Programas. Editorial Mc Graw-Hill. Sexta edición. Bogotá D.C. Año 2001. 470.p.,p.15.

<sup>11</sup> L. DE GUEVARA, Carlos Dávila. Teorías Organizacionales y Administración. Editorial Mc Graw-Hill. Segunda edición. Bogotá D.C. Año 2001. 317.p., P.6.

**MANUAL DE FUNCIONES.** “Tiene por objeto indicar por escrito a cada jefe lo que se espera de él en materia de funciones, tareas, responsabilidad, autoridad, comunicación e interpelación dentro y fuera de la empresa”<sup>12</sup>.

**EMBARCADERO TURISTICO.** Centro de descanso recreación y diversión.

**DISEÑO ADMINISTRATIVO.** Elaboración de la parte administrativa como estructura orgánica “organigrama,” manual de funciones y plataforma estratégica mediante el cual la organización tenga un porvenir en el mercado; determinando qué producto o servicio debería promoverse en forma agresiva, cual, conservarse y cual, abandonarse, con el fin de identificar el negocio.

**PLATAFORMA ESTRATEGICA.** Diseño mediante el cual se conoce cómo es la organización sus objetivos, metas, estrategias y fines para lograr un direccionamiento identificando la empresa en el mercado y no sucumbir en él.

**MARKETING.** “Designa el conjunto de actividades desarrolladas para conocer el mercado y adecuar a él los productos y los servicios de la empresa”.<sup>13</sup>

**PLAN DE MERCADEO.** Estrategia que ha de seguir del embarcadero integrando una serie de elementos como la idoneidad y oportunidades de su servicio, precio, distribución promoción y publicidad.

---

<sup>12</sup> Circulo de lectores. Enciclopedia Practica de Administración Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Editorial Printer latinoamericana Ltda. Bogota D.C. Año 2003. 368.p., p.315. tomo 1.

<sup>13</sup> 2Ibid., p.13



**ORGANIGRAMAS.** “Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas o unidades administrativas en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen”.<sup>14</sup>

**DIAGNOSTICO.** Herramienta mediante el cual se conoce la situación de la empresa en la parte externa e interna.

**DEPARTAMENTALIZACION.** El concepto de departamento designa un área una división o un segmento de una empresa en el que un administrador (sea director, gerente, etc.) tiene autoridad para desempeñar actividades específicas.

### **5.3 MARCO LEGAL**

Para efectos del marco legal se inicia con el concerniente a la carta constitucional; el cual en su artículo 333 comenta que la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos sin autorización de la ley. La libre competencia es un derecho de todos que supone responsabilidades.

De otro lado, los artículos de la constitución política que directa o indirectamente inciden en el tema turístico son : (art. 24, 52 y 300).

El (art.24 ), versa sobre la libre circulación por el territorio nacional, también el (art.52), que reconoce que toda persona tiene derecho a la recreación y a la práctica del deporte y por último el (art.300) que transfirió a los departamentos, municipios competencias que les permitan liderar procesos regionales de desarrollo turístico, es así como las asambleas departamentales tienen la facultad

---

<sup>14</sup> FRANKLIN FINCOWSKY, Enrique Benjamín. Organización de empresas análisis, diseño y estructura .Editorial Mc Graw-Hill. Primera edición. México DF. Año 2001. 341.p., p.65.

de aprobar y expandir disposiciones, normas para la planeación, en el marco de dirigir el desarrollo turístico con sentido económico y social.

Paralelamente a los artículos anteriores, se utiliza la ley 300 de 1996 : ley general del turismo. Define políticas de desarrollo turístico del país, organiza estructuralmente al Ministerio de Desarrollo Económico y establece funciones de los diferentes entes asociados a la actividad turística. También trata del reconocimiento de la industria del turismo como desarrollo económico industrial en la prestación de servicios turísticos, de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia (art.1y 2).

Por otra parte, en el Código de Comercio de Colombia promulga en el artículo 353 que las compañías de responsabilidad limitada, los socios responderán hasta el monto de sus aportes. En los estatutos podrán estipularse para todos o algunos de los socios una mayor responsabilidad o prestaciones accesorias o garantías suplementarias, expresándose su naturaleza, cuantía, duración y modalidades.

En el ámbito legal se encuentra constituida como sociedad comercial denominada embarcadero turístico de Girardot Ltda., según escritura pública No.0001640 bajo el número 00623247 del libro IX, la cual es regida por el código de comercio.

## **6. ASPECTOS METODOLOGICOS**

### **6.1 TIPO DE ESTUDIO**

El tipo de estudio a seguir es exploratorio – descriptivo. Exploratorio “porque recopila información acerca de un problema que luego se dedica a un estudio especializado y particular, ya que aumenta el conocimiento al problema, aclara conceptos y permite crear o descubrir alternativas para solución del problema.”<sup>15</sup> Se va explorar los diferentes interrogantes que se plantea la comunidad, por la subutilización de este sitio turístico.

Descriptivo, “por cuanto tiene el objeto de conocer, analizar e interpretar un fenómeno y en lo posible nuevas situaciones de este ó que se presenta en el desarrollo de la investigación<sup>16</sup>”. Porque se va obtener información tanto cuantitativa y cualitativa que permita direccionar organizativamente el embarcadero, además estructurar un Plan de Mercadeo que permita volver la empresa un ente más productivo.

### **6.2 METODO DE INVESTIGACION**

“El método de investigación será deductivo- inductivo debido a que la investigación parte del conocimiento general de variables, datos, reseñas y aspectos globales acerca del embarcadero de Girardot, continuando con la indagación de tópicos precisos y puntuales que permitan la evaluación de la problemática para luego remitirla a unas recomendaciones que fortalezcan la organización objeto de estudio”<sup>17</sup>.

---

<sup>15</sup> Namakforroosh, Mohammad Nagui. Metodología de la investigación 1 a Edición. México : editorial limusa S.A ., 1995. 531P., P 331 ISBN 968-18-1876 -8 .

<sup>16</sup> Kure Niño, Wadith. Diseño de trabajo de grado: Ibagué universidad del Tolima, instituto de educación a distancia,1982. 331 p.,p.180-184.

<sup>17</sup> Cerda Gutierrez, Hugo. Los elementos de la investigación. 1 Edición Bogotá : Editorial el búho Ltda., 1991. 448p. p118 -120.

### **6.3 FUENTES Y TECNICAS DE INFORMACION.**

**6.3.1 Fuentes primarias:** se diseñaron, recolectaron y analizaron específicamente para la investigación, las cuales se obtuvieron de encuestar a los turistas que visitan a la ciudad de Girardot. Por otra parte, se manejó la entrevista, la cual fue dirigida al administrador del embarcadero con el fin de conocer la situación administrativa y de mercadeo de la empresa.

**6.3.2 Fuentes secundarias:** son datos que se encuentran publicados y recolectados para las necesidades inmediatas, específicas de la investigación; para este caso se manejó el proyecto de remodelación y revitalización del balneario del puerto de los guamos Girardot – cundinamarca, una aventura llamada Girardot, el libro titulado departamento administrativo de planeación de Cundinamarca comité departamental de estadística –CODE, plan de mercadeo cómo prepararlo y ponerlo en marcha, proyecto análisis del entorno factores de desarrollo local y Girardot compromiso de liderazgo regional plan de acción.2002 - 2010, Análisis Diseño y Estructura de empresas, Propuesta para la Creación de una Empresa Comercializadora de Turismo para la Región Central de Colombia, Análisis Ocupacional del Centro Vacacional “La Palmara” del Círculo de Suboficiales de las Fuerzas Militares en el Municipio de Melgar.

**6.3.3 Fuentes Especializados:** son las obras que se refieren aun tema específico o un campo o área determinada o concreta. Por otra parte, se manejó el internet para obtener una mejor información sobre el embarcadero de Girardot y comportamiento de la población de turistas en el interior del país, las páginas de internet a consultadas son : [www.cibergiradot.com](http://www.cibergiradot.com), [www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co).

La herramientas que se utilizaron en el trabajo que es objeto de estudio son :

- |                    |                   |
|--------------------|-------------------|
| a. La entrevista.  | Estructurada.     |
| b. La observación. | Directa.          |
| c. La encuesta.    | En forma cerrada. |

#### **6.4 OBSERVACIÓN DIRECTA**

Se refiere “ al método que describe la situación en la que el observador es físicamente presentado y personalmente éste maneja lo que sucede.”<sup>18</sup> Se utilizará esta herramienta para describir el comportamiento organizacional conociendo el de la empresa y su entorno para dar así un diagnóstico más acertado.

#### **6.5 ENTREVISTA ESTRUCTURADA**

La entrevista estructurada; “también denominada directiva, formal o estandarizada, es como su nombre lo indica una entrevista que se realiza conforme a un esquema fijo y sobre la base de un formulario de precisión para controlar las respuestas. Todas las preguntas se formulan previamente, naturalmente las preguntas se hacen sobre la base del mismo orden y en los mismos términos para todas la personas entrevistadas. Lo anterior con el fin de conocer las falencias administrativas del embarcadero y si esta empresa cuenta con estrategias adecuadas de mercadeo, también conocer la visión, objetivos y metas que tiene el administrador para la empresa.

---

<sup>18</sup>Cerda Gutierrez, Hugo. Los elementos de la investigación. 1 Edición Bogotá : Editorial el búho Ltda., Año 1991. 448p., p. 291.

## 6.6 ENCUESTA

La encuesta es la recolección sistemática de datos en una población mediante el uso de entrevistas personales y otros instrumentos para obtener datos. Habitualmente a este tipo de estudio se le denomina así, cuando se ocupa de un grupo de personas numerosas y dispersas”<sup>19</sup> se utilizará esta herramienta para obtener una estrategia adecuada en el plan de mercadeo captando así más turistas con diferentes características en el embarcadero turístico. Además la encuesta es de tipo cerrado siendo breve para el turista ya que sus preguntas son muy específicas.

## 6.7 TAMAÑO DE LA POBLACION

Se entiende que población es el conjunto de todos los turistas que visitan Girardot. Entonces, se calcula que “Girardot y sus alrededores reciben mensualmente un promedio de 6.000”<sup>20</sup>, visitantes entre los cuales se cuentan :

- Nativos residentes en otras ciudades.
- Ejecutivos en derroteros comerciales.
- Familias con casas de veraneo.
- Turistas en plan vacacional.

---

<sup>19</sup> Ibid., p.,260-277.

<sup>20</sup> PEDRAZA VERA, Delfín y ROJAS FAJARDO, Carlos Eduardo. Monografía. Propuesta para la creación de una empresa comercializadora de turismo en Girardot para la región central de Colombia. Facultad de Administración de empresas . Girardot-Cundinamarca. 2003 . 160.p., p.148.

## 6.8 MUESTRA

En forma genérica se entiende que la muestra es un subconjunto de la población, que tiene características idénticas y similares a ésta. Para este trabajo se seleccionó una muestra aleatoria de turistas que se encontraban en el Parque de Bolívar, el Terminal, en la carrera 10, el embarcadero y el Supermercado Olímpica. De otro lado, para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó “la fórmula para poblaciones finitas en el muestreo aleatorio simple”<sup>21</sup> :

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

$\overline{O}$  = Nivel de confianza del 95%.

N = Universo o población.

p = Probabilidad a favor.

q = Probabilidad en contra.

e = error de estimación.

n = numero de elementos (tamaño de la muestra).

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

$\overline{O}$  = 1.96

N = 6.000 visitantes.

p = 0.50.

q = 0.50.

e = 0.05

n = ?

---

<sup>21</sup> FISCHER DE LA VEGA, Laura y NAVARRO VEGA, Alma Emma. Introducción a la investigación de mercados. Mc Graw – Hill. Tercera Edición. México D.F. Año 2.000.162p.,p.42.

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (6.000) \cdot (0.50) \cdot (0.50)}{(0.05)^2(6.000-1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(1500)}{(0.0025) \cdot (5.999) + (3.8416)(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{5.762,4}{(14,9975) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{5.762,4}{(15.9579)}$$

$$n = 361$$



## 7. DIAGNOSTICO SITUACIONAL DEL EMBARCADERO TURISTICO DE GIRARDOT

### 7.1 VARIABLES DE EXITO Y FRACASO DEL EMBARCADERO TURISTICO A NIVEL INTERNO

Tabla 1. Factores de éxito y fracaso del embarcadero a nivel interno.

| FACTORES DE ÉXITO   | FACTORES DE FRACASO  |
|---|--|
| Satisfacción del turista por los servicios prestados.                   | La empresa embarcadero turístico de la ciudad de Girardot no cuenta con una plataforma estratégica(misión, visión, objetivos y metas). |
| El director posee autonomía administrativa.                             | No existe una organización administrativa(organigrama).  |
| El centro turístico es para todas las personas económicamente activas.  | Falta de un manual de funciones para la organización.  |
| Hay mas compromiso y trabajo con el actual director del embarcadero .   | Ausencia de un manual de política de seguridad industrial.   |
| Existe comunicación a nivel organizacional.                             | Carencia de indicadores de gestión para la entidad.  |
| Un adecuado manejo de residuos orgánicos e inorgánicos.                 | La empresa le falta un diagnóstico organizacional.   |
| Supervisión administrativa por parte del administrador del embarcadero. | Falta de elaboración de principios y valores corporativos.   |
| Calidad en la prestación de servicios turístico.                        | Baja publicidad en el mercadeo de la entidad.  |
| Dirección administrativa del director para el embarcadero.              | Pobre estrategia en la elaboración de catálogos y folletos para mostrar los servicios turísticos brindados por el embarcadero.         |

|  |  |
|--|--|
| Trabajo en conjunto entre secretaria de turismo y director del embarcadero.                  | Baja investigación de la situación del mercado con los posibles competidores.                                |
| Alianzas estratégicas con las empresas turísticas que manejan el tren, la chiva y planchón.  | Más cobertura agresiva en publicidad televisión y radio.   |
| Calidad en la prestación de servicio turísticos.   | Mas cobertura en la promoción de prensa.   |
| Manejo coordinado del administrador con los inventarios del embarcadero.                     | Carencia de un portafolio de servicios turísticos.   |
| Auditoria por parte del administrador en el área financiera.                                 | Anteriormente la empresa no contaba con una estructura financiera que permita un mejor manejo de la entidad. |
| Estabilidad de costos por parte de la administración.  | Un alto endeudamiento a nivel de servicios públicos.   |
| Ubicación de la organización para los clientes (mirador, bar y piscina)                      | La organización no cuenta con estadísticas comerciales.  |
| Análisis de los precios por parte del administrador del embarcadero (elasticidad – demanda). | Infraestructura de la organización del embarcadero turístico.  |
| Lealtad de los clientes para con la entidad.   | Acceso de servicios públicos hacia la organización.  |
| Exclusividad en la prestación de servicios.  | Disponibilidad de software por parte de la empresa.  |
| Normalización de los procesos de servicio de la empresa.                                     | La empresa no cuenta con personal suficiente para un mejor manejo de la empresa turística.                   |

|   |  |
|---|--|
| Procesos técnicos en piscina.                                   | Capacitación para los empleados del embarcadero. |
| Procedimientos administrativos de la organización.              |  |
| Trabajo y compromiso del personal encargado del embarcadero.    |  |
| Responsabilidad del personal del embarcadero turístico.         |  |
| Valores éticos del personal de la empresa.                      |  |
| Eficiencia del personal que labora en el embarcadero turístico. |  |
| Eficiencia del personal que labora en el embarcadero turístico. |  |
| Cumplimiento de los horarios puestos por la empresa.            |  |
| Experiencia en el manejo turístico y administrativo.            |  |

## 7.2 VARIABLES DE EXITO Y FRACASO DEL EMBARCADERO TURISTICO A NIVEL EXTERNO

Tabla 2. Factores de éxito y fracaso del embarcadero a nivel externo

| FACTORES DE EXITO  | FACTORES DE FRACASO  |
|--|--|
| Situación de la economía nacional departamental y municipal.         | Índice de crecimiento del país.  |
| Comportamiento económico de la ciudad.                               | Devaluación de la moneda Colombiana.   |
| Situación económica internacional.                                   | Inflación de Colombia.   |
| Nivel de desarrollo turístico del país.                              | Endeudamiento Municipal.   |
| Desarrollo comercial de Girardot.                                    | Altos impuestos a nivel municipal.   |
| Capacidad económica activa de los turistas que visitan a Girardot.   | Especulación de precios por parte de los comerciantes de Girardot.   |
| Capacidad económica de los ciudadanos Girardoteños.                  | Falta de gestión de proyectos en el ámbito turístico.  |
| Ley general del turismo.   | Descuido del consejo municipal en decretos turísticos para la ciudad.  |
| Juegos Nacionales que se realizarán en la ciudad de Girardot.        | Falta de gestión del gobierno municipal en creación de incentivos tributarios para entidades en el ámbito turístico. |
| Área de libre comercio "ALCA"  |  |
| Convenio con Europa en el ámbito turístico.                          |  |
| Constitución política de Colombia.                                   |  |
| El embarcadero cuenta con recursos naturales como río, playas y sol. |  |
| Seguridad del turista que visita el embarcadero.                     |  |
| Transporte de servicio publico en las horas de la mañana y tarde.    |  |

|  |  |
|--|--|
| El reinado Nacional del turismo.   |  |
| Calidad en la prestación de servicios realizada por el personal del embarcadero. |  |
| Afluencia de los turistas en el sector.  |  |
| Apoyo de la secretaria de Turismo.   |  |

Fuente: Los autores

### **7.3 ANALISIS DE LOS FACTORES DE ÉXITO Y FRACASO**

Colombia es un país con excelentes recursos naturales, actualmente parte de su economía se basa en el turismo, debido a que no hay otras fuentes de trabajo, beneficiando así a los municipios con excelentes recursos naturales.

Girardot es escogida por los turista de diversos estratos sociales que vienen de diferentes ciudades en los tiempos de descanso debido a que cuenta con unos excelentes recursos naturales como : paisajes, playas, clima y río.

La ciudad tiene un ambiente amable y tranquilo que hace que cada fin de semana la ciudad se llene de personas en busca de descanso, ofreciendo un excelente servicio turístico a todos sus visitantes, hoteles para los más variados gustos desde el típico de pueblo, hasta el gran hotel con lagos, playas blancas, casino y variedad de piscinas y toboganes.

Esta nueva ciudad cosmopolita ofrece a sus habitantes y turistas importantes eventos reconocidos a nivel regional y nacional; como el reinado nacional del turismo, el concurso Chica Med, entre otros.

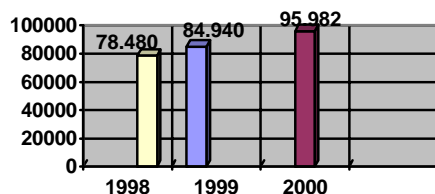
Por otra parte, en la actualidad el sector turístico de Girardot y la región ha sufrido una desaceleración y estancamiento en su desarrollo, generado principalmente por la recesión económica que atraviesa el país, el orden público, la desarticulación del sector, la competencia de otras regiones que están captando la atención del mercado potencial proveniente de Bogotá.

A pesar de ser un sector golpeado, es la mejor esperanza para jalonear los demás sectores dependiendo de una política integral y continua que garantice el desarrollo local por parte de la alcaldía Municipal.

Además las personas que tenga una empresa de servicios turísticos se verán afectados por las medidas tributarias que los cobijan y no encuentran en la región incentivos que lo motiven a invertir, a esto se suma los altos servicios públicos que cobran las empresas y la inexistencia de compensaciones turísticas por parte de las entidades encargadas de la regulación de las mismas generando el desinterés de los inversionistas nacionales y extranjeros.

De otro lado, cabe rescatar que el sector turismo en la economía Cundinamarquesa se encuentra contribuyendo al Producto interno Bruto “PIB” de la región para el año 2.000 la suma de \$ 95.982 millones de pesos dando así un crecimiento y desarrollo alternativo para el departamento y a las regiones que tengan excelentes recursos naturales y no tengan otras fuentes de empleo.

Grafica 1. PRODUCTO INTERNO BRUTO DE LA REGION DE CUNDINAMARCA DEL SECTOR RESTAURANTE Y HOTELES DE LOS PERIODOS COMPRENDIDOS 1.998 - 2.000 (MILLONES DE PESOS CORRIENTE)



Fuente : Departamento Administrativo de planeación de Cundinamarca  
comité Departamental de Estadística -CODE – pág.151

El embarcadero turístico, ha sufrido el descuido de Las anteriores gobiernos municipales lo cual ha provocado la subutilización de este recurso perdiendo así una utilidad económica para el desarrollo social del sector y municipio.

Por otra parte, en los años anteriores la alcaldía ha puesto en arriendo el embarcadero a personas del sector privado y público que no cuentan con un nivel de estudio en el campo de la administración y del mercadeo desaprovechando así los beneficios económicos que brindaría la entidad, también el no contar con un

recurso humano especializado para el desempeño y funcionamiento hace que el servicio no sea satisfactorio para la persona que busca tranquilidad en este lugar.

Además, se suma el desaprovechamiento de los recursos naturales como el Río, playas y clima el cual no eran explotados en la promoción del sector, también los altos costos en los servicios públicos, la poca motivación, del gobierno municipal, la despreocupación a nivel departamental, nacional y de los encargados del embarcadero en un control administrativo, diseño organizacional, desarrollo de un diagnóstico y plan de mercadeo han generado una disminución de oportunidades turísticas – económicas para la entidad.

