

**ESTUDIO DE CARÁCTER TÉCNICO, LEGAL Y FINANCIERO, PARA ESTABLECER
LA PREFACTIBILIDAD DEL PROYECTO DE INVERSIÓN “GLAMPING” COMO
ALTERNATIVA DE HOSPEDAJE PARA LA MARCA NATURA-ANAPOIMA,
COLOMBIA.**

**PAULA NATALIA CASTRO OLANO
JUAN PABLO SUÁREZ CÁCERES**

**PROYECTO INTEGRAL DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE ESPECIALISTA
EN GERENCIA DE PROYECTOS**

**Orientador
JULIÁN ANDRÉS GÓMEZ VARGAS
Administrador de Empresas**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS
BOGOTÁ
2021**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Director de la Especialización

Firma del calificador

Bogotá D.C., septiembre de 2021

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro.

Dr. Mario Posada García-Peña.

Consejero Institucional.

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña.

Vicerrectora Académica y de Investigación.

Dra. Alexandra Mejía Guzmán

Vicerrector Administrativo y Financiero.

Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro.

Secretario General.

Dr. José Luis Macías Rodríguez

Decano Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

Dr. Marcel Hofstetter Gascon.

Director Especialización Gerencia de Proyectos

Dr. Julian Andrés Gómez Vargas

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores.

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6
OBJETIVOS	8
1.MARCO TEÓRICO	9
2.DIAGNÓSTICO	13
2.1Análisis interno	13
2.2Análisis externo	15
3.ESTUDIO LEGAL	17
3.1 Norma técnica sectorial colombiana	17
3.2 Aspectos tributarios	18
3.3 Normatividad	18
3.4 Requisitos exigidos por la alcaldía de Anapoima	19
4.ESTUDIO TÉCNICO	20
4.1 Descripción del resultado deseado con el desarrollo del proyecto	20
4.2 Localización	20
4.2.1Macrolocalización	20
4.2.2Microlocalización	22
4.3 Capacidad del proyecto	22
4.4Requerimientos para el desarrollo del proyecto	23
5.ESTUDIO FINANCIERO	27
5.1Información básica	27
5.2Activos fijos	27
5.3Estimación de los costos, gastos e ingresos	28
5.3.1 Estimación de gastos	28
5.3.2 Estimación de costos	28
5.3.3 Estimación de ingresos operacionales	29
5.4Flujo de caja	31
6.CONCLUSIONES	35

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Requerimientos para el desarrollo del proyecto	25
Tabla 2. Recursos humanos para la puesta en marcha del Glamping	27
Tabla 3. Activos fijos	28
Tabla 4. Gastos identificados en el proyecto	29
Tabla 5. Costos identificados en el proyecto	29
Tabla 6. Ingresos anuales: Escenario 1	31
Tabla 7. Ingresos anuales: Escenario 2	31
Tabla 8. Flujo de caja: Escenario 1	32
Tabla 9. Flujo de caja: Escenario 2	33
Tabla 10. VPN y TIR del proyecto	33
Tabla 11. Indicadores B/C y PRI. Escenario 1	34
Tabla 12. Indicadores B/C y PRI. Escenario 2	34

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar un estudio de prefactibilidad desde la perspectiva legal, técnica y financiera para la ampliación del portafolio hotelero ofrecido por los empresarios Fenix SAS. El alojamiento con el que se quiere ampliar el portafolio es el glamping, el cual es un tipo de hospedaje alternativo que fusiona la experiencia del camping con los lujos y comodidades de un hotel tradicional.

La metodología que se llevó a cabo para el desarrollo del trabajo, tiene como inicio la realización de un diagnóstico del entorno que rodea el proyecto, de forma interna y externa. Luego se realizó el levantamiento de información legal, en donde se tuvo en cuenta los requerimientos pedidos por la alcaldía de Anapoima, la normatividad, los aspectos tributarios -en estos el gobierno emitió algunos alivios para reactivar este sector- y la Norma Técnica colombiana -la cual define los criterios para que un establecimiento pueda certificarse de calidad-. Se continuó con el estudio técnico, en este se resaltaron aspectos como la localización del glamping y los requerimientos de infraestructura y personal para la operación del glamping. Como resultado del trabajo se presenta el VPN del proyecto, \$315.091.999, la tasa interna de retorno, 28%, y la inversión inicial, \$2.418.006.687, que se debería efectuar para la implementación y prestación del servicio.

Palabras clave: ampliación oferta hotelera, ecoturismo, estudio de prefactibilidad, glamping, VPN, TIR, proyecto.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo está motivado con el fin de determinar el carácter técnico, legal y financiero para establecer la prefactibilidad de la realización de un glamping en Anapoima-Colombia, el glamping reúne la experiencia de acampar, sin dejar las comodidades que ofrece un hotel convencional.