En efecto, todo lo mencionado anteriormente ha provocado que el embarcadero turístico hoy por hoy, se encuentre con grandes deficiencias administrativas, financieras y de mercadeo cerrando la empresa .

Actualmente, el embarcadero turístico ha sido rescatado por el gobierno del Doctor JAIRO BELTRAN GALVIS alcalde electo de la ciudad de Girardot, con colaboración del Doctor JAVIER HENESIS administrador del embarcadero turístico para transformarlo en una empresa competitiva y rentable a favor del municipio, claro está resaltando que la entidad cuenta con problemas financieros y administrativos

Para mejorar la situación administrativa y competitiva de la empresa se debe contar con una estructura organizativa la cual pueda tener diferentes funciones para el mejoramiento del servicio, respondiendo así a la demanda del mercado con eficiencia, calidad y productividad. A esto se suma un plan de mercadeo enfocado a la promoción y publicidad para captar más clientes, mostrando así los recursos naturales que se ofrece este sector.



### 7.3.1 Perfil de Capacidad Interna PCI del Embarcadero Turístico de Girardot

#### 7.3.1.1 Capacidad Directiva – Fortaleza.

Tabla 3. PCI. Capacidad Directiva – Fortaleza

| FORTALEZA   | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|---|-------|-------|------|---------|-------|------|
|   | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Autonomía del administrador del embarcadero.  |       | X     |      | X       |       |      |
| Capacidad para la dirección administrativa.   |       | X     |      | X       |       |      |
| Capacidad para la toma de decisiones a nivel administrativo.                            | X     |       |      | X       |       |      |
| Coordinación en el manejo administrativo.   | X     |       |      | X       |       |      |
| Comunicación en la organización del embarcadero.  | X     |       |      | X       |       |      |
| Trabajo en conjunto entre la administración y secretaria de turismo.                    | X     |       |      | X       |       |      |
| Control en el manejo de residuos sólidos por parte de los funcionarios del embarcadero. | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.1.2 Capacidad Directiva – Debilidad.

Tabla 4. PCI. Capacidad Directiva – Debilidad

| DEBILIDAD   | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|---|-------|-------|------|---------|-------|------|
|   | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Ausencia de una plataforma estratégica para la organización.                      | X     |       |      | X       |       |      |
| Carece de una organización en su estructura empresarial.                          | X     |       |      | X       |       |      |
| Inexistencia de un manual de funciones.   | X     |       |      | X       |       |      |
| Ausencia de un manual de seguridad industrial.                                    | X     |       |      | X       |       |      |
| Carece de indicadores de gestión la empresa.                                      | X     |       |      | X       |       |      |
| Falta de un diagnostico organizacional.   | X     |       |      | X       |       |      |
| Falta de elaboración de los principios y valores corporativos de la organización. | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.1.3 Capacidad Competitiva - Fortaleza

Tabla 5. PCI. Capacidad Competitiva - Fortaleza

| FORTALEZA  | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|--|-------|-------|------|---------|-------|------|
|  | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Calidad en la prestación de servicios turísticos.  | X     |       |      | X       |       |      |
| Alianzas estratégicas con las empresas turísticas que manejan el tren, la chiva y el planchón. | X     |       |      | X       |       |      |
| Servicio eficiente en el restaurante.  | X     |       |      | X       |       |      |
| Lealtad de los clientes con el embarcadero.  | X     |       |      | X       |       |      |
| Servicio eficiente en el bar y cocina.   | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.1.4 Capacidad Competitiva - Debilidad

Tabla 6. PCI. Capacidad Competitiva - Debilidad

| DEBILIDAD   | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|---|-------|-------|------|---------|-------|------|
|   | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Bajo nivel en la elaboración de catálogos y folletos.               | X     |       |      |         |       |      |
| Bajo nivel en estrategias de mercadeo por parte de la organización. | X     |       |      |         |       |      |
| Bajo conocimiento de la situación del mercado con los competidores. |       | X     |      |         |       |      |
| Ausencia de eslogan de la entidad                                   |       | X     |      |         |       |      |
| Inexistencia del logo símbolo de la empresa                         |       | X     |      |         |       |      |
| Bajo nivel en la promoción del servicio turístico.                  | X     |       |      |         |       |      |
| Bajo nivel en la publicidad del embarcadero.                        |       |       |      |         |       |      |
| Ausencia de un portafolio de servicios turísticos.                  | X     |       |      |         |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.1.5 Capacidad Financiera - Fortaleza

Tabla 7. PCI. Capacidad Financiera - Fortaleza

| FORTALEZA   | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|---|-------|-------|------|---------|-------|------|
|   | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Manejo coordinado del administrador del embarcadero en la parte financiera. | X     |       |      | X       |       |      |
| Auditoria por parte del administrador en el área financiera                 | X     |       |      | X       |       |      |
| Estabilidad en costos por parte de la empresa.                              | X     |       |      | X       |       |      |
| Manejo adecuado de los precios de la entidad.                               | X     |       |      | X       |       |      |
| Cuenta con un contador  | X     |       |      |         |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.1.6 Capacidad Financiera - Debilidad

Tabla 8. PCI. Capacidad Financiera - Debilidad

| DEBILIDAD   | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|---|-------|-------|------|---------|-------|------|
|   | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Anteriormente no existía una estructura financiera en la organización.                      | X     |       |      | X       |       |      |
| Un alto endeudamiento a nivel de servicios públicos.  | X     |       |      | X       |       |      |
| La empresa se encuentra con un bajo nivel con relación a estadísticas comerciales y ventas. | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.1.7 Capacidad Tecnológica - Fortaleza

Tabla 9. PCI. Capacidad Tecnológica - Fortaleza

| FORTALEZA  | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|--|-------|-------|------|---------|-------|------|
|  | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Infraestructura de los sitios de atención del embarcadero; restaurante, bar y piscina. | X     |       |      | X       |       |      |
| Exclusividad en la prestación de servicio.   | X     |       |      | X       |       |      |
| Normalización de los procesos de servicios de la empresa.                              | X     |       |      | X       |       |      |
| Procedimientos administrativos de la organización.                                     | X     |       |      | X       |       |      |
| Amplio espacio en la terraza del embarcadero.  | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.1.8 Capacidad Tecnológica - Debilidad

Tabla 10. PCI. Capacidad Tecnológica - Debilidad

| DEBILIDAD   | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|---|-------|-------|------|---------|-------|------|
|   | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Daños hidráulicos en la piscina del embarcadero.    | X     |       |      | X       |       |      |
| Válvulas hidráulicas en mal estado.                 | X     |       |      | X       |       |      |
| Daños en los tubos de conexión.                     |       | X     |      | X       |       |      |
| Infraestructura del embarcadero un poco descuidada. |       | X     |      | X       |       |      |
| Disponibilidad de equipos de computo.               |       | X     |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores



### 7.3.1.9 Capacidad del Talento Humano - Fortaleza

Tabla 11. PCI. Capacidad del Talento Humano - Fortaleza

| FORTALEZA   | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|---|-------|-------|------|---------|-------|------|
|   | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Trabajo y compromiso del personal a cargo de la empresa.        | X     |       |      | X       |       |      |
| Responsabilidad y compromiso del director del embarcadero.      | X     |       |      | X       |       |      |
| Valores ético del personal del embarcadero.                     | X     |       |      | X       |       |      |
| Motivación de los miembros de la organización.                  | X     |       |      | X       |       |      |
| Eficiencia del personal que labora en el embarcadero turístico. | X     |       |      | X       |       |      |
| Cumplimiento de horarios puestos por la empresa.                | X     |       |      | X       |       |      |
| Experiencia en el manejo administrativo y turístico.            | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.1.10 Capacidad del Talento Humano- Debilidad

Tabla 12. PCI. Capacidad del Talento Humano- Debilidad

| DEBILIDAD  | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|--|-------|-------|------|---------|-------|------|
|  | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Carece de funcionarios suficientes para prestar un mejor servicio.                 | X     |       |      | X       |       |      |
| El nivel académico de los funcionarios del embarcadero                             |       | X     |      | X       |       |      |
| Capacitación en el ámbito turístico por parte de los funcionarios del embarcadero. | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.2 Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio POAM del Embarcadero Turístico de Girardot

#### 7.3.2.1 Factores Económicos – Oportunidades

Tabla 13. POAM. Factores Económicos – Oportunidades

| OPORTUNIDADES  | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|--|-------|-------|------|---------|-------|------|
|  | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Situación de la economía nacional y departamental.                 |       | X     |      | X       |       |      |
| Comportamiento de la economía de Girardot.                         | X     |       |      | X       |       |      |
| Situación de la economía internacional.                            |       | X     |      | X       |       |      |
| Nivel de desarrollo turístico en el país.                          | X     |       |      | X       |       |      |
| Capacidad económica activa de los turistas que visitan a Girardot. | X     |       |      | X       |       |      |
| Desarrollo comercial de Girardot.                                  | X     |       |      | X       |       |      |
| Capacidad económica de los ciudadanos de Girardot.                 | X     |       |      | X       |       |      |
| Juegos Nacionales que se realizarán en la ciudad de Girardot.      | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.2.2 Factores Económicos - Amenazas

Tabla 14. POAM. Factores Económicos - Amenazas

| AMENAZAS   | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|--|-------|-------|------|---------|-------|------|
|  | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Índice de crecimiento colombiano.                      | X     |       |      | X       |       |      |
| Producto Interno Bruto "PIB" regional.                 | X     |       |      | X       |       |      |
| Endeudamiento municipal                                | X     |       |      | X       |       |      |
| Altos impuestos a las empresas turísticas.             | X     |       |      | X       |       |      |
| Especulación de precios por parte de los comerciantes. | X     |       |      | X       |       |      |
| Devaluación de la moneda colombiana.                   |       | X     |      |         | X     |      |
| Reevaluación de la moneda colombiana.                  |       | X     |      |         | X     |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.2.3 Factores Políticos - Oportunidades

Tabla 15. POAM. Factores Políticos - Oportunidades

| OPORTUNIDADES   | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|---|-------|-------|------|---------|-------|------|
|   | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Ley general del turismo.  | X     |       |      | X       |       |      |
| Acuerdos de libre comercio, ALCA.                               | X     |       |      | X       |       |      |
| Convenios turísticos en el ámbito nacional con países europeos. | X     |       |      | X       |       |      |
| Artículos de la constitución política.                          | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.2.4 Factores Políticos – Amenazas

Tabla 16. POAM. Factores Políticos – Amenazas

| AMENAZAS  | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|---|-------|-------|------|---------|-------|------|
|   | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Ausencia de proyectos en el ámbito turístico.   | X     |       |      | X       |       |      |
| Inexistencias de leyes que incentiven a los embarcaderos turísticos en Colombia.  | X     |       |      | X       |       |      |
| Ausencia de gestión de los concejales en leyes turísticas.  | X     |       |      | X       |       |      |
| Bajo nivel de gestión del gobierno municipal en la creación de incentivos tributarios para entidades promotoras de turismo. | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.2.5 Factores Geográficos - Oportunidades

Tabla 17. POAM. Factores Geográficos - Oportunidades

| OPRTUNIDADES  | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|---|-------|-------|------|---------|-------|------|
|   | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Recursos naturales como río, playas y clima.                  | X     |       |      | X       |       |      |
| Seguridad del turista que visita el embarcadero.              | X     |       |      | X       |       |      |
| Transporte de servicios públicos en el sector de las mañanas. | X     |       |      | X       |       |      |
| Ubicación geográfica  | X     |       |      | X       |       |      |
| La nueva calzada (Girardot – Bogota)                          | X     |       |      | X       |       |      |
| Reinado Nacional del turismo.                                 | X     |       |      | X       |       |      |
| Cumpleaños de la ciudad de Girardot.                          | X     |       |      | X       |       |      |
| Juegos nacionales realizados en la ciudad de Girardot.        | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.2.6 Factores Geográficos - Amenazas

Tabla 18. POAM. Factores Geográficos - Amenazas

| AMENAZAS   | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|--|-------|-------|------|---------|-------|------|
|  | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| El sector donde se encuentra ubicado el embarcadero turístico.                           | X     |       |      | X       |       |      |
| En las noches poco servicio de transporte público.                                       | X     |       |      | X       |       |      |
| El sector donde se encuentra el embarcadero no cuenta con una infraestructura turística. | X     |       |      | X       |       |      |
| Decadencia del barrio donde se encuentra ubicado el embarcadero.                         | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores



### 7.3.2.7 Factores Competitivos - Oportunidades

Tabla 19. POAM. Factores Competitivos - Oportunidades

| OPORTUNIDADES  | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|--|-------|-------|------|---------|-------|------|
|  | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Calidad en la prestación de servicios realizado por las personas que trabajan en el embarcadero. | X     |       |      | X       |       |      |
| Afluencia de turistas que visitan el sector.   | X     |       |      | X       |       |      |
| La secretaria de turismo apoya en eventos al embarcadero.  | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores

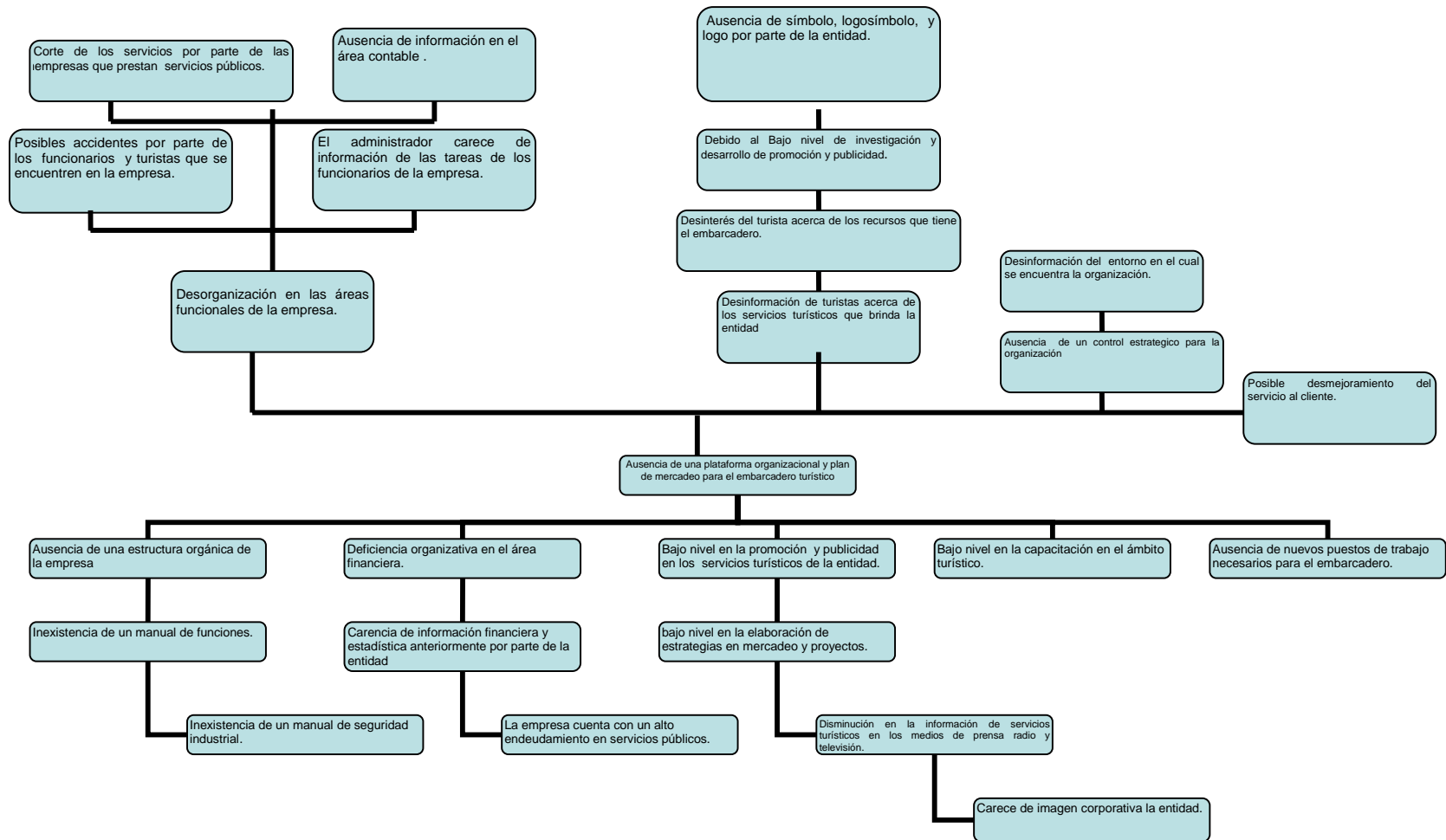
### 7.3.2.8 Factores Competitivos - Amenazas

Tabla 20. POAM. Factores Competitivos - Amenazas

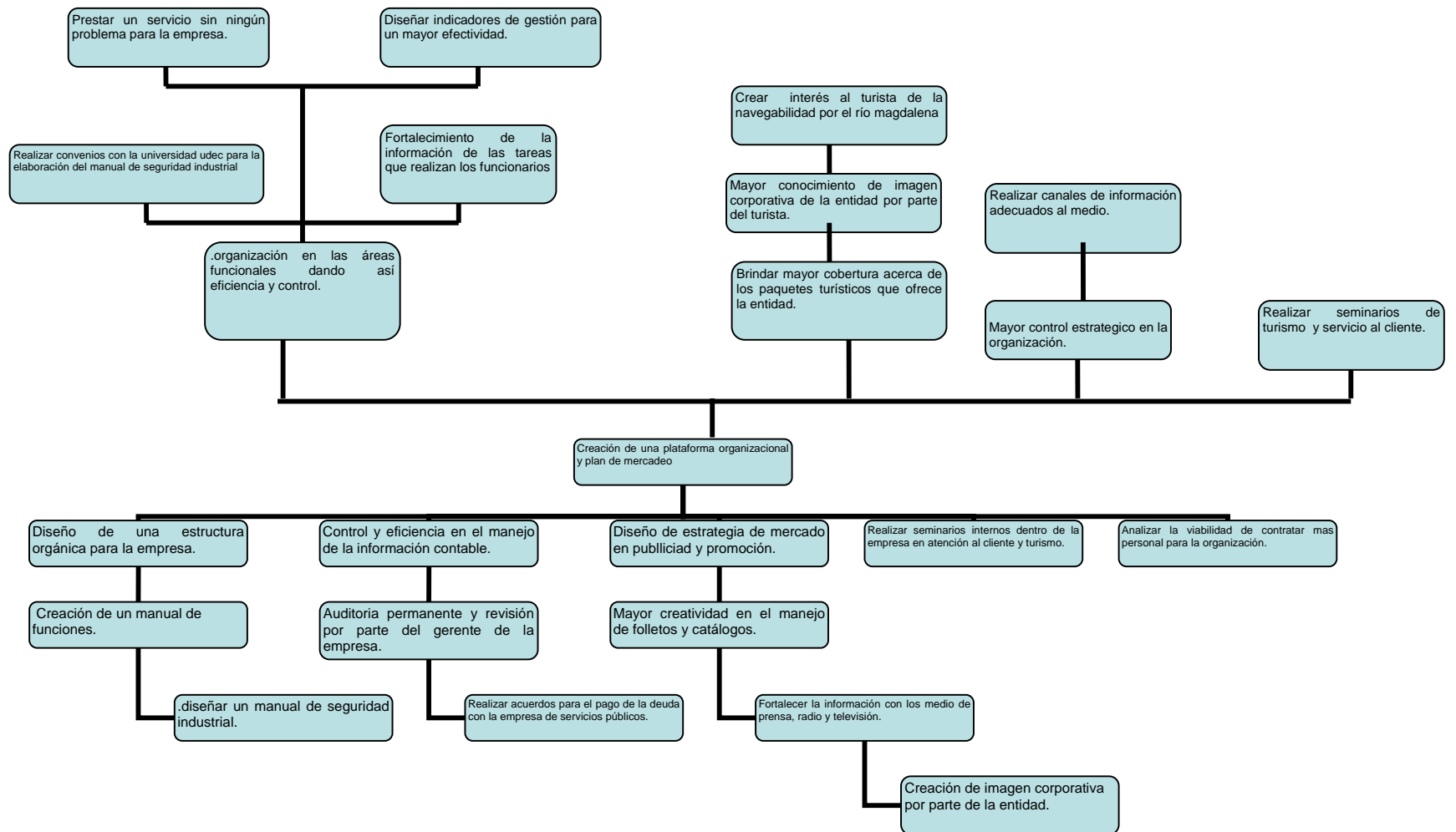
| AMENAZAS  | GRADO |       |      | IMPACTO |       |      |
|---|-------|-------|------|---------|-------|------|
|   | ALTO  | MEDIO | BAJO | ALTO    | MEDIO | BAJO |
| Desconocimiento de los turistas sobre la trayectoria histórica del embarcadero. | X     |       |      | X       |       |      |
| La competencia directa que ofrecen servicios turísticos y paquetes turísticos.  | X     |       |      | X       |       |      |
| El embarcadero no cuenta con convenios de agencias turísticas.                  | X     |       |      | X       |       |      |