El glamping se presenta como un tipo de hospedaje alternativo que permite reconectarse con la naturaleza, realizando diferentes actividades de turismo sostenible sin perder las comodidades.

Los empresarios Fenix SAS, están en la búsqueda de alternativas para ampliar su portafolio de servicios bajo la marca Natura. En la actualidad, los turistas desean experiencias que sean inolvidables, se busca disfrutar de los paisajes y de las actividades que se pueden hacer en contacto directo con la naturaleza.

El estudio se realizó por el interés de determinar una estructura de inversión inicial del proyecto de glamping, como esa alternativa que buscan los empresarios Fenix SAS. Esto permitirá identificar los requisitos para la puesta en marcha, el valor de la inversión que deberán realizar y los aspectos necesarios para su ejecución.

Para realizar el estudio se hizo uso de estudios previos ya realizados por los empresarios, así como la información que se encuentre de proyectos en los que se utilice este tipo de hospedaje.

Para esto, el trabajo se distribuyó en cuatro partes, en el capítulo I se realiza un diagnóstico, haciendo uso de herramientas como el DOFA y el PESTEL para analizar el entorno del proyecto; seguidamente en el capítulo II se abordó el estudio legal del proyecto, en este se tienen en cuenta los requisitos pedidos por la Norma Técnica Colombiana para que el recinto se encuentre bajo los estándares de calidad, así como los aspectos tributarios, los requisitos legales y de control ambiental, y lo exigido por la alcaldía de Anapoima para la ejecución del proyecto. Luego se realizó un estudio técnico en el capítulo III, en donde se identificó los equipos, maquinaria y las instalaciones necesarias para el proyecto, así como la localización específica; debe tenerse en cuenta que los aspectos que se relacionan con la ingeniería del proyecto tienen una incidencia mayor sobre los costos y la inversión que se debe efectuar para el montaje del proyecto.

Finalmente, en el capítulo IV se realiza una estructura de inversión inicial para obtener un costo preliminar del proyecto para su implementación, así como el flujo de caja del proyecto.

OBJETIVOS

Objetivo general

Elaborar un estudio de carácter técnico, legal y financiero, para establecer la prefactibilidad del proyecto de inversión “glamping” como alternativa de hospedaje para la marca Natura-Anapoima, Colombia.

Objetivos específicos

- Elaborar un estudio técnico que permita establecer los requerimientos mínimos para el montaje del proyecto.
- Identificar los aspectos legales que influyen sobre el proyecto.
- Realizar un estudio financiero del proyecto.

1. MARCO TEÓRICO

Un proyecto es la planificación de acciones y el conjunto de recursos que se usarán para lograr unos objetivos determinados, en este se tiene en cuenta el tiempo, alcance, organización, asignación de tareas y resultados (Pérez, 2021).

La propuesta del proyecto se basa en el estudio de la prefactibilidad, cuyo objetivo es dar el primer acercamiento exploratorio sobre los aspectos generales del proyecto para determinar su viabilidad técnica, legal y comercial (Solarte Pazos, 2001). Cabe resaltar que la prefactibilidad no se debe confundir con la factibilidad, la factibilidad corresponde a la última etapa de formulación y su diferencia con la prefactibilidad radica en la profundidad del análisis, de este se obtiene un diseño definitivo (GestioPolis.com, 2001). Para este primer acercamiento se abordarán estudios tales como:

- Estudio técnico, en este se tienen en cuenta las variables que permitan la implementación del proyecto, es decir, la localización y tamaño óptimo, el costo de los suministros, la descripción del servicio, la organización del personal para el adecuado servicio (Universidad para la cooperación Internacional, s.f.).
- Estudio legal: Este intenta determinar si el proyecto es viable legalmente, dadas las normas, los requisitos, la legislación tributaria, entre otros (Universidad Nacional de Colombia, 2013).
- Estudio financiero: En este se analiza la viabilidad económica del proyecto, tomando en cuenta los recursos disponibles y los costos para la generación del producto o servicio (Pérez, 2021), para analizar la viabilidad del proyecto se deben tener en cuenta criterios o métodos que consideran el valor del dinero a través del tiempo: VPN, representa los flujos futuros de efectivo traídos al presente; TIR o tasa interna de retorno, este es un indicador de rentabilidad, es la tasa máxima que tiene el proyecto para ser rentable, si hay una tasa de descuento mayor a la TIR provocaría que el VPN sea negativo y por tanto el proyecto se tenga que rechazar (Morín Maya & Alvarado Roldán, 2017); TRI o Tasa de Rentabilidad Inmediata, permite determinar

el momento en el cual el inicio de un proyecto es óptimo, si la TRI es igual a la tasa de descuento es el momento ideal para la ejecución del proyecto (Morín Maya & Alvarado Roldán, 2017).