Fuente: Los autores

### 7.3.3 Desarrollo del Árbol de Problemas del Embarcadero Turístico de Girardot



### 7.3.4 Desarrollo del Árbol de Soluciones del Embarcadero Turístico de Girardot



### 7.3.5 Marco Lógico del Embarcadero Turístico de Girardot

Tabla 21. Marco Lógico del Embarcadero Turístico de Girardot

|            | OBJETIVOS   | INDICADORES  | VERIFICACION   | SUPUESTOS (RIESGOS)   |
|------------|---|--|--|---|
| <b>FIN</b> | Elaborar el Diseño Organizacional y Plan de Mercadeo para el Embarcadero Turístico de la ciudad de Girardot Cundinamarca. | Se entrega propuesta.<br><br>N. de personas que ingresaron el año anterior Vs el año presente. | La verificación se realizará de forma visual, por encuestas y entrevistas. | Tiempo de entrega de la investigación.<br><br>Competencia de otros centros recreacionales.<br><br>Especulación de los precios por parte de los comerciantes de Girardot.<br><br>Altos impuestos y servicios públicos. |

|                  |   |  |   |  |
|------------------|---|--|---|--|
|                  |   |  |   | Capacidad económica de los turistas  |
| <b>PROPOSITO</b> | <p>Crear plataforma estratégica para el embarcadero turístico.</p> <p>Diseñar organigrama para el embarcadero turístico.</p> <p>Establecer manual de funciones para el embarcadero.</p> <p>Proponer plan de mercadeo para el embarcadero turístico.</p> | <p>Actividad cumplida/ actividad programada.</p> <p>N. de manuales de funciones / N. total de cargos.</p> <p>Organigrama diseñado.</p> <p>Plan de mercadeo terminado cumple <u>si</u> <u>no</u>.</p> | <p>Analizar rendimiento de la empresa.</p> <p>Participación de turistas que visitaría el embarcadero.</p> <p>Se revisa plataforma estratégica, organigrama elaborado y manual de funciones.</p> <p>Plan de mercadeo elaborado con fechas, y estrategia.</p> | <p>Tiempo de los docentes para las asesorías.</p> <p>El departamento de cundinamarca no cuenta con estudios en el ámbito turístico.</p> <p>El municipio no cuenta con información suficiente sobre turismo regional.</p> |

|                    |   |  |  |   |
|--------------------|---|--|--|---|
| <b>COMPONENTES</b> | Asesorías con docentes en el área de mercadeo, estadísticas y de administración para la elaboración del proyecto. | <u>Tiempo efectivo en asesorías</u><br>Tiempo disponible por el docente  | Revisión de los directores, asesores y jurados.  | Tiempo de disposición de los docentes de la udec. |
|                    | Libros relacionados con temas de administración, mercadeo y estadística. Consultas por internet.                  | N. de libros de administración indagados en la biblioteca/Total de libros de administración de empresas de biblioteca. | Exploración de datos por medio del investigador.<br><br>Estudio minucioso en el análisis de las encuestas. |   |
|                    | Asesorías con personal especializado en temas de publicidad y promoción.  | Tiempo utilizado en consulta por internet/tiempo real .  | De forma visual se dará un dictamen de cómo se encuentra la organización.                                  |   |

|                  |  |   |  |  |
|------------------|--|---|--|--|
|                  |  | Tiempo empleado por personas expertas / tiempo disponible de las mismas.  |  |  |
| <b>ACTIVIDAD</b> | (a).Diagnostico de la organización.<br>(b).Elaboración de la plataforma estratégica.<br>(c).Preparación del organigrama y manual de funciones.<br>(d).Elaboración del plan de mercadeo.<br>(e).Tinta de impresión.<br>(f).componentes del trabajo. | Costos Proyecto \$<br><br>a. 300.000<br>b. 300.000<br>c. 300.000<br>d. 1.000.000<br>e. 240.000<br>f. 503.400<br>Costo total:\$2.643.400 | Facturas.<br>Recibo de caja.<br>Facturas.<br>Recibo de caja, facturas.<br>Facturas.<br>Facturas.<br>Recibos y facturas.<br>Recibos y facturas. | Precio del proyecto.<br><br>Capacidad económica de la empresa.<br><br>Capacidad económica del municipio. |

Fuente: Los autores





### **7.3.7 Identidad Corporativa del Embarcadero Turístico de Girardot**

La identidad corporativa, que se propone para el embarcadero se realiza teniendo en cuenta las conductas y costumbres de los posibles clientes que visitarían la entidad.

Los colores que se utilizan son :

El color naranja : Significa diversión, recreación, además es un color vivo y que llama la atención al turista que visitaría la entidad.

El color verde : Significa naturaleza, paisajes hermosos y tranquilidad de los posibles turistas.

El color azul : Se ha tomado este color para representar el río y además es un color que incita recreación, diversión y tranquilidad del turista que frecuentaría el embarcadero.

Por otra parte, la simbología del logo propuesto muestra la tranquilidad, recreación, el sano esparcimiento y el panorama natural el cual posee el embarcadero, buscando que el cliente se motive y utilice los servicios que ofrece la empresa.

## 8. DISEÑO ADMINISTRATIVO DEL EMBARCADERO TURISTICO DE GIRARDOT

Figura 1. Logosímbolo del Embarcadero Turístico de Girardot



## **8.1. PLATAFORMA ESTRATÉGICA**

La plataforma estratégica que se propone para el embarcadero turístico de la ciudad de Girardot se realiza teniendo en cuenta : la identificación del negocio, los servicios que la empresa ofrece y la proyección que tiene la organización para posicionarse en el mercado, además los diagnósticos que se han realizado (MARCO- LOGICO, D.O.F.A., PCI Y POAM) permiten tener una información en las variables de forma clara y acertada acerca del direccionamiento de la empresa, su comportamiento y las oportunidades de venta de servicio en el sector. También se toman en cuenta valores, conductas y principios que tienen los funcionarios que trabajan en el establecimiento para convertirlo en un ente competitivo para la región de cundinamarca.

### **8.1.1 Misión**

Brindar en la región del Alto Magdalena y Tequendama servicios recreativos, gastronómicos, de bar, eventos y paseos fluviales, con calidad, seguridad, eficiencia y eficacia, promoviendo el sano esparcimiento, la diversión y la cultura, promoviendo valores éticos a sus funcionarios para lograr mayor productividad y competitividad generando dividendos y mejoramiento continuo de la organización y la región.

### **8.1.2 Visión**

Para el año 2010 “EL EMBARCADERO TURISTICO” se consolidará como empresa líder en la prestación de servicios de recreación a nivel local y regional, con proyección Nacional e internacional entregando servicios de alta calidad.

### 8.1.3 Objetivos

1. Operar dentro del país con servicios de recreación orientados al aprovechamiento de los recursos naturales como río, playas y sol.
2. Ofrecer servicios turísticos de mejor calidad.
3. Promover la navegabilidad por el río Magdalena y el ecoturismo.
4. Rescatar el pasado cultural del embarcadero de la ciudad de Girardot.
5. Redimir el sentido de pertenencia e identidad de los girardoteños.
6. Recuperar los clientes que ha perdido la organización.

### 8.1.4 Valores

- **Compromiso:** cumplir con las tareas acordadas tanto en el ámbito interno como externo.
- **Equidad :** la organización ofrece igualdad de condiciones para todos sus clientes sin discriminación cultural y religiosa.
- **Solidaridad :** el Embarcadero promueve la ayuda mutua y apoya a la comunidad girardoteña en el mejoramiento de la calidad de vida.

- **Honestidad** : el personal que trabaja en el Embarcadero Turístico de Girardot actuará con honradez, responsabilidad y transparencia en el servicio.
- **Puntualidad:** cumplir con el horario acordado con nuestros clientes para los servicios ofrecidos.

#### **8.1.5 Estrategias**

- Elaborar convenios con hoteles y empresas prestadoras de servicios turísticos como agencias de viaje de la ciudad y la región, en los cuales se hagan constar la intermediación y los servicios que estos comprenden.
- Ofrecer a los turistas los días sábados y domingos excursión en chiva por los paisajes hermosos de la ciudad.
- Ofrecer a los turistas paseos fluviales por el río Magdalena los días sábados y domingos.
- Realizar charlas culturales acerca de la historia del embarcadero y la ciudad en las horas de la tarde.
- Presentación de bailes autóctonos de la región de Cundinamarca los fines de semana.
- Promocionar el sector y la empresa a través de los medios radiales.

#### **8.1.6 Metas**

- Conquistar el 20% de nuevos clientes a través de la actividades programadas por el embarcadero turístico.
- Eficiencia en la prestación de servicios de recreación, con agilidad y calidad satisfaciendo las necesidades del cliente.
- Realizar 20 paseos fluviales hasta la isla del sol los fines de semana.
- Cultivar el 15% de nuevos clientes leales y multiplicadores del servicios que ofrece el embarcadero turístico mensualmente.
- Conservar un 10% de clientes que utilice los servicios del embarcadero a través de la calidad y prestación de los servicios diariamente.
- Obtener un índice de liquidez del 20% mensual a través de las actividades que se realicen en el embarcadero.
- Mantener en el personal un grado de cultura organizacional y temas turísticos, dándoles capacitación semestral para facilitar el cumplimiento de los objetivos.
- Recuperar el 14% de la demanda de turistas que no asisten al embarcadero a partir de la elaboración del proyecto

## 8.2 ORGANIGRAMA DEL EMBARCADERO TURISTICO.

El organigrama propuesto para el embarcadero es circular debido a que en la organización se presenta una mayor comunicación entre el administrador y el personal a cargo. También se esboza la importancia de todos los niveles jerárquicos de la empresa eliminando así la idea de un estatus más alto ó bajo; ya que la organización la conforma todo un cuerpo administrativo y operario los cuales se encargan de brindar un servicio con calidad al cliente que utilice el servicio.

Además, el administrador tendría un mayor control, supervisión en la coordinación del embarcadero turístico para el cumplimiento de los logros, objetivos y metas trazadas. Igualmente como apoyo para los cargos en la consecución de sus obligaciones.

De otro lado, el organigrama circular “ se elabora en círculos concéntricos que representan los diversos niveles jerárquicos, trazados en líneas continuas o punteadas, líneas continuas que presentan los canales de comunicación existentes entre los órganos o cargo.”<sup>22</sup>

El embarcadero debe tener un cuerpo administrativo no extenso sino eficiente y productivo con un personal idóneo frente a cada cargo para que logre un crecimiento económico en la organización.

La empresa contará : con un administrador de empresas, una secretaria con énfasis en estudios contables, un promotor de mercadeo y ventas, un contador,

---

<sup>22</sup> CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la teoría General de la Administración. Quinta edición. Mc Graw-Hill. Bogotá D.C. año 1999. 1056 p., p.359



un técnico que maneje las áreas de piscina, mantenimiento, meseros, barman y portero.

El organigrama circular permite eliminar barreras en la comunicación dentro de la empresa; entre el administrador y subordinados, también de la oportunidad de que cada cargo tenga autoridad en la determinación de las tareas que se programe en la empresa, eliminando las cadenas de mando y la líneas de autoridad.

Al mismo tiempo, se presenta un flujo de información entre las dependencias y el administrador, mostrando un sistema de comunicación abierto beneficiando la prestación de servicio por parte de la organización.

Por la misma estructura del organigrama la organización manejaría la información formal e informal permitiendo un mayor control y planeación en las metas propuestas por la entidad.

En efecto, el organigrama circular permite mayor interacción y autoridad de la dependencias en la prestación del servicio beneficiando al cliente.

Figura 2. Organigrama del Embarcadero Turístico de Girardot



### **8.3 MANUAL DE FUNCIONES DEL EMBARCADERO TURISTICO.**

Para mejorar el desempeño administrativo en las actividades que realice la organización, se deberá contar con un manual de funciones que permita ahorrar tiempo y esfuerzos en la ejecución de tareas evitando así la repetición de instrucciones, desarrollando métodos y procedimientos de trabajo que permitan alcanzar los objetivos trazados por la empresa.

#### **8.3.1 Objetivos**

- Servir como instrumento básico para la racionalización de funciones y descripción de puestos.
- Delimitar las funciones que deben cumplir los puestos.
- Utilizar el manual de funciones como medio de integración y orientación del personal del embarcadero, facilitando así la adaptación a su trabajo.
- Proporcionar información a los trabajadores sobre sus actividades, ubicación dentro de la estructura general de la organización y de la línea de autoridad.
- Colaborar en la ejecución correcta de las labores encomendadas al personal, proporcionando una uniformidad en el trabajo.
- Fomentar un mejor aprovechamiento de los recursos humanos y materiales.

#### **8.3.2 Alcance**

La Jurisdicción Orgánica de este Manual deberá abarcar todos los puestos Administrativos de la empresa que es objeto de Estudio.

### **8.3.3 Aprobación**

Será la directiva de la organización quienes aprueben el contenido de este Manual y determinar la fecha de vigencia.

El esquema del formato de manual de funciones, es tomado de la monografía de AYA SANCHEZ, Diego Mauricio y CARVAJAL BETHANCOURTH, Maria Angélica. Análisis Ocupacional del Centro Vacacional “La Palmara” del Circulo de Suboficiales de las Fuerzas Militares en el Municipio de Melgar facultad de administración de empresas 2003.

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO   |   |                                |
|--|---|--------------------------------|
| <b>CARGO</b>   |   | <b>RELACIÓN DE DEPENDENCIA</b> |
| <b>DENOMINACIÓN:</b>   |   | <b>SECCIÓN:</b>                |
| Administrador del Embarcadero  |   | Dirección                      |
| <b>CÓDIGO:</b>   |   | <b>JEFE INMEDIATO:</b>         |
| <b>GRADO:</b>  |   | Directiva de la organización   |
| <b>Nº DE CARGOS:</b>   | 1 |                                |
| <b>TIPO DE VINCULACIÓN:</b>  |   |                                |
| <b>II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA:</b>   |   |                                |
| Administrar la organización a cargo, de acuerdo a los parámetros establecidos en los estatutos y por la Junta Directiva.   |   |                                |
| <b>III. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:</b>  |   |                                |
| <p>Representar legalmente al embarcadero turísticos en todas las situaciones.</p> <p>Representar al embarcadero turístico en todos los actos públicos y privados.</p> <p>Cuidar por el cumplimiento estricto del manual de funciones de las dependencias en su totalidad.</p> <p>Ejecutar toda clase de actividades y contratos de servicio que tiendan a incrementar los ingresos del embarcadero de acuerdo a las limitaciones previstas en los estatutos.</p> <p>Dirigir y controlar las actividades administrativas y financieras del embarcadero.</p> <p>Ejecuta los presupuestos ordinarios de ingresos y egresos y presenta los estados financieros mensuales, semestrales y anuales consolidados correspondientes a: gastos de funcionamiento, compra de activos fijos, y otros.</p> <p>Ejecutar los planes y políticas financieras para el embarcadero turístico.</p> <p>Analizar su cartera actual y decidir cuales proyectos deben recibir mayor, menor o nula inversión.</p> |   |                                |

|   |
|---|
| <p>Diseñar estrategias de crecimiento para añadir nuevos proyectos a su cartera.</p> <p>Encontrar en que forma la compañía pueda aprovechar mejor las oportunidades que le ofrece el medio.</p> <p>Velar por el bienestar económico de los empleados de la empresa.</p> <p>Elaborar el plan anual y consolidación presupuestal de la oficina.</p> <p>Supervisar la ejecución de los paquetes turísticos.</p> <p>Exigir el cumplimiento de las normas de la empresa.</p> <p>Programar necesidades de compra de materiales de consumo que necesite la empresa.</p> <p>Organizar, planear, controlar, evaluar y dirigir el trabajo del personal a su cargo.</p> <p>Orientar el personal a su cargo para que contribuya al logro de los objetivos que pretende la empresa.</p> <p>Desempeñar todas las demás funciones inherentes al cargo y/o asignadas por el jefe inmediato.</p> |
| <b>IV. ANÁLISIS DEL CARGO</b>   |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>   |
| <b>Educación</b>  |
| <p>Perito en administración de empresas.</p> <p>Conocimientos En turismo, talento humano, presupuesto, adquisiciones, mantenimiento, mercadeo.</p>  |
| <b>Experiencia</b>  |
| Dos (2) años de experiencia en cargos administrativos.  |
| <b>Aptitudes</b>  |
| <p>Liderazgo (colaboración, respeto, dinamismo, motivación, autonomía. Confiabilidad, creatividad, seguridad), Trabajar bajo presión, responsabilidad, lealtad, compañerismo, sentido de pertenencia y capacidad para transmitirlo a los demás, respeto por necesidades individuales, desarrollo de relaciones positivas, motivación hacia metas, alto nivel cultural, paciencia</p>  |

|   |
|---|
| <b>REQUISITOS FÍSICOS</b>   |
| <b>Esfuerzo Mental</b>  |
| En la dirección, organización y control de actividades generales, análisis de todos los aspectos administrativos y comunicación con los clientes que visitan la empresa.  |
| <b>HABILIDADES</b>  |
| <b>Mental e Iniciativa</b>  |
| Capacidad para fijar objetivos; organización para el análisis de actividades, decisiones y relaciones; clasificación del trabajo, división de las actividades; habilidad para motivar y comunicar, creando equipos de trabajo; habilidad para enseñar; competencia técnica, habilidad para planear, organizar, delegar, analizar, manejo de conflictos. |
| <b>RESPONSABILIDADES IMPLÍCITAS</b>   |
| <b>Por Supervisión</b>  |
| Supervisión general de todo el trabajo del personal que labora en el círculo de trabajo.  |
| <b>Por Contactos</b>  |
| Contactos frecuentes con todo el personal de la organización, con las personas que visitan la empresa.  |
| <b>Por el Manejo de Equipos y Valores</b>   |
| En coordinación con sus delegados responde por todos los bienes inmuebles de la empresa.  |
| <b>Datos Confidenciales</b>   |
| Maneja todo tipo de información, la mayor parte de ella confidencial o de uso exclusivo para las directivas de la institución.  |

|  |
|--|
| <b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>  |
| <b>Ambiente</b>  |
| El espacio físico con que cuenta para desempeñar su trabajo es adecuado.       |
| <b>Seguridad</b>   |
| Está expuesto a sufrir enfermedades generadas por los altos niveles de stress. |



| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO  |   |                                |
|---|---|--------------------------------|
| <b>CARGO</b>  |   | <b>RELACIÓN DE DEPENDENCIA</b> |
| <b>DENOMINACIÓN:</b>  |   | <b>SECCIÓN:</b>                |
| Secretaria  |   | Dirección                      |
| <b>CÓDIGO:</b>  |   | <b>JEFE INMEDIATO:</b>         |
| <b>GRADO:</b>   |   | Administrador del Embarcadero  |
| <b>Nº DE CARGOS:</b>  | 1 |                                |
| <b>TIPO DE VINCULACIÓN:</b>   |   |                                |
| <b>II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA:</b>  |   |                                |
| <p>Administrar la organización a cargo, de acuerdo a los parámetros establecidos.</p> <p>La contratada se compromete a prestar los servicios como Secretaria Contadora en la empresa embarcadero turístico ltd</p>  |   |                                |
| <b>III. DESCRIPCIÓN ESPECIFICA:</b>   |   |                                |
| <p>Redacción de Documentos necesarios para llevar el control de la institución.</p> <p>Archivar Documentos.</p> <p>Llevar el control de las actividades a realizar (Agenda).</p> <p>Recepción.</p> <p>Llevar control contable de los ingresos y egresos, además de elaborar los estados financieros en el tiempo debido.</p> <p>Administrar el uso de los requerimientos que utilice la empresa.</p> <p>Supervisar que las labores se realicen de acuerdo a los objetivos previstos.</p> <p>Desempeñar todas las demás funciones inherentes al cargo y/o asignadas por el jefe inmediato.</p> |   |                                |

|   |
|---|
| <b>IV. ANÁLISIS DEL CARGO</b>   |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>   |
| <b>Educación</b>  |
| Secretaria con orientación comercial, bachiller con orientación comercial. Técnico en contaduría, técnica en secretariado ejecutivo.  |
| <b>Experiencia</b>  |
| Dos (2) años de experiencia en cargo de secretaria.   |
| <b>Aptitudes</b>  |
| Buenas relaciones humanas, trabajar bajo presión, habilidades en el uso de máquinas (máquina de escribir, computadora), idioma inglés, dinamismo, motivación, autonomía. Confiabilidad, creatividad, seguridad, Trabajar bajo a presión, responsabilidad, lealtad, compañerismo, sentido de pertenencia y capacidad para transmitirlo a los demás, respeto por necesidades individuales, motivación hacia metas, alto nivel cultural. |
| <b>REQUISITOS FÍSICOS</b>   |
| <b>Esfuerzo Mental</b>  |
| comunicación con los clientes que visitan la empresa, digitación de documentos readicionados con el embarcadero, análisis contable.   |
| <b>HABILIDADES</b>  |
| <b>Mental e Iniciativa</b>  |
| Habilidad para motivar y comunicar a personas externas, sobre las promociones creando equipos de trabajo; habilidad para digitar, administradora de la información, competencia técnica, habilidad para planear, organizar, delegar, analizar situaciones administrativa.   |
| <b>RESPONSABILIDADES IMPLÍCITAS</b>   |
| <b>Por Supervisión</b>  |
| Administradora de información de la empresa, honesta, organizada y puntual.   |

|  |
|--|
| <b>Por Contactos</b>   |
| Contactos frecuentes con todo el personal de la organización, con las personas que visitan la empresa. |
| <b>Por el Manejo de Equipos y Valores</b>  |
| Responde por todos los bienes inmuebles de la empresa.   |
| <b>Datos Confidenciales</b>  |
| Maneja información exclusiva de la organización.   |
| <b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>  |
| <b>Ambiente</b>  |
| El espacio físico con que cuenta para desempeñar su trabajo es adecuado.                               |
| <b>Seguridad</b>   |
| Está expuesto a sufrir enfermedades generadas por los altos niveles de stress.                         |

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO  |   |                                |
|---|---|--------------------------------|
| <b>CARGO</b>  |   | <b>RELACIÓN DE DEPENDENCIA</b> |
| <b>DENOMINACIÓN:</b>  |   | <b>SECCIÓN:</b>                |
| Contador  |   | Dirección                      |
| <b>CÓDIGO:</b>  |   | <b>JEFE INMEDIATO:</b>         |
| <b>GRADO:</b>   |   | Administrador Del Embarcadero  |
| <b>Nº DE CARGOS:</b>  | 1 |                                |
| <b>TIPO DE VINCULACIÓN:</b>   |   |                                |
| <b>II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA:</b>  |   |                                |
| El contratado se compromete a prestar servicios de contaduría y asesorar al director de la organización embarcadero turístico.  |   |                                |
| <b>III. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:</b>   |   |                                |
| <p>Evalúa el avance de los proyectos.</p> <p>Revisa liquidaciones de caja chica.</p> <p>Coordina, supervisa y dirige las actividades de la empresa en el ámbito contable.</p> <p>Solicita informaciones contables y financieras a la secretaria.</p> <p>Realiza la preparación del presupuesto.</p> <p>Analiza los informes en el ámbito financiero.</p> <p>Realiza los estados financieros de la empresa.</p> <p>Realiza balance general.</p> <p>Analiza el flujo de caja.</p> <p>Analiza requerimientos para la empresa.</p> <p>Presta servicio de asesoría comercial.</p> <p>Examina la información de proyectos.</p> <p>Desempeñar todas las demás funciones inherentes al cargo y/o asignadas por el jefe inmediato.</p> |   |                                |

|  |
|--|
| <b>IV. ANÁLISIS DEL CARGO</b>  |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>  |
| <b>Educación</b>   |
| Contador Publico.  |
| <b>Experiencia</b>   |
| Experiencia de 1 año (Recomendada).  |
| <b>Aptitudes</b>   |
| Trabajar bajo presión, responsabilidad, dinamismo, motivación, autonomía, confiabilidad, creatividad, seguridad, lealtad, compañerismo, sentido de pertenencia y capacidad para transmitirlo a los demás, respeto por necesidades individuales, motivación hacia metas, alto nivel cultural. |
| <b>REQUISITOS FÍSICOS</b>  |
| <b>Esfuerzo Mental</b>   |
| En el Control, organización, manejo financiero de la empresa auditoria de las cuentas financieras.   |
| <b>HABILIDADES</b>   |
| <b>Mental e Iniciativa</b>   |
| Habilidad para analizar situaciones administrativa y financieras de la empresa, manejo contable y análisis de proyección financiera para el mejoramiento competitivo.  |
| <b>RESPONSABILIDADES IMPLÍCITAS</b>  |
| <b>Por Supervisión</b>   |
| Responsable, honesto, organizado, supervisor de cuentas financieras y puntual.   |
| <b>Por Contactos</b>   |
| Contactos frecuentes con todo el personal de la organización, con las personas que visitan la empresa.   |

|  |
|--|
| <b>Por el Manejo de Equipos y Valores</b>                                      |
| Responde por todos los activos de la organización.                             |
| <b>Datos Confidenciales</b>  |
| Maneja información exclusiva de la organización en el ámbito financiero .      |
| <b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>  |
| <b>Ambiente</b>  |
| El espacio físico con que cuenta para desempeñar su trabajo es adecuado.       |
| <b>Seguridad</b>   |
| Está expuesto a sufrir enfermedades generadas por los altos niveles de stress. |

| I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO  |   |                                |
|--|---|--------------------------------|
| <b>CARGO</b>   |   | <b>RELACIÓN DE DEPENDENCIA</b> |
| <b>DENOMINACIÓN:</b>   |   | <b>SECCIÓN:</b>                |
| Promotor de mercadeo y ventas  |   | Dirección                      |
| <b>CÓDIGO:</b>   |   | <b>JEFE INMEDIATO:</b>         |
| <b>GRADO:</b>  |   | Administrador del embarcadero. |
| <b>Nº DE CARGOS:</b>   | 1 |                                |
| <b>TIPO DE VINCULACIÓN:</b>  |   |                                |
| <b>II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA:</b>   |   |                                |
| El contratado se compromete a prestar los servicios como Técnico en promoción y publicidad en ventas, proyección del presupuesto de ventas, paquetes turísticos, planes de mercadeo para la empresa embarcadero turístico ltd.   |   |                                |
| <b>III. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:</b>  |   |                                |
| <p>Velar e impulsar la ejecución de planes promocionales de la empresa.</p> <p>Informar a su superior sobre el desarrollo y los resultados de las acciones a su cargo, sobre la gestión de mercadeo y venta.</p> <p>Coordinar la implementación, cumplimiento y cobertura de los paquetes turísticos que se ofrecen.</p> <p>Ofertar los diferentes paquetes turísticos por medio de la fuerza de ventas a los clientes que visiten la organización.</p> <p>Analizar las ventas y proyecciones en el servicio que presta el embarcadero turístico.</p> <p>Realizar alianzas estratégicas en el ámbito del mercadeo con entidades que ofrecen servicios turísticos.</p> <p>Realizar la promoción y publicidad para la organización.</p> <p>Desempeñar todas las demás funciones inherentes al cargo y/o asignadas por el jefe inmediato.</p> |   |                                |

|  |
|--|
| <b>IV. ANÁLISIS DEL CARGO</b>  |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>  |
| <b>Educación</b>   |
| Administrador de mercadeo y ventas, especialista en mercadeo y ventas.<br>Técnico en administración de empresas, con énfasis En mercadeo y ventas .  |
| <b>Experiencia</b>   |
| Experiencia de 2 años (Recomendada).   |
| <b>Aptitudes</b>   |
| Creatividad, excelente relaciones humanas, liderazgo(colaboración, respeto, dinamismo, motivación, autonomía. Confiabilidad, creatividad, seguridad), Trabajar bajo presión, responsabilidad, lealtad, compañerismo, sentido de pertenencia y capacidad para transmitirlo a los demás, respeto por necesidades individuales, desarrollo de relaciones positivas, motivación hacia metas, alto nivel cultural, paciencia. |
| <b>REQUISITOS FÍSICOS</b>  |
| <b>Esfuerzo Mental</b>   |
| En la dirección, organización y control de actividades generales en el ámbito de mercadeo y logístico, análisis de todos los aspectos administrativos y comunicación con los clientes que visitan la empresa.  |
| <b>HABILIDADES</b>   |
| <b>Mental e Iniciativa</b>   |
| Capacidad creativa, liderazgo organización para el análisis de actividades, decisiones y relaciones; clasificación del trabajo, división de las actividades; habilidad para motivar y comunicar, crear equipos de trabajo, competencia técnica, habilidad para planear, organizar los servicios adicionales con los cuales cuentan la empresa.   |



|  |
|--|
| <b>RESPONSABILIDADES IMPLÍCITAS</b>  |
| <b>Por Supervisión</b>   |
| Supervisión general y logístico de las actividades que realice la organización.  |
| <b>Por Contactos</b>   |
| Contactos frecuentes con todo el personal de la organización, con las personas que visitan la empresa.                         |
| <b>Por el Manejo de Equipos y Valores</b>  |
| En coordinación con sus delegados responde por todos los bienes inmuebles de la empresa.                                       |
| <b>Datos Confidenciales</b>  |
| Maneja todo tipo de información, la mayor parte de ella confidencial o de uso exclusivo para las directivas de la institución. |
| <b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>  |
| <b>Ambiente</b>  |
| El espacio físico con que cuenta para desempeñar su trabajo es adecuado.   |
| <b>Seguridad</b>   |
| Está expuesto a sufrir enfermedades generadas por los altos niveles de stress.   |

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO   |   |                                |
|--|---|--------------------------------|
| <b>CARGO</b>   |   | <b>RELACIÓN DE DEPENDENCIA</b> |
| <b>DENOMINACIÓN:</b>   |   | <b>SECCIÓN:</b>                |
| Piscinero  |   | Dirección                      |
| <b>CÓDIGO:</b>   |   | <b>JEFE INMEDIATO:</b>         |
| <b>GRADO:</b>  |   | Administrador del Embarcadero  |
| <b>Nº DE CARGOS:</b>   | 1 |                                |
| <b>TIPO DE VINCULACIÓN:</b>  |   |                                |
| <b>II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA:</b>   |   |                                |
| El contratado se compromete a prestar los servicios como Técnico en mantenimiento de piscina y supervisor de la misma.   |   |                                |
| <b>III. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:</b>  |   |                                |
| <p>Mantenimiento todos los días a la piscina del embarcadero turístico.</p> <p>Supervisar que no haya desorden en la piscina por parte del público.</p> <p>Hacer limpieza en el piso, instalaciones y equipos.</p> <p>Hacer cumplir las normas y velar por la seguridad de los bañistas.</p> <p>Comunicar al Jefe inmediato de las novedades que presenten los recursos físicos.</p> <p>Actuar en forma inmediata en caso de ser requerido.</p> <p>Realizar la orden de suministro a almacén.</p> <p>Dosificar y aplicar los químicos requeridos en las piscinas.</p> <p>Desempeñar todas las demás funciones inherentes al cargo y/o asignadas por el jefe inmediato.</p> |   |                                |
| <b>IV. ANÁLISIS DEL CARGO</b>  |   |                                |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>  |   |                                |
| <b>Educación</b>   |   |                                |
| Diploma de bachillerato, técnico de piscina. Preferiblemente del Sena.   |   |                                |

|  |
|--|
| <b>Experiencia</b>   |
| Experiencia de 1 año (Recomendada).  |
| <b>Aptitudes</b>   |
| Relaciones humanas, colaboración, respeto, dinamismo, motivación, Confiabilidad, seguridad, trabajar bajo presión, responsabilidad, honestidad, compañerismo, sentido de pertenencia y capacidad para transmitirlo a los demás. Dominio del área, puntualidad, amabilidad, responsabilidad, honradez, honestidad.<br>disponibilidad para trabajar. |
| <b>REQUISITOS FÍSICOS</b>  |
| <b>Esfuerzo Físico</b>   |
| Manejo de químicos.  |
| <b>HABILIDADES</b>   |
| <b>Mental e Iniciativa</b>   |
| Capacidad creativa, liderazgo organización para el análisis de actividades, decisiones y relaciones; clasificación del trabajo, división de las actividades; habilidad para motivar y comunicar, crear equipos de trabajo, competencia técnica, habilidad para planear, organizar los servicios adicionales con los cuales cuentan la empresa..    |
| <b>RESPONSABILIDADES IMPLÍCITAS</b>  |
| <b>Por Supervisión</b>   |
| El desarrollo de su cargo no implica la supervisión del trabajo de otras personas.   |
| <b>Por Contactos</b>   |
| Contacto frecuente con personal externo que utiliza los servicios de piscina.  |
| <b>Por el Manejo de Equipos y Valores</b>  |
| Responsabilidad directa por el bienestar de quienes están bajo su cuidado, la limpieza de los alrededores de la piscina, el tratamiento del agua. responde por todos los bienes inmuebles de la empresa.   |

|   |
|---|
| <b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>                               |
| <b>Ambiente</b>   |
| Se encuentra expuesto a la influencia y variedad del clima. |
| <b>Seguridad</b>  |
| La probabilidad de sufrir accidentes es elevada.            |

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO   |   |                                |
|--|---|--------------------------------|
| <b>CARGO</b>   |   | <b>RELACIÓN DE DEPENDENCIA</b> |
| <b>DENOMINACIÓN:</b>   |   | <b>SECCIÓN:</b>                |
| Portero  |   | Seguridad                      |
| <b>CÓDIGO:</b>   |   | <b>JEFE INMEDIATO:</b>         |
| <b>GRADO:</b>  |   | Administrador del Embarcadero  |
| <b>Nº DE CARGOS:</b>   | 1 |                                |
| <b>TIPO DE VINCULACIÓN:</b>  |   |                                |
| <b>II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA:</b>   |   |                                |
| Identificar a todas las personas que ingresan al embarcadero turístico y brindar información adecuada cuando es solicitada.  |   |                                |
| <b>III. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:</b>  |   |                                |
| <p>Reportar los eventos diarios.</p> <p>Expedir la ficha de visitantes que ingresan al embarcadero.</p> <p>Recibir la correspondencia y distribuirla a las diferentes Dependencias.</p> <p>Verificar la entrada y salida de activos, equipos u otros bienes de la organización con la persona a cargo.</p> <p>Brindar la información requerida por el público aplicando las normas de cortesía y relaciones humanas.</p> <p>Elaborar y entregar al jefe inmediato el reporte de las actividades ocurridas en el respectivo turno.</p> <p>Velar por el mantenimiento y alistamiento de los equipos asignados.</p> <p>Revisar paquetes que entren o saquen los empleados del embarcadero.</p> <p>Desempeñar todas las demás funciones inherentes al cargo y/o asignadas por el jefe inmediato.</p> |   |                                |

|  |
|--|
| <b>ANÁLISIS DEL CARGO</b>  |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>  |
| <b>Educación</b>   |
| Bachillerato.<br>Curso de Vigilancia.  |
| <b>Experiencia</b>   |
| 1 año (recomendada)  |
| <b>Aptitudes</b>   |
| Responsabilidad, respeto, discreción, colaboración, buenas relaciones interpersonales, tolerancia, paciencia, amabilidad, buena presentación personal. |
| <b>REQUISITOS FÍSICOS</b>  |
| <b>Esfuerzo Mental</b>   |
| El cargo requiere atención, iniciativa, recursividad, agilidad, amabilidad.  |
| <b>Esfuerzo Físico</b>   |
| El esfuerzo físico mínimo es alto ya que el trabajo se desarrolla la mayor parte de pie.   |
| <b>HABILIDADES</b>   |
| <b>Mental e Iniciativa</b>   |
| En el seguimiento de instrucciones verbales y escritas, atención a afiliados, manejo de conflictos.  |
| <b>Manual</b>  |
| No requiere habilidad manual específica.   |
| <b>RESPONSABILIDADES IMPLÍCITAS</b>  |
| <b>Por Supervisión</b>   |
| El desarrollo de sus funciones no implica la coordinación del trabajo de otras personas.   |

|  |
|--|
| <b>Por Contactos</b>   |
| Contacto frecuente con todo el personal de la organización tanto a nivel administrativo, al igual que con personas externas que llegan al círculo; representa la primera impresión que recibe una persona al llegar. |
| <b>Por el Manejo de Equipos y Valores</b>  |
| Responsabilidad directa por el manejo de los equipos de la entidad.  |
| <b>Datos Confidenciales</b>  |
| La información manejada no representa confidencialidad.  |
| <b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>  |
| <b>Ambiente</b>  |
| El trabajo se desarrolla todo el tiempo al aire libre.   |
| <b>Seguridad</b>   |
| Está expuesto a los cambios constantes del clima y a las agresiones de algunas personas que desean ingresar sin el cumplimiento de las normas.   |

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO   |   |                                       |
|--|---|---------------------------------------|
| <b>CARGO</b>   |   | <b>RELACIÓN DE DEPENDENCIA</b>        |
| <b>DENOMINACIÓN:</b>   |   | <b>SECCIÓN:</b>                       |
| (Chef)-cocina  |   | Alimentos                             |
| <b>CÓDIGO:</b>   |   | <b>JEFE INMEDIATO:</b>                |
| <b>GRADO:</b>  |   | <b>Administrador del Embarcadero.</b> |
| <b>Nº DE CARGOS:</b>   | 2 |                                       |
| <b>TIPO DE VINCULACIÓN:</b>  |   |                                       |
| <b>II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA:</b>   |   |                                       |
| Coordinar la programación del menú para la semana y supervisar la correcta preparación de todos los alimentos.   |   |                                       |
| <b>III. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:</b>  |   |                                       |
| <p>Velar por una adecuada higiene en la preparación de los alimentos.</p> <p>Verificar que los alimentos estén en perfecto estado para el consumo humano.</p> <p>Organizar los diferentes utensilios de trabajo previa utilización.</p> <p>Velar por un correcto aseo y mantenimiento de los utensilios y equipos de trabajo.</p> <p>Propender por una excelente higiene en el área de preparación de los alimentos.</p> <p>Delegar funciones a los empleados a cargo.</p> <p>Producir la cantidad exacta de comida y de la mejor calidad para el número exacto de clientes.</p> <p>Solicitar previa información sobre los contratos adquiridos.</p> <p>Controlar y mantener los costos de materia prima.</p> <p>Planear los menús y ordenar el suministro de los productos requeridos.</p> <p>Distinguir la calidad de los productos.</p> <p>Supervisar la preparación de los alimentos.</p> <p>Inspeccionar la calidad de los productos antes de ser consumidos.</p> |   |                                       |



|  |
|--|
| <p>Elaborar los montajes de buffet en reuniones que se realicen en el embarcadero.</p> <p>Estar al tanto en los costos de los alimentos y evitar despilfarros.</p> <p>Aplicar normas de conservación y almacenamiento de productos.</p> <p>Solicitar los suministros necesarios para la elaboración de las diferentes recetas.</p> <p>Coordinar los platos del día y preparaciones especiales.</p> <p>Mantener un adecuado orden y aseo del sitio de trabajo.</p> <p>Alistar los utensilios y herramientas de trabajo de acuerdo a la preparación de la receta.</p> <p>Desempeñar todas las demás funciones inherentes al cargo y/o asignadas por el jefe inmediato.</p> |
| <b>ANALISIS DEL CARGO</b>  |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>  |
| <b>Educación</b>   |
| <p>Chef calificado.</p> <p>Poseer un alto grado de cultura gastronómica.</p>   |
| <b>Experiencia</b>   |
| 1 año en cargos afines.  |
| <b>Aptitudes</b>   |
| Responsabilidad, cumplimiento, seriedad, orden, buenas relaciones interpersonales, liderazgo, idoneidad, recursividad.   |
| <b>REQUISITOS FÍSICOS</b>  |
| <b>Esfuerzo Mental</b>   |
| El cargo requiere atención, concentración, análisis, agilidad, motivación.   |
| <b>Esfuerzo Físico</b>   |
| Se requiere un alto nivel de esfuerzo físico, ya que su trabajo se desarrolla todo el tiempo de pie y caminando, además del esfuerzo propio de su trabajo.   |

|  |
|--|
| <b>HABILIDADES</b>   |
| <b>Mental e Iniciativa</b>   |
| Para resolución de problemas, coordinación del trabajo en líneas generales y específicas en su propio cargo y las personas bajo su supervisión.  |
| <b>Manual</b>  |
| Requiere habilidad manual específica.  |
| <b>RESPONSABILIDADES IMPLÍCITAS</b>  |
| <b>Por Supervisión</b>   |
| Trabajo en grupo.  |
| <b>Por Contactos</b>   |
| Contactos frecuentes con el administrador para ver como se encuentran en requerimiento de alimentos.   |
| <b>Por el Manejo de Equipos y Valores</b>  |
| Responsabilidad directa por el equipo de la cocina.  |
| <b>Datos Confidenciales</b>  |
| La información manejada representa confidencialidad pero no reserva.   |
| <b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>  |
| <b>Ambiente</b>  |
| El espacio físico con que cuenta para desempeñar su trabajo es adecuado, es moderadamente amplio, no cuenta con buena iluminación, hay poca ventilación por lo que se genera mucho calor, las condiciones de aseo son adecuadas. |
| <b>Seguridad</b>   |
| Está expuesto a sufrir accidentes como cortadas, caídas, desgarres o fracturas debido a la manipulación de los elementos de cocina.  |

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO   |   |                                |
|--|---|--------------------------------|
| <b>CARGO</b>   |   | <b>RELACIÓN DE DEPENDENCIA</b> |
| <b>DENOMINACIÓN:</b>   |   | <b>SECCIÓN:</b>                |
| Barman   |   | Bebidas                        |
| <b>CÓDIGO:</b>   |   | <b>JEFE INMEDIATO:</b>         |
| <b>GRADO:</b>  |   | Administrador del embarcadero  |
| <b>Nº DE CARGOS:</b>   | 2 |                                |
| <b>TIPO DE VINCULACIÓN:</b>  |   |                                |
| <b>II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA:</b>   |   |                                |
| Prepara y sirve todas las bebidas solicitadas en el bar y velar porque se brinde una adecuada atención a los clientes.   |   |                                |
| <b>III. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:</b>  |   |                                |
| <p>Verificar las exigencias entregadas por el almacén.</p> <p>Corroborar y controlar el suministro de productos de la semana.</p> <p>Verificar los sellos de los licores y las fechas de vencimiento de los demás productos.</p> <p>Mantener en perfecto orden y aseo el área de trabajo.</p> <p>Realizar la orden de suministro de productos requeridos al administrador.</p> <p>Prestar un buen servicio de atención al cliente.</p> <p>Elaborar y presentar reportes de ventas y existencias diarias.</p> <p>Responder por la adecuada utilización de la cristalería y elementos de trabajo.</p> <p>Responder por el dinero de las ventas.</p> <p>Preparación de cócteles y bebidas alcohólicas.</p> <p>Desempeñar todas las demás funciones inherentes al cargo y/o asignadas por el jefe inmediato.</p> |   |                                |

|   |
|---|
| <b>ANÁLISIS DEL CARGO</b>   |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>   |
| <b>Educación</b>  |
| Estudios técnicos de mesa y bar.<br>Conocimientos en preparación de cócteles.   |
| <b>Experiencia</b>  |
| Un (1) año en cargos a fines.   |
| <b>Aptitudes</b>  |
| Respeto, responsabilidad, buenas relaciones interpersonales, motivación, recursividad, lealtad, paciencia, tolerancia.                |
| <b>REQUISITOS FÍSICOS</b>   |
| <b>Esfuerzo Mental</b>  |
| El cargo requiere atención, concentración, agilidad.  |
| <b>Esfuerzo Físico</b>  |
| Requiere un constante esfuerzo físico ya que el trabajo se desarrolla todo el tiempo de pie y caminando y por largas jornadas.        |
| <b>HABILIDADES</b>  |
| <b>Mental e Iniciativa</b>  |
| En el desarrollo de su trabajo se encuentra la elaboración de bebidas, supervisión de una adecuada atención.                          |
| <b>RESPONSABILIDADES IMPLÍCITAS</b>   |
| <b>Por Contactos</b>  |
| Contactos frecuentes con personal de la organización, principalmente de su misma dependencia y con afiliados que solicitan servicios. |
| <b>Por el Manejo de Equipos y Valores</b>   |
| Responsabilidad directa por el inventario del bar y por la preparación de bebidas.  |

|   |
|---|
| <b>Datos Confidenciales</b>   |
| La información manejada es reservada y no representa confidencialidad.  |
| <b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>   |
| <b>Ambiente</b>   |
| Su trabajo se desarrolla constantemente en sitios diferentes, lo que no permite establecer parámetros de las condiciones ambientales. |
| <b>Seguridad</b>  |
| Está expuesto a sufrir accidentes como cortadas y pérdida progresiva de la audición por el ruido constante.                           |

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO  |   |                                |
|---|---|--------------------------------|
| <b>CARGO</b>  |   | <b>RELACIÓN DE DEPENDENCIA</b> |
| <b>DENOMINACIÓN:</b>  |   | <b>SECCIÓN:</b>                |
| Mesero  |   | Alimentos                      |
| <b>CÓDIGO:</b>  |   | <b>JEFE INMEDIATO:</b>         |
| <b>GRADO:</b>   |   | Administrador del embarcadero. |
| <b>Nº DE CARGOS:</b>  | 3 |                                |
| <b>TIPO DE VINCULACIÓN:</b>   |   |                                |
| <b>II. DESCRIPCIÓN GENÉRICA:</b>  |   |                                |
| Atender a los clientes que solicitan servicios de restaurante en cualquiera de los comedores del embarcadero turístico o en los eventos realizados.   |   |                                |
| <b>III. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA:</b>   |   |                                |
| <p>Atender a los clientes con amabilidad y cortesía.</p> <p>Responden por el inventario físico de lo recibido.</p> <p>Asear el área de trabajo.</p> <p>Realizar el montaje de mesas, para eventos especiales.</p> <p>Levantar la loza de las mesas en el momento adecuado.</p> <p>Informar a los afiliados, suboficiales, empleados, sobre el plato del día.</p> <p>Velar por la presentación personal.</p> <p>Atender las quejas de los clientes.</p> <p>Desempeñar todas las demás funciones inherentes al cargo y/o asignadas por el jefe inmediato.</p> |   |                                |
| <b>ANÁLISIS DEL CARGO</b>   |   |                                |
| <b>REQUISITOS INTELECTUALES</b>   |   |                                |
| <b>Educación</b>  |   |                                |
| Conocimientos de bar y mesa.  |   |                                |

|   |
|---|
| <b>Experiencia</b>  |
| Un (1) año en cargos afines.  |
| <b>Aptitudes</b>  |
| Respeto, paciencia, buenas relaciones interpersonales, amabilidad, compañerismo.  |
| <b>REQUISITOS FÍSICOS</b>   |
| <b>Esfuerzo Mental</b>  |
| Atención, coordinación, agilidad, solución a los requerimientos de los clientes.  |
| <b>Esfuerzo Físico</b>  |
| Exige un constante esfuerzo físico ya que se trabajo se desarrolla todo el tiempo de pie y caminando, además del transporte de alimentos y bebidas. |
| <b>HABILIDADES</b>  |
| <b>Mental e Iniciativa</b>  |
| En el desarrollo de su trabajo, seguimiento de instrucciones, atención a clientes, manejo de conflictos.  |
| <b>Manual</b>   |
| Específica en el uso de la bandeja y transporte de alimentos y bebidas. Manipulación de alimentos y servicio al cliente.                            |
| <b>RESPONSABILIDADES IMPLÍCITAS</b>   |
| <b>Por Supervisión</b>  |
| El desarrollo de su cargo no implica la coordinación del trabajo de otras dependencias.   |
| <b>Por Contactos</b>  |
| Contacto frecuente con los clientes que asisten a los diferentes comedores y eventos, al igual que con personal de su misma dependencia.            |
| <b>Por el Manejo de Equipos y Valores</b>   |
| Responsabilidad directa por la prestación de un adecuado servicio y por la utilización de los diferentes implementos de trabajo.                    |

|  |
|--|
| <b>Datos Confidenciales</b>  |
| La información manejada no representa confidencialidad.  |
| <b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>  |
| <b>Ambiente</b>  |
| El trabajo se desarrolla constantemente en sitios diferentes por lo que no existen condiciones estables. |
| <b>Seguridad</b>   |
| Está expuesto a sufrir accidentes como caídas, cortadas, desgarres, por la naturaleza de su trabajo.     |



## 9. PLAN DE MERCADEO PARA EL EMBARCADERO TURISTICO DE GIRARDOT

### 9.1 ANALISIS DEL SERVICIO

El embarcadero es una entidad promotora de servicios de recreación donde estratégicamente, se busca una identidad turística para la ciudad de Girardot y el rescate cultural e histórico de este sitio.

La proyección para el embarcadero es convertirlo en el primer centro de recreación el cual maneje paseos fluviales y utilice al máximo los recursos naturales del entorno.

De otro lado, la empresa cuenta con una gama de portafolio de servicios en recreación como :

| SERVICIOS                 | PRECIOS   |
|---------------------------|---|
| PISCINA                   | ADULTOS = \$6.000<br>NIÑOS= \$3.000                                       |
| CASA DE LA CERVEZA        | CERVEZA \$1.200   |
| EVENTOS SOCIALES          | Dependiendo el tipo de eventos/<br>numero de personas.                    |
| TOUR POR EL RIO MAGDALENA | \$10.000  |
| RESTAURANTE               | Platos especiales = \$ 10.500 – \$12.500<br>Almuerzos ejecutivos= \$4.500 |
| PASEO EN CHIVA            | \$1.000   |
| PASEO EN TREN             | \$1.000   |
| BAR                       | Dependiendo el tipo de licor y bebidas                                    |

La organización se encuentra en un sector altamente productivo debido a la variedad de recursos naturales y un hermoso panorama, el cual serviría para el aprovechamiento del mismo.

- **Capacidad.** Promedio de 200 personas Aproximadamente.

## **9.2 BONDADES**

- Ofrecer al turista un portafolio de servicios turísticos económico y seguro garantizando la diversión, recreación y tranquilidad.
- Involucrar a los funcionarios de la organización en la calidad del servicio al cliente brindando agilidad, disciplina y tolerancia.

## **9.3 BENEFICIOS**

- Generará dinámica a los hoteles con diferentes actividades para los huéspedes de la ciudad.
- La empresa generaría actividad laboral para la economía formal e informal.
- Generar número de empleados directos e indirectos en la ciudad de Girardot.
- Reactivación de la navegabilidad por el río Magdalena.
- Permite el aprovechamiento de la infraestructura turística del embarcadero.

## **10. ANALISIS DE VARIABLES SEGÚN INFORMACION RECOLECTADA**

### **10.1 CRUCE DE VARIABLES**

Para el trabajo que es objeto de estudio se realizará un análisis de cruce de variables teniendo en cuenta las características de los turistas que visitarían el embarcadero turístico.

Las variables a manejar son :

- Visitaría el embarcadero Vs Disponibilidad económica.
- Visitaría el embarcadero Vs Servicios que ofrece.
- Visitaría el embarcadero Vs Porque.
- Frecuencia Vs Razones.
- En compañía Vs Número de personas.
- Momentos Vs Razones
- Visitaría Vs Utilización de paquetes turísticos brindados por el Embarcadero.
- Utilizaría paquetes turísticos brindados por el Embarcadero Vs Disponibilidad económica.
- Disponibilidad económica Vs pagaría los servicios del embarcadero.

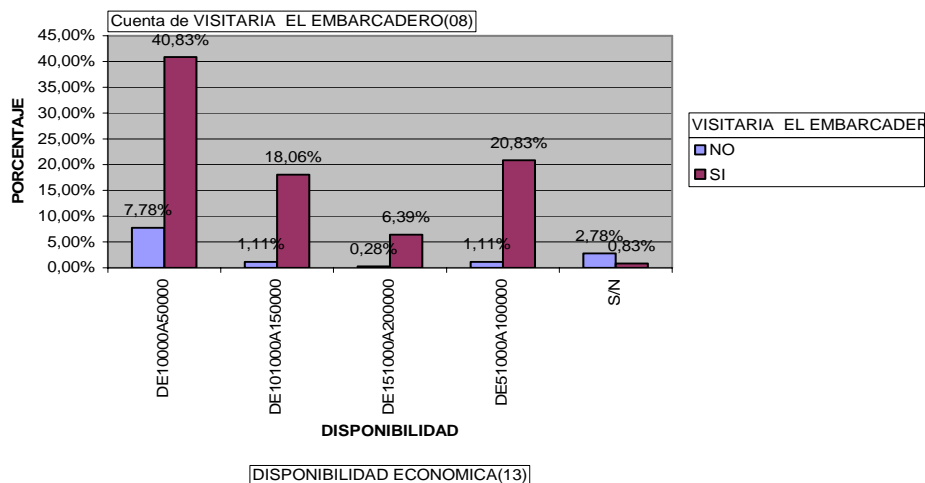
### 10.1.1 Visitaría el embarcadero Vs Disponibilidad económica.

Tabla 22. Cruce de variables. Visitaría el embarcadero Vs Disponibilidad económica

| Cuenta de VISITARIA EL EMBARCADERO(08) | VISITARIA EL EMBARCADERO(08) |               |                |
|--|------------------------------|---------------|----------------|
| DISPONIBILIDAD ECONOMICA(13)           | NO                           | SI            | Total general  |
| DE10000A50000                          | 7,78%                        | 40,83%        | 48,61%         |
| DE101000A150000                        | 1,11%                        | 18,06%        | 19,17%         |
| DE151000A200000                        | 0,28%                        | 6,39%         | 6,67%          |
| DE51000A100000                         | 1,11%                        | 20,83%        | 21,94%         |
| S/N                                    | 2,78%                        | 0,83%         | 3,61%          |
| <b>Total general</b>                   | <b>13,06%</b>                | <b>86,94%</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Los autores

Gráfica 2. VISITA AL EMBARCADERO Vs DISPONIBILIDAD ECONOMICA



Fuente: Los autores

El 40.83% de los turistas que visitaría el embarcadero tiene una disponibilidad económica de \$10.000 – \$50.000 , lo cual significa que la organización debe de ofrecer los servicios acorde a la capacidad económica de la demanda.

**10.1.2 Visitaría el embarcadero Vs Servicios que ofrece.** A continuación se desglosarán los servicios que ofrece el Embarcadero así:

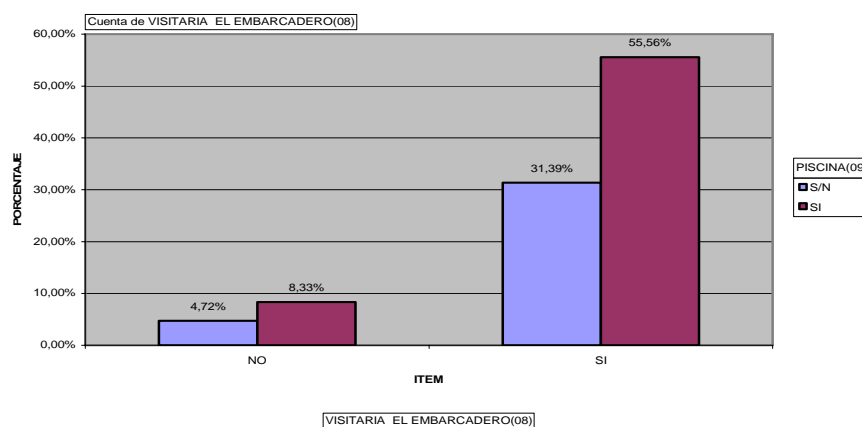
### 10.1.2.1 Visitaría – Piscina

Tabla 23. Cruce de variables . Visitaría – Piscina

| Cuenta de VISITARIA EL EMBARCADERO(08) | PISCINA(09)   |               |                |
|--|---------------|---------------|----------------|
| VISITARIA EL EMBARCADERO(08)           | S/N           | SI            | Total general  |
| NO                                     | 4,72%         | 8,33%         | 13,06%         |
| SI                                     | 31,39%        | 55,56%        | 86,94%         |
| <b>Total general</b>                   | <b>36,11%</b> | <b>63,89%</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Los autores

**Gráfica 3. VISITARIA EL EMBARCADERO Vs PISCINA**



Fuente: Los autores

El 55.56% de los posibles turistas que visitaría el embarcadero utilizaría el servicio de piscina, lo cual significa que la empresa puede debe identificar este servicio en el paquete o portafolio de servicios que brinda la organización.

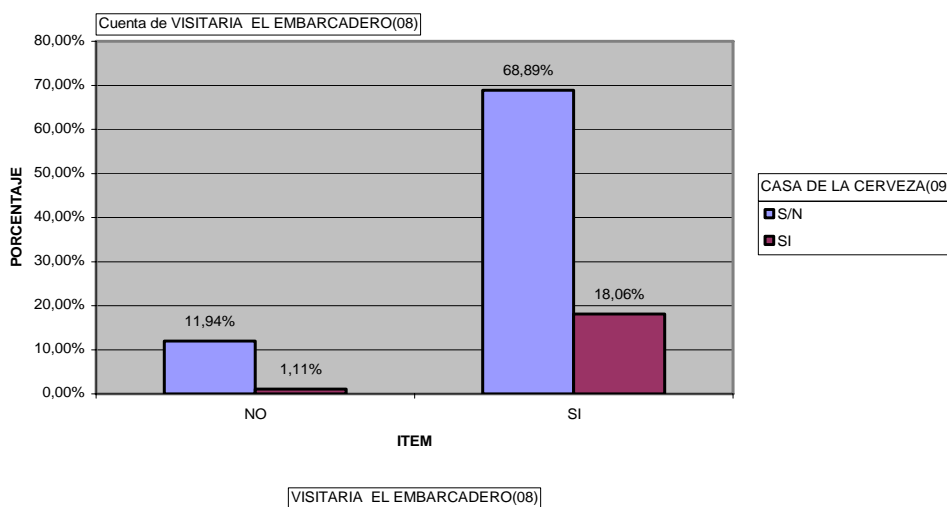
### 10.1.2.2 Visitaría – Casa de la Cerveza

Tabla 24. Cruce de variables. Visitaría – Casa de la Cerveza

| Cuenta de VISITARIA EL EMBARCADERO(08) | CASA DE LA CERVEZA(09) |               |                |
|--|------------------------|---------------|----------------|
| VISITARIA EL EMBARCADERO(08)           | S/N                    | SI            | Total general  |
| NO                                     | 11,94%                 | 1,11%         | 13,06%         |
| SI                                     | 68,89%                 | 18,06%        | 86,94%         |
| <b>Total general</b>                   | <b>80,83%</b>          | <b>19,17%</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Los autores

**Gráfica 4. VISITA EL EMBARCADERO Vs CASA DE LA CERVEZA**



Fuente: Los autores

De los turistas que visitaría el embarcadero un 18.06% utilizaría los servicios de casa de la cerveza, esto significa que la empresa podría incluir el servicio mencionado anteriormente como estrategia para el portafolio de servicios.

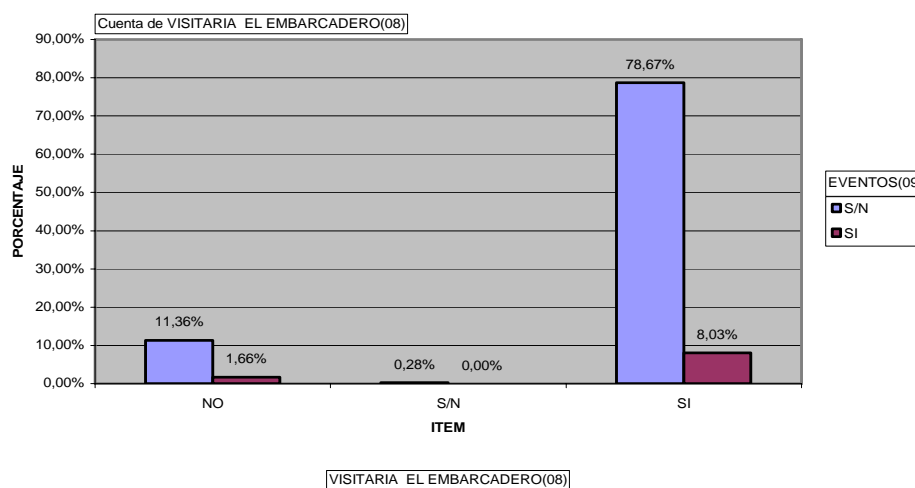
### 10.1.2.3 Visitaría – Eventos

Tabla 25. Cruce de variables .Visitaría – Eventos

| Cuenta de VISITARIA EL EMBARCADERO(08) | EVENTOS(09)   |              |                |
|--|---------------|--------------|----------------|
| VISITARIA EL EMBARCADERO(08)           | S/N           | SI           | Total general  |
| NO                                     | 11,36%        | 1,66%        | 13,02%         |
| S/N                                    | 0,28%         | 0,00%        | 0,28%          |
| SI                                     | 78,67%        | 8,03%        | 86,70%         |
| <b>Total general</b>                   | <b>90,30%</b> | <b>9,70%</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Los autores

**Gráfica 5. VISITA EL EMBARCADERO  
Vs EVENTOS**



Fuente: Los autores

El 8.03% de los turistas que visitaría el embarcadero utilizaría el servicio de eventos, significando para la empresa una estrategia para la promoción de nuevos clientes en el embarcadero.

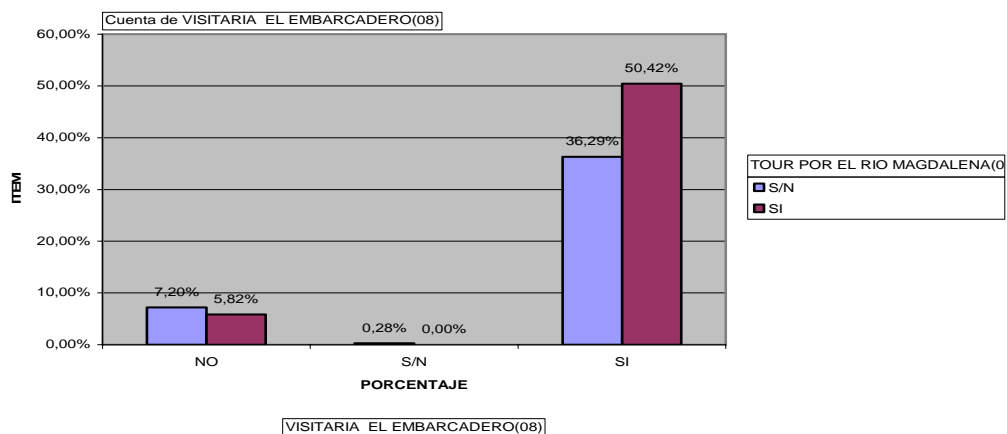
#### 10.1.2.4 Visitaría – Tour por el río.

Tabla 26. Cruce de variables. Visitaría – Tour por el río

| Cuenta de VISITARIA EL EMBARCADERO(08) | TOUR POR EL RIO MAGDALENA(09) |               |                |
|--|-------------------------------|---------------|----------------|
| VISITARIA EL EMBARCADERO(08)           | S/N                           | SI            | Total general  |
| NO                                     | 7,20%                         | 5,82%         | 13,02%         |
| S/N                                    | 0,28%                         | 0,00%         | 0,28%          |
| SI                                     | 36,29%                        | 50,42%        | 86,70%         |
| <b>Total general</b>                   | <b>43,77%</b>                 | <b>56,23%</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Los autores

**Gráfica 6. VISITA EL EMBARCADERO Vs TOUR POR EL RIO**



Fuente: Los autores

El 56.23% de las personas que visitarían el embarcadero realizarían el tour por el río, significando que se debe destacar este servicio en el portafolio como alternativa para incrementar los ingresos de la empresa.



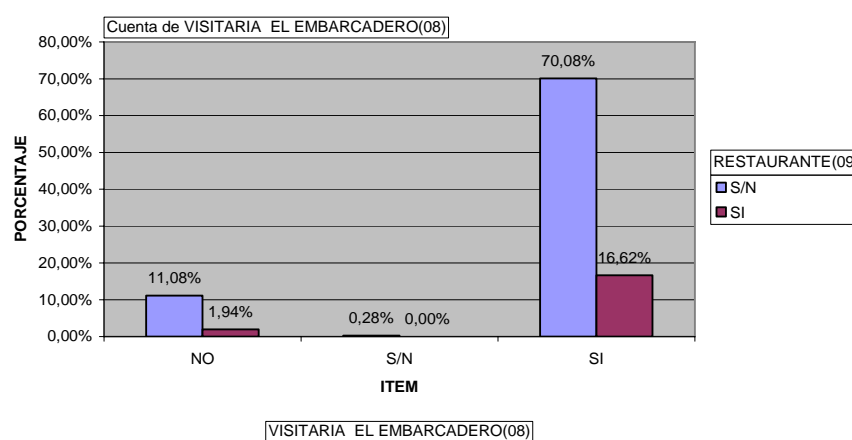
### 10.1.2.5 Visitaría – Restaurante

Tabla 27. Cruce de variables. Visitaría – Restaurante

| Cuenta de VISITARIA EL EMBARCADERO(08) | RESTAURANTE(09) |               |                |
|--|-----------------|---------------|----------------|
| VISITARIA EL EMBARCADERO(08)           | S/N             | SI            | Total general  |
| NO                                     | 11,08%          | 1,94%         | 13,02%         |
| S/N                                    | 0,28%           | 0,00%         | 0,28%          |
| SI                                     | 70,08%          | 16,62%        | 86,70%         |
| <b>Total general</b>                   | <b>81,44%</b>   | <b>18,56%</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Los autores

Gráfica 7. VISITA EL EMBARCADERO Vs RESTAURANTE



Fuente: Los autores

El 16.62% de los turista que visitarían el embarcadero utilizaría el servicio del restaurante, además se podría incluir en el portafolio de servicios de la empresa.

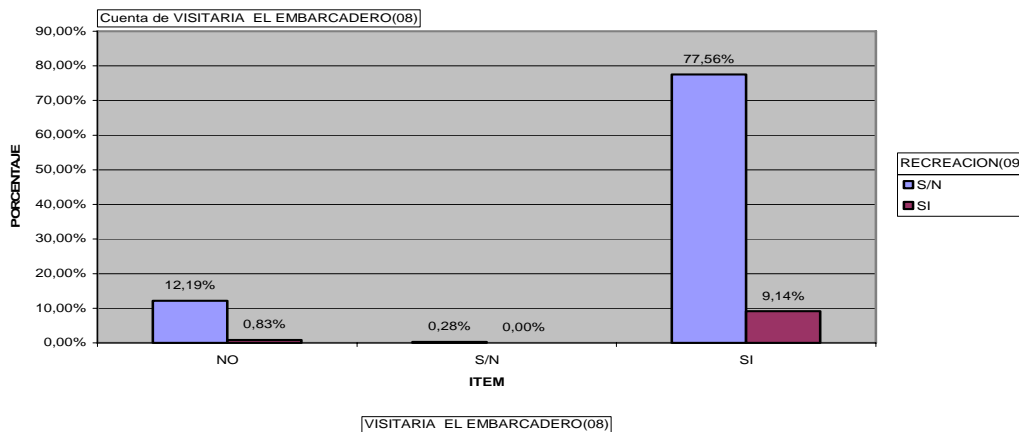
### 10.1.2.6 Visitaría – Recreación

Tabla 28. Cruce de variables .Visitaría – Recreación

| Cuenta de VISITARIA EL EMBARCADERO(08) | RECREACION(09) |              |                |
|--|----------------|--------------|----------------|
| VISITARIA EL EMBARCADERO(08)           | S/N            | SI           | Total general  |
| NO                                     | 12,19%         | 0,83%        | 13,02%         |
| S/N                                    | 0,28%          | 0,00%        | 0,28%          |
| SI                                     | 77,56%         | 9,14%        | 86,70%         |
| <b>Total general</b>                   | <b>90,03%</b>  | <b>9,97%</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Los autores

**Gráfica 8. VISITA EL EMBARCADERO Vs RECREACION**



Fuente: Los autores

El 9.14% de turistas que visitaría el embarcadero utilizaría el servicio de recreación; la empresa podría implementar este servicio como estrategias para captar demanda de nuevos turistas a través de este servicio.

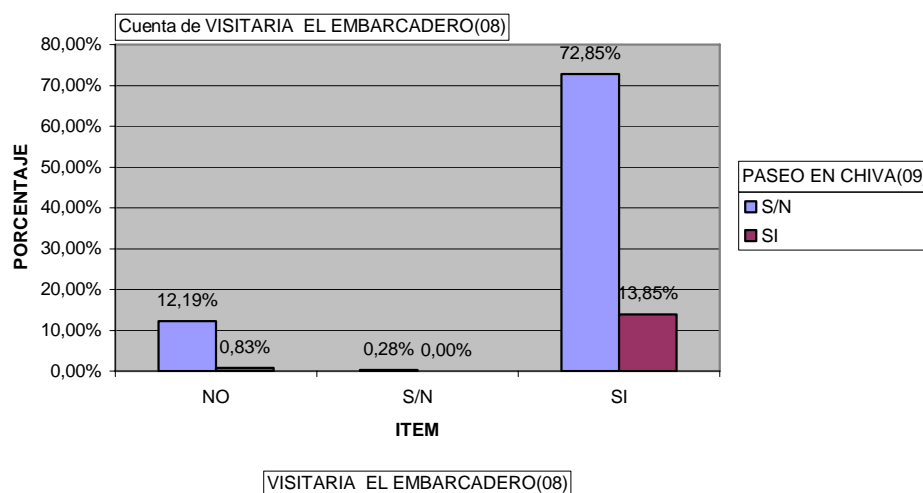
### 10.1.2.7 Visitaría – Paseo en Chiva

Tabla 29. Cruce de variables. Visitaría – Paseo en Chiva

| Cuenta de VISITARIA EL EMBARCADERO(08) | PASEO EN CHIVA(09) |               |                |
|--|--------------------|---------------|----------------|
| VISITARIA EL EMBARCADERO(08)           | S/N                | SI            | Total general  |
| NO                                     | 12,19%             | 0,83%         | 13,02%         |
| S/N                                    | 0,28%              | 0,00%         | 0,28%          |
| SI                                     | 72,85%             | 13,85%        | 86,70%         |
| <b>Total general</b>                   | <b>85,32%</b>      | <b>14,68%</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Los autores

Gráfica 9. VISITA EL EMBARCADERO Vs PASEO EN CHIVA



Fuente: Los autores

El 13.85% de las personas que visitan el embarcadero utilizaría el servicio de chiva, además sería una estrategia de la empresa para que los turistas conozcan la ciudad.

### 10.1.2.8 Visitaría – Tren

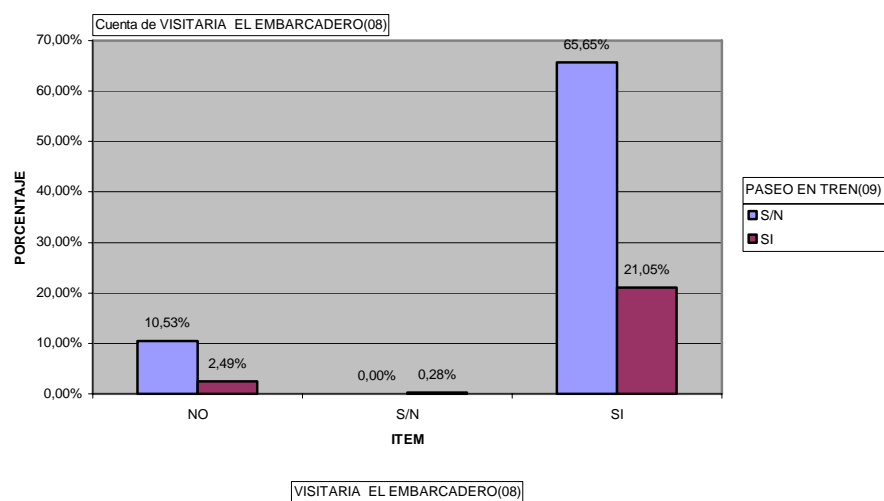
Tabla 30. Cruce de variables. Visitaría – Tren

| Cuenta de VISITARIA EL EMBARCADERO(08) | PASEO EN TREN(09) |               |                |
|--|-------------------|---------------|----------------|
| VISITARIA EL EMBARCADERO(08)           | S/N               | SI            | Total general  |
| NO                                     | 10,53%            | 2,49%         | 13,02%         |
| S/N                                    | 0,00%             | 0,28%         | 0,28%          |
| SI                                     | 65,65%            | 21,05%        | 86,70%         |
| <b>Total general</b>                   | <b>76,18%</b>     | <b>23,82%</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Los autores

PISCINA(09) (Todas)

Gráfica 10. VISITA EL EMBARCADERO Vs TREN



Fuente: Los autores

El 21.05% de turistas que visitaría el embarcadero utilizaría los servicios del tren, significa que la organización podría incluir este servicio en el portafolio.

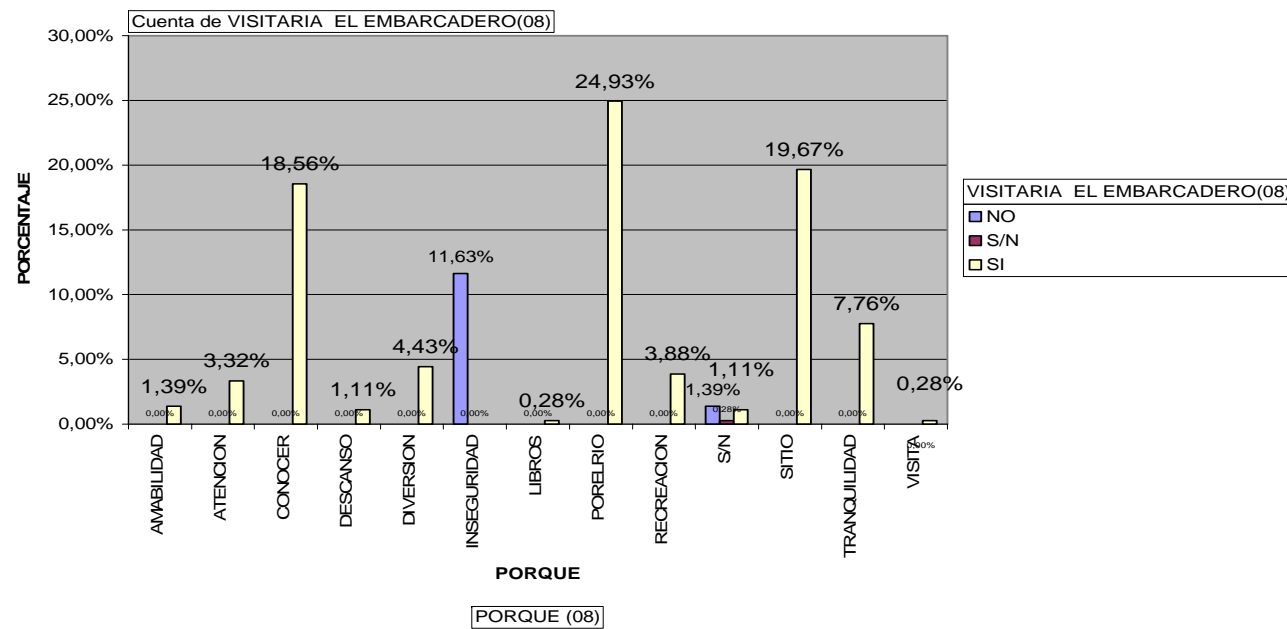
### 10.1.3 Visitaría el embarcadero Vs Porque

Tabla 31. Cruce de variables. Visitaría el embarcadero Vs Porque

| <b>Cuenta de<br/>VISITARIA EL<br/>EMBARCADERO(08)</b> | <b>VISITARIA EL<br/>EMBARCADERO(08)</b> |              |               |                          |
|---|---|--------------|---------------|--------------------------|
| <b>PORQUE (08)</b>                                    | <b>NO</b>                               | <b>S/N</b>   | <b>SI</b>     | <b>Total<br/>general</b> |
| AMABILIDAD  | 0,00%                                   | 0,00%        | 1,39%         | 1,39%                    |
| ATENCION  | 0,00%                                   | 0,00%        | 3,32%         | 3,32%                    |
| CONOCER   | 0,00%                                   | 0,00%        | 18,56%        | 18,56%                   |
| DESCANSO  | 0,00%                                   | 0,00%        | 1,11%         | 1,11%                    |
| DIVERSION   | 0,00%                                   | 0,00%        | 4,43%         | 4,43%                    |
| INSEGURIDAD   | 11,63%                                  | 0,00%        | 0,00%         | 11,63%                   |
| LIBROS  | 0,00%                                   | 0,00%        | 0,28%         | 0,28%                    |
| PORELRIO  | 0,00%                                   | 0,00%        | 24,93%        | 24,93%                   |
| RECREACION  | 0,00%                                   | 0,00%        | 3,88%         | 3,88%                    |
| S/N   | 1,39%                                   | 0,28%        | 1,11%         | 2,77%                    |
| SITIO   | 0,00%                                   | 0,00%        | 19,67%        | 19,67%                   |
| TRANQUILIDAD  | 0,00%                                   | 0,00%        | 7,76%         | 7,76%                    |
| VISITA  | 0,00%                                   | 0,00%        | 0,28%         | 0,28%                    |
| <b>Total general</b>                                  | <b>13,02%</b>                           | <b>0,28%</b> | <b>86,70%</b> | <b>100,00%</b>           |

Fuente: Los autores

**Gráfica 11. VISITARIA EL EMBARCADERO Vs PORQUE**



El 24.93% de los turistas que visitarían el embarcadero lo haría por conocer el río, la empresa debería implementar una estrategia de paseos fluviales para aumentar así sus ingresos.

Cabe resaltar que el 18.56% de turistas que visitan el embarcadero lo hacen por conocer, debido a las reformas estructurales y la ubicación del sitio, por otra parte el 7.76% que visita el embarcadero lo haría por la tranquilidad del sector .

Lo anterior serviría como estrategia en la promoción del sector promoviendo el sano esparcimiento y la panorámica con el cual cuenta la empresa.

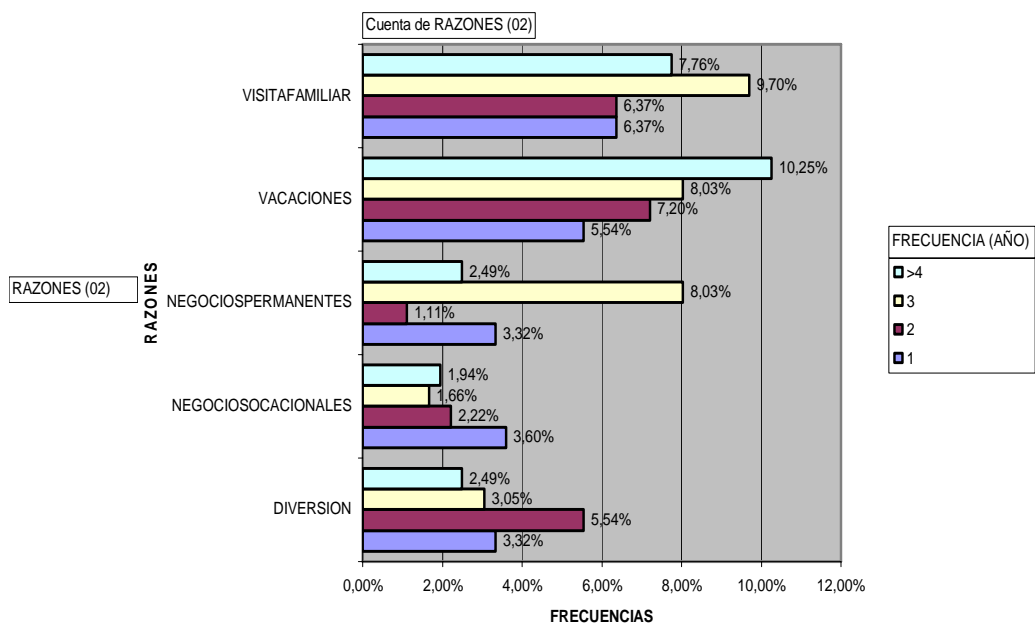
### 10.1.4 Frecuencia Vs Razones

Tabla 32. Cruce de variables. Frecuencia Vs Razones

| Cuenta de RAZONES (02) | FRECUENCIA (AÑO) |               |               |               |                |
|------------------------|------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| RAZONES (02)           | 1                | 2             | 3             | >4            | Total general  |
| DIVERSION              | 3,32%            | 5,54%         | 3,05%         | 2,49%         | 14,40%         |
| NEGOCIOSOCACIONALES    | 3,60%            | 2,22%         | 1,66%         | 1,94%         | 9,42%          |
| NEGOCIOSPERMANENTES    | 3,32%            | 1,11%         | 8,03%         | 2,49%         | 14,96%         |
| VACACIONES             | 5,54%            | 7,20%         | 8,03%         | 10,25%        | 31,02%         |
| VISITAFAMILIAR         | 6,37%            | 6,37%         | 9,70%         | 7,76%         | 30,19%         |
| <b>Total general</b>   | <b>22,16%</b>    | <b>22,44%</b> | <b>30,47%</b> | <b>24,93%</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Los autores

Gráfica 12. FRECUENCIA Vs RAZONES



Fuente: Los autores



La empresa debería diseñar un portafolio de servicios especiales a los turistas que vienen de vacaciones y visita familiar.

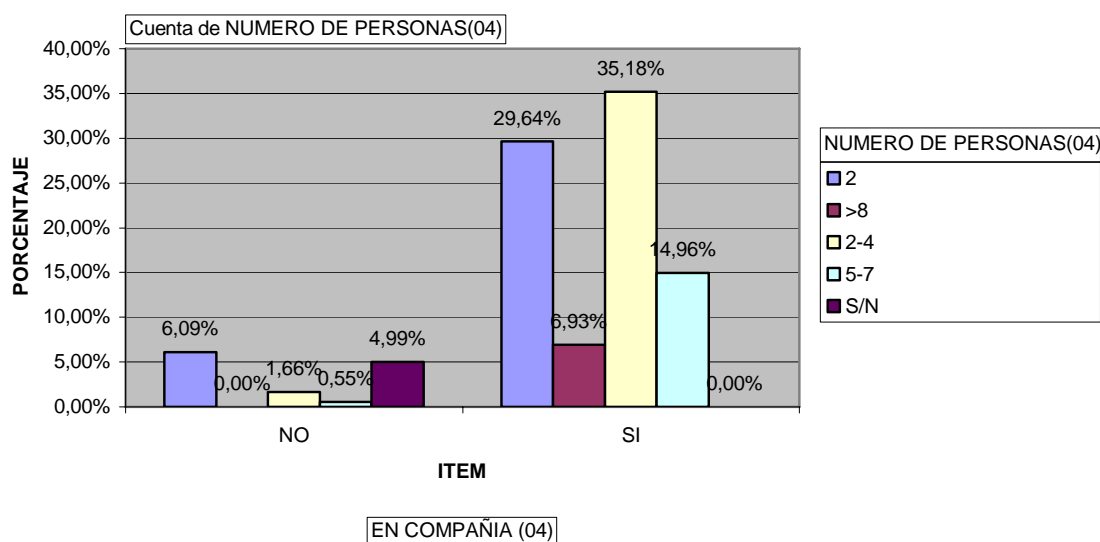
### 10.1.5 En compañía vs Número de personas

Tabla 33. Cruce de variables. En compañía vs Número de personas

| Cuenta de<br>NUMERO DE<br>PERSONAS(04) | NUMERO DE<br>PERSONAS(04) |              |               |               |              |                  |
|--|---------------------------|--------------|---------------|---------------|--------------|------------------|
| EN COMPAÑÍA<br>(04)                    | 2                         | >8           | 2-4           | 5-7           | S/N          | Total<br>general |
| NO                                     | 6,09%                     | 0,00%        | 1,66%         | 0,55%         | 4,99%        | 13,30%           |
| SI                                     | 29,64%                    | 6,93%        | 35,18%        | 14,96%        | 0,00%        | 86,70%           |
| <b>Total general</b>                   | <b>35,73%</b>             | <b>6,93%</b> | <b>36,84%</b> | <b>15,51%</b> | <b>4,99%</b> | <b>100,00%</b>   |

Fuente: Los autores

Gáfico 13. NUMERO DE PERSONAS Vs EN COMPAÑÍA



Fuente: Los autores

El 29.64% de turistas que visitaría el embarcadero lo harían en pareja, mientras el 35.18% visitarían el embarcadero en plan familiar, esto significa que la empresa debería de segmentar el mercado de parejas y de grupos de 2 a 4 personas.

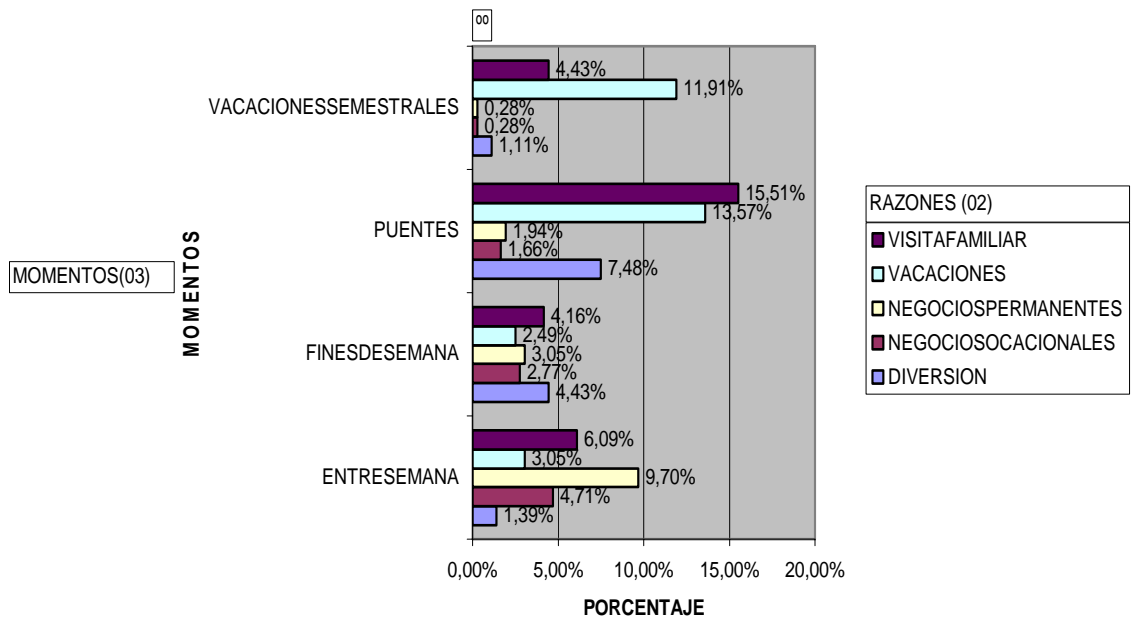
#### 10.1.6 Momentos Vs Razones.

Tabla 34. Cruce de variables. Momentos Vs Razones

| MOMENTOS(03)          | DIVERSION | NEGOCIOSOCACIONALES | NEGOCIOSPERMANENTES | VACACIONES | VISITAFAMILIAR | Total general |
|-----------------------|-----------|---------------------|---------------------|------------|----------------|---------------|
| ENTRESEMANA           | 1,39%     | 4,71%               | 9,70%               | 3,05%      | 6,09%          | 24,93%        |
| FINESDESEMANA         | 4,43%     | 2,77%               | 3,05%               | 2,49%      | 4,16%          | 16,90%        |
| PUENTES               | 7,48%     | 1,66%               | 1,94%               | 13,57%     | 15,51%         | 40,17%        |
| VACACIONESSEMESTRALES | 1,11%     | 0,28%               | 0,28%               | 11,91%     | 4,43%          | 18,01%        |
| Total general         | 14,40%    | 9,42%               | 14,96%              | 31,02%     | 30,19%         | 100,00%       |

Fuente: Los autores

**Gráfica 14. MOMENTOS Vs RAZONES**



De los posibles turistas que visitarían el embarcadero el 15.51% lo harían las semanas de puentes, siendo esto favorable para la empresa, siendo una frecuencia alta de clientes y se podría realizar una estrategia de promoción agresiva para captar demandantes que utilizaría los servicios de la empresa.

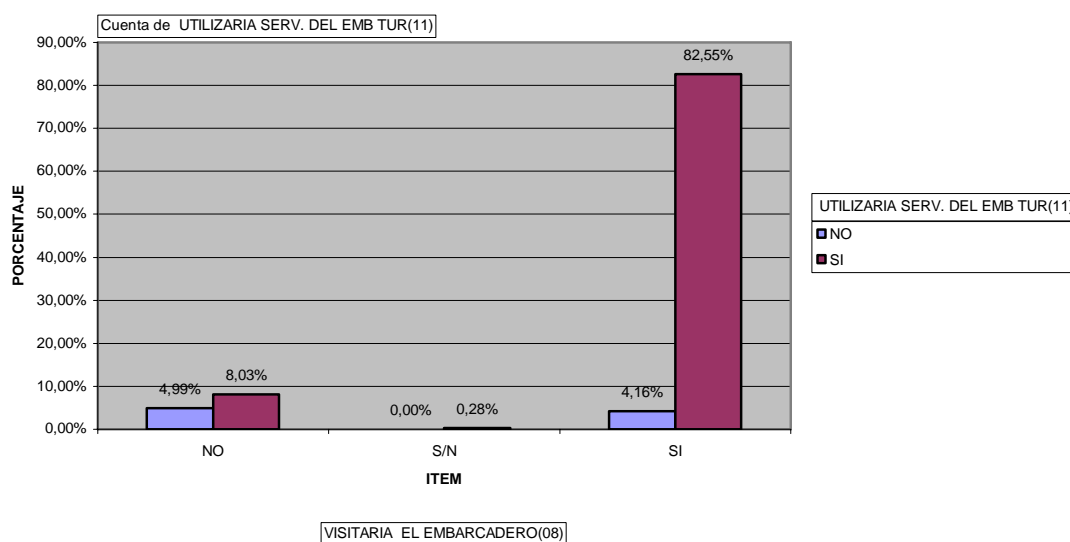
### 10.1.7 Visita Vs Utilización de los servicios

Tabla 35. Cruce de variables. Visita Vs Utilización de los servicios

| Cuenta de UTILIZARIA SERV. DEL EMB TUR(11) | UTILIZARIA SERV. DEL EMB TUR(11) |               |                |
|--|----------------------------------|---------------|----------------|
| VISITARIA EL EMBARCADERO(08)               | NO                               | SI            | Total general  |
| NO   | 4,99%                            | 8,03%         | 13,02%         |
| S/N  | 0,00%                            | 0,28%         | 0,28%          |
| SI   | 4,16%                            | 82,55%        | 86,70%         |
| <b>Total general</b>                       | <b>9,14%</b>                     | <b>90,86%</b> | <b>100,00%</b> |

Fuente: Los autores

Gráfica 15. VISITA Vs UTILIZACION DE SERVICIOS TURISTICOS



Fuente: Los autores

El 82.55% de los posibles turistas que visitarían el embarcadero utilizarían los servicios brindados por el mismo, significando que la empresa debería diseñar un portafolio de servicios.

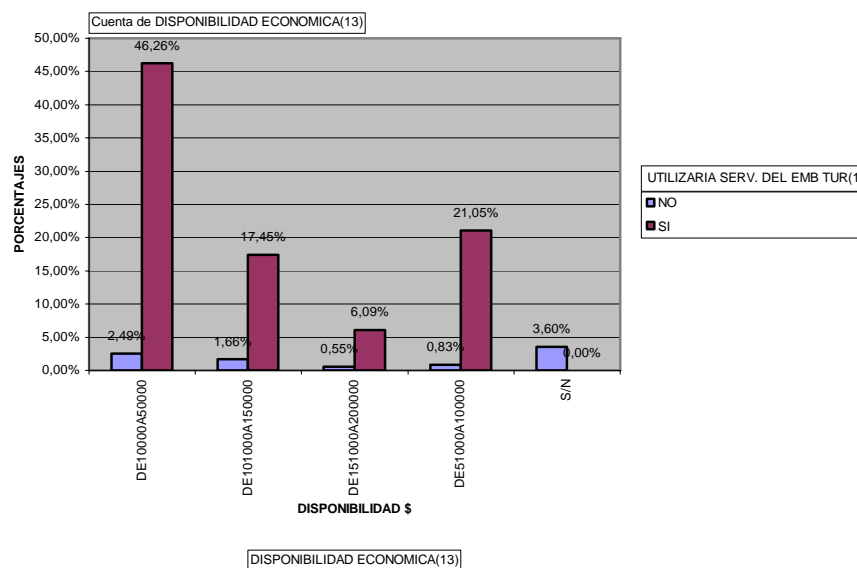
### 10.1.8 Utilizaría Vs Disponibilidad económica.

Tabla 36. Cruce de variables. Utilizaría Vs Disponibilidad económica.

| Cuenta de<br>DISPONIBILIDAD<br>ECONOMICA(13) | UTILIZARIA SERV. DEL EMB<br>TUR(11) |               |                  |
|--|-------------------------------------|---------------|------------------|
| DISPONIBILIDAD<br>ECONOMICA(13)              | NO                                  | SI            | Total<br>general |
| DE10000A50000                                | 2,49%                               | 46,26%        | 48,75%           |
| DE101000A150000                              | 1,66%                               | 17,45%        | 19,11%           |
| DE151000A200000                              | 0,55%                               | 6,09%         | 6,65%            |
| DE51000A100000                               | 0,83%                               | 21,05%        | 21,88%           |
| S/N  | 3,60%                               | 0,00%         | 3,60%            |
| <b>Total general</b>                         | <b>9,14%</b>                        | <b>90,86%</b> | <b>100,00%</b>   |

Fuente: Los autores

Gráfica 16. UTILIZARIA SERVICIOS TURISTICO Vs  
DISPONIBILIDAD ECONOMICA



Fuente: Los autores

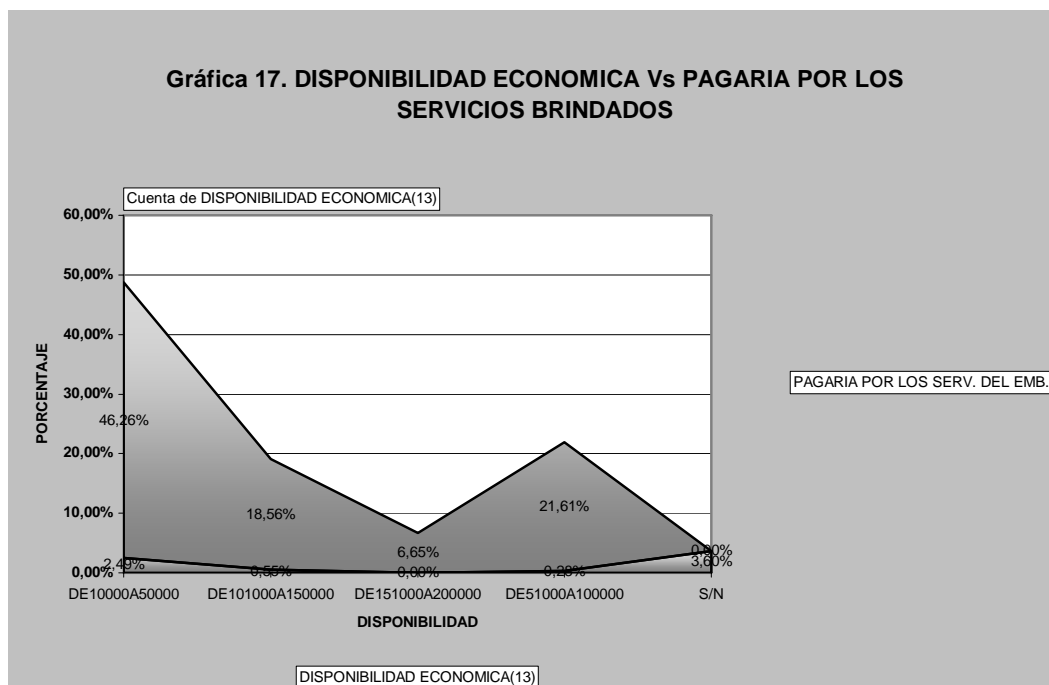
El 46.26% de los posibles turistas que utilizaría el servicio del embarcadero tenderían una disponibilidad económica de \$10.000 a \$ 50.000 lo cual significa para la empresa que el portafolio a brindar no debe ser mayor a la capacidad económica de los demandantes.

#### 10.1.9 Disponibilidad económica Vs Pagaría los servicios del embarcadero

Tabla 37. Cruce de variable. Disponibilidad económica Vs Pagaría los servicios del embarcadero

| <b>Cuenta de DISPONIBILIDAD ECONOMICA(13)</b> | <b>PAGARIA POR LOS SERV. DEL EMB. TUR.(12)</b> |               |                      |
|---|--|---------------|----------------------|
| <b>DISPONIBILIDAD ECONOMICA(13)</b>           | <b>NO</b>                                      | <b>SI</b>     | <b>Total general</b> |
| DE10000A50000                                 | 2,49%  | 46,26%        | 48,75%               |
| DE101000A150000                               | 0,55%  | 18,56%        | 19,11%               |
| DE151000A200000                               | 0,00%  | 6,65%         | 6,65%                |
| DE51000A100000                                | 0,28%  | 21,61%        | 21,88%               |
| S/N   | 3,60%  | 0,00%         | 3,60%                |
| <b>Total general</b>                          | <b>6,93%</b>                                   | <b>93,07%</b> | <b>100,00%</b>       |

Fuente: Los autores



Fuente: Los autores

El 46.26% de los posibles turistas que pagarían por los servicios brindados por el embarcadero tienen una disponibilidad económica de \$10.000 a \$50.000, siendo beneficioso para la organización ya que los usuarios del servicio gastarían para su recreación. Cabe resaltar también que el 21.61% de los usuarios gastarían de \$ 51.000 a \$100.000, siendo estos 2 intervalos los más altos el cual pude dirigirse el portafolio de servicios.

Por otra parte, se puede observar que existen 2 pequeños grupos los cuales estarían dispuestos a gastar cuya disponibilidad económica se encuentra entre \$101.000 a \$ 150.000 un 18.56% y de \$151.000 a \$ 200.000 un 6.65% siendo beneficioso para la empresa y esta a su vez debería vender mas el sitio como de sano esparcimiento y tranquilidad para mantener este grupo de personas.

## **11. ANALISIS DEL MERCADO**

### **11.1 MERCADO**

El mercado en el cual se encuentra identificado el Embarcadero es el de servicio de recreación, dirigido a los turistas que visitan la ciudad.

### **11.2 DEMANDA TURÍSTICA**

Tal como lo afirma la Secretaría de Turismo de México en el documento *competitividad y desarrollo de productos turísticos exitosos*: "Los turistas PAGAN por los SERVICIOS que necesitan para disfrutar de su tiempo libre (transporte, actividades, visitas, recreación y diversión) y para sobrevivir (comer, dormir) en ambientes diferentes y extraños; pero ante todo, buscan EXPERIENCIAS y UTILIDADES, y eso es lo que COMPRAN." En otras palabras, la demanda turística es el conjunto de productos, facilidades, atractivos, servicios y actividades que satisfacen las necesidades, anhelos, deseos y sueños del turista.

Partiendo del cruce de variables y el resultado de la encuesta, se identificó cual es el comportamiento de los turistas que visitarían el embarcadero, arrojando como resultado que la visita es de tipo familiar y generalmente se realiza en grupos de 2 a 4 personas los días de puente. Además si utilizarían un portafolio de servicios brindados por la empresa .

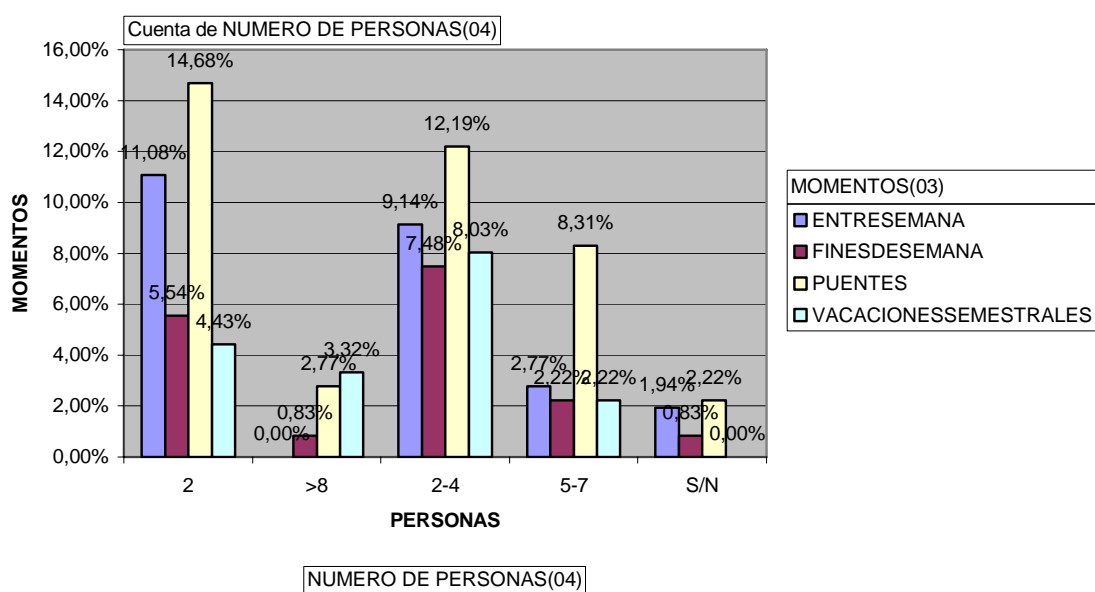


Tabla 38. numero de personas Vs momentos de visita en Girardot

| Cuenta de<br>NUMERO DE<br>PERSONAS(04) | MOMENTOS(03)  |               |               |                       |                  |
|--|---------------|---------------|---------------|-----------------------|------------------|
| NUMERO DE<br>PERSONAS(04)              | ENTRESEMANA   | FINESDESEMANA | PUENTES       | VACACIONESSEMESTRALES | Total<br>general |
| 2                                      | 11,08%        | 5,54%         | 14,68%        | 4,43%                 | 35,73%           |
| >8                                     | 0,00%         | 0,83%         | 2,77%         | 3,32%                 | 6,93%            |
| 2-4                                    | 9,14%         | 7,48%         | 12,19%        | 8,03%                 | 36,84%           |
| 5-7                                    | 2,77%         | 2,22%         | 8,31%         | 2,22%                 | 15,51%           |
| S/N                                    | 1,94%         | 0,83%         | 2,22%         | 0,00%                 | 4,99%            |
| <b>Total general</b>                   | <b>24,93%</b> | <b>16,90%</b> | <b>40,17%</b> | <b>18,01%</b>         | <b>100,00%</b>   |

Fuente: Los autores

Gráfico 18. NUMERO DE PERSONAS Vs MOMENTOS



Fuente: Los autores

La ciudad de Girardot es visitada por estos segmentos de la población que buscan un diferencial, los cuales son :

**Clima – Sol :** Cambio de Temperatura, Bronceado.

**Recreación :** Piscina, Rumba.

**Recursos Naturales:** Río Magdalena, ecoturismo.

**Eventos:** Reinado Nacional del Turismo, Feria Ganadera, Festival Turístico, San Pedro, entre otros.

**Descanso:** Cambio de actividad, Ocio, (especialmente en condominios).

**Residencial:** Estadía en Vivienda, Condominios, Conjuntos Cerrados, Casa Quintas, hoteles etc.

**Compras:** Centros Comerciales ( El Parque, Pasaje Real, El Oasis, Super Puerto y San Andresito La 14).

**Gastronomía:** Búsqueda de lo autóctono, pescado, comida típica.

**Vida Nocturna:** Bohemia, Rumba.

La principal motivación de la demanda turística para visitar el municipio es el clima, los paisajes, seguido de la recreación y los eventos que allí se realizan.

## 12. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

### 12.1 CENTRO VACACIONAL COMFENALCO

Los programas y actividades que desarrolla Comfenalco a través del Área de Recreación, reflejan el interés de la Caja en proponer acciones que favorezcan el bienestar de las familias, las empresas y la comunidad en general, las cuales se traducen en mayores posibilidades de descanso y disfrute, prevención y sana utilización del tiempo libre, y satisfacción de las necesidades básicas para niños, jóvenes y adultos.

Desarrolla los siguientes programas o servicios:

- Eventos y Celebraciones: La alternativa ideal para rendir un homenaje, reconocer y exaltar los valores de personas especiales.
- programas recreativos, culturales y deportivos.
- Alquiler de salones.
- Espacios cómodos y funcionales para la realización de Conferencias Seminarios, Congresos, Desayunos, Almuerzos de Trabajo.
- Gimnasio Comfenalco.
- Club – Deportivo en los cuales contamos con clubes de fútbol y tenis de campo.

- **Capacidad.** Promedio de 1.000 personas aproximadamente.

- **Valor cuota por persona al Centro Vacacional Comfenalco**

Tabla 39. tarifa básica COMFENALCO

| CATEGORIA                    | TARIFA   |
|------------------------------|----------|
| Afiliado A                   | \$4,000  |
| Afiliado B                   | \$5,000  |
| Afiliado C                   | \$7,000  |
| Afiliado D                   | \$12,000 |
| Niño No Afiliado             | \$9,000  |
| Intercambio de Cajas         | \$12,000 |
| Niño Afiliado                | \$6,000  |
| Paseos Empresas Afiliadas    | \$12,000 |
| Paseos Empresas No Afiliadas | \$16,000 |

Fuente: COMFENALCO

## 12.2 CENTRO VACACIONAL LOS PUENTES GIRARDOT

### - Servicios

- cabañas para 4 o 5 personas --con baño privado, TV, aire o ventilador, nevera surtida.
- Piscinas para adultos y niños
- Jacuzzi
- Restaurante
- Bar
- Zona de comidas rápidas.
- Cancha múltiple para voleibol, -básquetbol y microfútbol.
- Canchas de tejo y mini tejo
- Salón de juegos

- Discoteca
- Casona
- Salones para eventos y conferencias
- Parque infantil
- Parqueadero.
- Tarifas.

- **Capacidad.** Promedio de 900 personas aproximadamente.

- **Valor cuota por persona al Centro Vacacional Los Puentes Girardot**

Tabla 40. Tarifa del Servicio en el Centro Vacacional Los Puentes Girardot

| SERVICIO                                      | TARIFA             |
|---|--------------------|
| Personas por día                              | \$3500             |
| Cabañas en temporada alta, paquete turístico. | \$35.000 -\$60.000 |

Fuente: Centro Vacacional Los Puentes Girardot

### 12.3 MAGDALENA TOURS

Es la única empresa en ecoturismo fluvial que ofrece paseos por el río Magdalena, Girardot - Ambalema- Girardot . Las embarcaciones La Gaviota, La Juliana y San Luis cuentan con equipos de comunicación a todo el país y póliza de seguros en caso de accidente.

- **Servicios**

- Paseo por el río.
- Restaurante Bohío del capitán rozo.
- Paisajes naturales.

- **Capacidad.** Promedio 200 aproximadamente.

**- Valor cuota por persona**

Tabla 41. Tarifa básica Magdalena Tours

| SERVICIOS                                  | TARIFA              |
|--|---------------------|
| Paseo y restaurante Bohío del Capitán Rozo | \$18.000 a \$20.000 |

Fuente: Magdalena Tours

## 12.4 CENTRO COLONIAL VACACIONAL SANTA HELENA

**- Servicios**

- Piscina.
- Bar.
- Cancha deportiva.

**- Capacidad.** Promedio de 300 personas aproximadamente.

**- Valor cuota por persona al Colonial Vacacional Santa Helena**

Tabla 42. Tarifa personal de Colonial Vacacional Santa Helena

| SERVICIOS   | TARIFA |
|---|--------|
| Servicio De Piscina Canchas<br>Deportiva<br>Baile y Distracción | \$5500 |

Fuente: Colonial Vacacional Santa Helena

## 12.5 CENTRO VACACIONAL LAGOSOL

Para disfrutar de un día de esparcimiento y recreación , el Centro Vacacional Lagosol permite la realización de paseos empresariales en compañía de sus empleados y compañeros de trabajo, cuenta con:

- Kiosco de juegos.
- Lago con bicicletas acuáticas.
- Piscina multifamiliar con juegos interactivos de 2.500mt<sup>2</sup>
- 3 piscina para adultos.
- 1 piscina para niños.
- Complejo deportivo con: Cancha Múltiple, Cancha de fútbol y Minitejo.
- Cancha de tenis.
- Bicicleta todo terreno.

- **Capacidad.** Capacidad promedio 2.500 aproximadamente.

- **Valor cuota por persona del Centro Vacacional Lagosol**

Tabla 43. Tarifa Adultos por categorías Centro Vacacional Lagosol

| <b>ADULTOS</b>           | <b>CATEGORÍA<br/>A</b> | <b>CATEGORÍA<br/>B</b> | <b>CATEGORÍA<br/>C</b> | <b>INTERCAJA</b> | <b>NO<br/>AFILIADOS</b> |
|--------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------|-------------------------|
| <b>MENÚ<br/>ESPECIAL</b> | \$ 28.250              | \$ 28.600              | \$ 29.800              | \$ 32.050        | \$ 32.750               |
| <b>PARRILLADA</b>        | \$ 34.500              | \$ 35.000              | \$ 36.100              | \$ 38.350        | \$ 39.000               |

Fuente: **Centro Vacacional Lagosol**

- **Valor cuota para menores de edad Centro Vacacional Lagosol**

Tabla 44. Tarifa Niños por categorías Centro Vacacional Lagosol

| <b>NIÑOS<br/>3 – 10 años</b> | <b>CATEGORÍA A</b> | <b>CATEGORÍA B - C</b> | <b>INTERCAJA</b> | <b>NO<br/>AFILIADOS</b> |
|------------------------------|--------------------|------------------------|------------------|-------------------------|
| <b>Menú infantil</b>         | \$ 22.750          | \$ 23.000              | \$ 24.000        | \$ 24.300               |
| <b>Miniparrillada</b>        | \$ 27.600          | \$ 28.300              | \$ 30.000        | \$ 30.300               |

Fuente: Centro Vacacional Lagosol

**- Valor cuota por persona del Centro Vacacional Lagosol**

Tabla 45. Tarifa por Adultos Centro Vacacional Lagosol

| <b>ADULTOS</b>  | <b>AFILIADOS</b> | <b>NO AFILIADOS</b> |
|---|------------------|---------------------|
| Incluye:<br>Entrada al Centro Vacacional<br>Gorro de baño<br>Refrigerio de bienvenida<br>Parrillada | \$ 20.750        | \$ 24.600           |

Fuente: Centro Vacacional Lagosol

**- Valor cuota para menores de edad Centro Vacacional Lagosol**

Tabla 46. Tarifa por niños Centro Vacacional Lagosol

| <b>NIÑOS 3 a 10 Años</b>  | <b>AFILIADOS</b> | <b>NO AFILIADOS</b> |
|---|------------------|---------------------|
| Incluye:<br>Entrada al Centro Vacacional<br>Gorro de baño<br>Refrigerio de bienvenida<br>Miniparrillada | \$ 12.050        | \$ 12.950           |

Fuente: Centro Vacacional Lagosol

## **12.6 CENTRO RECREATIVO PISCILAGO**

- **Atracciones acuáticas.** Toboganes, tobogán de 500 mts, piscinas, Acuario, el mirador, bicicletas acuáticas. Crucero Sol del Zipa y crucero Río Magdalena.



- **Atracciones Mecánicas.** Tren, estación, parque infantil mecánico, pisciloca, casa fotográfica, toro mecánico, minimarina, tranvía, carrusel, atracciones infantiles.
  - **Zoológico.** Cuenta con más de 400 especies, entre las cuales se pueden observar primates colombianos, jaguares, venados, leones, y cebras africanas, además de una gran variedad de aves de exhibición.
  - **Actividades.** Recreación dirigida, salón de juegos, salón de televisión, cancha deportiva, parque infantil, lonas elásticas, chivas para el transporte interno, lookers y vestieres.
- **Capacidad.** Promedio de 15.000 personas aproximadamente
- **Valor cuota por persona Centro Recreativo Piscilago**

Tabla 47. Tarifas por categorías Centro Recreativo Piscilago

| <b>CATEGORIAS</b>                 | <b>TARIFA</b> |
|-----------------------------------|---------------|
| Afiliado A                        | \$ 8.000      |
| Afiliado B                        | \$ 9.000      |
| Afiliado C                        | \$ 12.000     |
| Afiliado D                        | \$ 20.000     |
| Niño No Afiliado                  | \$ 12.000     |
| Intercambio de Cajas              | \$ 18.000     |
| Niño Afiliado                     | \$ 8.000      |
| Paseos Empresas Afiliadas         | \$ 12.000     |
| Paseos Empresariales No Afiliadas | \$16.000      |

Fuente: **Centro Recreativo Piscilago**

### **13. COMERCIALIZACION DEL SERVICIO OFRECIDO POR EL EMBARCADERO**

#### **13.1 MEDIO DE PUBLICIDAD**

El servicio que ofrece el embarcadero lo hará a través del portafolio que es objeto de estudio, también la radio y televisión a los posibles turistas que visitan la ciudad los días de puentes.

De otro lado, también el portafolio se ofrecerá a los posibles convenios de hoteles y agencias de viaje a nivel nacional. Ver Anexos ( Portafolio de servicios).

#### 14. PRESUPUESTO

| CANTIDAD | UNIDAD         | DETALLE                               | VR/UNITARIO\$ | VR /TOTAL\$      |
|----------|----------------|---------------------------------------|---------------|------------------|
| 1000     | Unidades       | Fotocopia                             | 50            | 50.000           |
| 30       | Recorridos     | Gasolina<br>desplazamiento            | 1.200         | 36.000           |
| 4        | Unidades       | Tinta de impresión                    | 60.000        | 240.000          |
| 50       | Unidades       | Refrigerio                            | 1.000         | 50.000           |
| 2        | Cajas          | Disketes                              | 10.500        | 21.000           |
| 2        | Unidades       | CD- ROM                               | 2.000         | 4.000            |
| 1        | Viáticos       | Desplazamiento de<br>Bogotá –Girardot | 50.000        | 50.000           |
| 100      | Kilovatios     | Energía eléctrica                     | 2.000         | 200.000          |
| 3        | Unidades       | Resma de papel                        | 9.000         | 27.000           |
| 22       | pasajes        | Desplazamiento<br>pasajes de buses    | 700           | 15.400           |
| 4        | Unidades       | Fotografías                           | 5.000         | 20.000           |
| 20       | Horas          | Internet                              | 1.500         | 30.000           |
| 2        | Investigadores | Precio de los<br>investigadores.      | 950.000       | 1.900.000        |
|          |                | <b>Total gastos</b>                   |               | <b>2.643.400</b> |

### 15. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

| ACTIVIDADES  | DURACION | FEBRERO |   |   |   | MARZO |   |   |   | ABRIL |   |   |   | MAYO |   |   |   | JUNIO |   |   |   |
|--|----------|---------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|-------|---|---|---|
|  |          | 1       | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 |
| Planteamiento del problema.                                |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Justificación.   |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Objetivos.   |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Marco teórico.   |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Metodologica.  |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Elaboración documento.                                     |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Entrevista al administrador del embarcadero.               |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Elaboración de encuesta                                    |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Encuestas realizadas                                       |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Revisión del trabajo por parte de los docentes de la UDEC. |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Entrevista con el administrador.                           |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Revisión bibliográfica.                                    |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Terminación documento.                                     |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Revisión final por parte de los docentes.                  |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |
| Entrega final de la monografía.                            |          |         |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |      |   |   |   |       |   |   |   |

## CONCLUSIONES

- ◆ El embarcadero turístico de Girardot no cuenta con manuales de funciones, que le permitan establecer un mejor proceso de selección y de entrenamiento del personal así como el desempeño en el puesto.
- ◆ El embarcadero no utiliza herramientas como la estadística que le permitan realizar análisis y conocer las necesidades de los clientes potenciales y la situación de la competencia.
- ◆ La organización no cuenta con una identidad corporativa que la identifique en el mercado para tener un mayor posicionamiento y además para que sea recordado por el cliente que lo visita.
- ◆ La falta de un plan de mercadeo ha provocado la ausencia de control, gestión y coordinación en la consecución de los objetivos propuestos por la organización.
- ◆ La organización brinda el sano esparcimiento, la recreación, el tour por el río, las playas, paisajes y tranquilidad como su potencial natural y valor agregado en el mercado turístico de la ciudad.

## RECOMENDACIONES

- ◆ Se sugiere realizar un Manual de Seguridad Industrial para el Embarcadero Turístico.
- ◆ Se aconseja tener un portafolio de servicios turísticos para grupos conformados de 2 a 4 personas.
- ◆ La empresa debería realizar una promoción más agresiva los días de puente.
- ◆ Se recomienda que en la parte inferior de la pared del embarcadero la cual colinda con el río se pinte un mural relacionado con la historia de girardot.
- ◆ Se aconseja realizar limpieza al prado de la parte de abajo del sector.
- ◆ Se recomienda que el embarcadero, la alcaldía y las empresas que ofrecen servicios turísticos en el mismo sector, remodelen el edificio MATAMBO, debido a que da un mal aspecto.
- ◆ Es importante que las empresas de servicios turísticos y en general implemente planes de mercadeo utilizando la estadística, observación y el análisis como herramienta de apoyo para la elaboración de los mismos.
- ◆ Se recomienda a las directivas del embarcadero turístico establecer como medida de selección de personal darle prioridad a la vinculación de la población de la rivera del río, en aras de contribuir al desarrollo social y económico de esta comunidad.
- ◆ Es necesario implementar un programa de cultura ambiental para funcionarios del embarcadero y habitantes circunvecinos.

## **BIBLIOGRAFIA**

- BENJAMIN FRANKLIN, Enrique. Organización de empresas análisis diseño y estructura. Primera Edición. Mc Graw Hill. 2001. Pág. 341.
- CÁMARA DE COMERCIO DE GIRARDOT. "Documentos alusivos a la conformación del Embarcadero".
- CIRCULO DE LECTORES. Enciclopedia práctica de administración micro, pequeña y mediana empresa. Editorial Printer latinoamericana LTDA, Bogotá. Pág. 3. Páginas 368.
- CZINKOTA Michael R, A RONKAINEN Ilkka. Marketing Internacional. Cuarta edición. México. Mc Graw Hill. 2000. Pág 18. Páginas 819.
- CHIAVENATO Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración. Cuarta edición. Bogotá. Mc Graw Hill.,1997 página 436. páginas 880.
- DÁVILA L DE GUEVARA Carlos. Teorías organizacionales y administración. Segunda edición. Colombia. Mc Graw Hill. 2001. Pág 6. Páginas 317.
- DRUCKER Peter. Hacia una nueva organización. Miércoles 26 de marzo 2003. El Tiempo. Pág 1-12 .

- GILBSON IVANCEVICH Donnelly. Comportamiento, estructura y procesos. Décima edición. Mc Graw Hill. Bogotá. 2001. Páginas 591.
- GUITINAN Joseph, GORDON W. Paul, J. MADDEN Thomas. Gerencia de Marketing estrategias y programas. Sexta edición. Bogotá. Mc Graw Hill. 2001. Pág. 20. Páginas 470.
- KOONTZ Harold. Administración una Perspectiva Global. México. MC Graw Hill. 1998. Pág 246. Páginas 796.
- LAMBIN Jean Jacques. Marketing estratégico. Tercera edición. Bogotá. Mc Graw Hill. 1995. Pág 1. Páginas 610.
- MARTÍNEZ IZQUIERDO Ignacio. Una Aventura Llamada Girardot. Páginas 38.
- P. ROBBINS Stephen, David A DE CENZO. Fundamentos de administración conceptos y aplicaciones. Colombia. Pearson educación. 2000. Pág 3. Páginas 485.
- SÁNCHEZ, ESCOVAR, DUQUE. Proyecto de Remodelación y Revitalización del Balneario del Puerto de los Guamos. Girardot Cundinamarca. Bogotá. Octubre. 2000.
- SCHERMERHON Jonh R. Administración. Editorial Limusa S.A. 2002. Pág. 5. Capítulo 1. Páginas 524.
- [www.cibergiradot.com](http://www.cibergiradot.com).



## **ANEXOS**

**Anexo 1.**  
**Portafolio de Servicios**

## **Anexo 2.**

### **UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLE ADMINISTRACION DE EMPRESAS 2004.**

Entrevista con el administrador del embarcadero, señor “JAVIER HENESIS”.

OBJETIVO: Conocer la situación administrativa y de mercadeo del embarcadero turístico.

- Señor administrador, ¿qué conoce usted sobre el pasado histórico del embarcadero?.
- ¿Que incidencia tienen los recursos del entorno como : el río, las playas, el sol y la cercanía a las vías de acceso intermunicipales para la reactivación del embarcadero turístico?.
- ¿Qué conoce usted acerca del pasado administrativo del Embarcadero Turístico?.
- ¿En qué condiciones financieras recibió el Embarcadero?.
- ¿ En qué es autónomo como administrador del embarcadero?.
- ¿Señor administrador, ¿que tipos de clientes visitan el embarcadero?.
- ¿Cree usted que hace falta un Plan de Mercadeo para el embarcadero?

- ¿En cuanto a la seguridad del sector que propuesta haría a las autoridades y a los vecinos?.
- ¿Cuenta la empresa un con Manual de Seguridad Industrial?.
- ¿La empresa cuenta con algún estudio estadístico de la población de turistas?.
- ¿Qué alianzas estratégicas tiene la empresa?.
- ¿Qué observaciones ha recibido de la Secretaria de Salud?.
- ¿Qué estándares tiene la organización para garantizar la asepsia en cocina, restaurante y bar?.
- ¿Señor administrador, en su opinión que cargos debería tener el embarcadero?.
- ¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura de la empresa Embarcadero Turístico de Girardot?.

**Anexo 3.**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**  
**PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**  
**2004.**

Encuesta dirigida a los turistas que visitan Girardot.

Objetivo : Identificar la demanda potencial del embarcadero turístico de la ciudad de Girardot.

Marque con una x la casilla de su elección.

1.¿Señor turista con qué frecuencia viene usted a Girardot?.

- |                     |                          |                               |                          |
|---------------------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| 1.Una vez al año.   | <input type="checkbox"/> | 3.Tres veces al año.          | <input type="checkbox"/> |
| 2.Dos veces al año. | <input type="checkbox"/> | 4.Más de cuatro veces al año. | <input type="checkbox"/> |

2.¿Cuáles son las razones que lo motivan a venir a la ciudad de Girardot?.

- |                         |                          |                    |                          |
|-------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| 1.Negocios permanentes. | <input type="checkbox"/> | 4.Visita familiar. | <input type="checkbox"/> |
| 2.Negocios ocasionales. | <input type="checkbox"/> | 5.Vacaciones.      | <input type="checkbox"/> |
| 3.Diversión.            | <input type="checkbox"/> | 6. Otra            | <input type="checkbox"/> |
- ¿cual? \_\_\_\_\_

3.¿En que momentos realiza usted la visita a la ciudad de Girardot?.

- |                        |                          |                           |                          |
|------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|
| 1.Entre semana.        | <input type="checkbox"/> | 3.Puentes.                | <input type="checkbox"/> |
| 2.Los fines de semana. | <input type="checkbox"/> | 4.vacaciones semestrales. | <input type="checkbox"/> |

4.¿Generalmente viaja acompañado?

1.Si . ☐ 2.No. ☐

¿Número de personas?

1. Pareja ☐ 3. De 5 a 7 personas. ☐

2. De 2 a 4 persona ☐ 4.Mas de 8 personas . ☐

5.¿Qué a tractivos turísticos conoce usted de la ciudad de Girardot?.

1.Plaza de mercado. ☐ 5. La barca del capitán de Roza ☐

2.Las cavernas. ☐ 6. Otro ☐

3.Embarcadero turístico. ☐ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

6.¿Conoce usted el Embarcadero Turístico de la ciudad de Girardot?

1. Si. ☐ 2.No. ☐

7.¿Tiene alguna referencia histórica acerca del Embarcadero Turístico?

1. Si. ☐ 2.No. ☐ ¿Cuál? \_\_\_\_\_

8.¿Le gustaría vistar el embarcadero turístico de la ciudad de Girardot?.

1. Si. ☐ 2.No. ☐ ¿Por qué?\_\_\_\_\_

9. De los servicios turísticos que ofrece el embarcadero ¿Cuál le gustaría utilizar?.

1.Piscina. ☐ 5.Restaurante ☐

2.Casa de la cerveza ☐ 6.Recreación ☐

3.Eventos. ☐ 7.Paseo en chiva ☐

4.Tour por el río Magdalena ☐ 8.Paseo en tren ☐

10.¿Ha utilizado antes un paquete turístico en la ciudad de Girardot?.

1. Si. ☐      2.No. ☐    ¿Cuál? \_\_\_\_\_ Empresa \_\_\_\_\_

Paquete turístico : Está constituido por varias actividades de carácter recreativo que se ofrecen por un precio determinado.

11.¿Utilizaría un paquete de servicios turísticos brindando por el Embarcadero Turístico?.

1. Si.      ☐                  2.No.      ☐

12.¿Estaría dispuesto a pagar por disfrutar los servicios que brinda el embarcadero turístico?.

1. Si.      ☐

2.No.      ☐

13.¿Cuál es su disponibilidad económica para disfrutar de los servicios del embarcadero?

1. De \$10.000 a \$50.000 ☐

2. De \$51.000 a \$100.000 ☐

3. De \$101.000 a \$150.000 ☐

4. De \$151.000 a \$ 200.000 ☐

#### Anexo 4. Fotos



Fuente: Diego A. Castro M. – Aurora Martínez



Fuente: Diego A. Castro M. – Aurora Martínez





Fuente: Diego A. Castro M. – Aurora Martínez



Fuente: Diego A. Castro M. – Aurora Martínez



Fuente: Diego A. Castro M. – Aurora Martínez



Fuente: Diego A. Castro M. – Aurora Martínez



Fuente: Diego A. Castro M. – Aurora Martínez