Asimismo, para realizar un diagnóstico haciendo uso de: PEST, en esta se evalúan los aspectos políticos, económicos, sociales y tecnológicos, mediante el cual se analiza el potencial del proyecto según los factores externos; DOFA, en esta matriz se analizan las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, no solo se tienen en cuenta los factores externos que afectan el proyecto, se evalúan también los factores internos (accioneduca.org, s.f.).

La OMT (s.f.) define el turismo como un fenómeno socio-cultural y económico en el cual hay un desplazamiento de masas a diversos lugares diferentes a su entorno habitual por distintas motivaciones. El turismo de experiencias es una tendencia que permite salir de lo que conocemos a un nuevo entorno, este tipo de turismo es un medio para llegar a las emociones (Entorno turístico, 2018 citado en Guio Muñoz & Duitama Rosas, 2019).

Turismo de naturaleza, es aquel que tiene como objetivo estar en contacto directo con el ambiente, con el compromiso de respetar, observar y apreciar la naturaleza, así como las culturas tradicionales anfitrionas que se encuentran en el destino (OMT, 2002 citado en Guio Muñoz & Duitama Rosas, 2019). Dentro de esta categoría se desprenden los siguientes conceptos: El turismo en la naturaleza, la motivación principal es realizar actividades recreativas en la naturaleza sin causar daños en ella; turismo sobre la naturaleza, en este tipo de turismo se realizan actividades deportivas usando recursos naturales sin degradarlos; turismo por la naturaleza, es aquel que tiene por objetivo contemplar la naturaleza con mayor profundidad, realizando actividades físicas que no pongan en peligro los recursos naturales (Instituto Distrital de Turismo, s.f.). La caracterización de los conceptos previamente mencionados resalta la distinción entre actividades hacia las cuáles están orientadas los diferentes tipos de experiencias turísticas.

Un visitante es aquel viajero o turista cuyo destino principal es diferente a su entorno habitual y el objetivo de su viaje es por ocio, negocios o una motivación personal (Organización Mundial del Trabajo –OMT-, s.f.).

Ahora bien, el proyecto en cuestión quiere abarcar el ecoturismo, el cual es un tipo de turismo alternativo, en este los turistas realizan actividades en contacto con la naturaleza y las instalaciones son amigables ambientalmente (Secretaria de Turismo, 20 2004). Según el World Tourism Organization [UNWTO] (s.f.), el turismo sostenible es aquel que tiene en cuenta las consecuencias económicas, sociales y ambientales para satisfacer a todos los involucrados en esta actividad, pero para ello debe:

- Dar buen uso a los recursos ambientales, para su conservación y diversificación.
- Respetar a las comunidades hospedadoras y su cultura, así como sus valores.
- Fortalecer actividades económicas que generen empleo y ayuden a disminuir la pobreza.

Dentro del turismo sostenible se presenta el glamping, esta es una nueva tendencia que permite disfrutar de la naturaleza y del camping tradicional, sin perder la comodidad (National Geographic, 2018), este tipo de alojamiento está inspirado en el camping que, según la RAE [Real Academia Española], es la actividad que consiste en ir de acampada en un lugar al aire libre. Para GlampingHub, una plataforma en línea de alojamientos alternativos a nivel internacional, el glamping es una actividad que consiste en acampar con alguna de las comodidades y lujos de un hogar. La palabra glamping es un término compuesto derivado del inglés y adoptado en la cultura hispanohablante como un neologismo referente al acampar con glamour.

Los glamping usualmente están fabricados por eco materiales, este es un producto que en su proceso de fabricación hasta su final de vida útil son amigables con el ambiente debido al consumo de energía, el uso de recursos, emisión de gases de efecto invernadero y por no poner en peligro la seguridad de quienes hacen uso de ellos (CETE, 2005 citado en Guio Muñoz & Duitama Rosas, 2019). La construcción sostenible, está en sincronía con la ecología del entorno, utiliza eficientemente el agua y los

materiales para satisfacer las necesidades de los usuarios (MinVivienda, s.f. citado en Guio Muñoz & Duitama Rosas, 2019)

2. DIAGNÓSTICO

El siguiente diagnóstico, tiene como fin mostrar el panorama del entorno mediante un análisis interno (DOFA) y un análisis externo (PESTEL). A partir de este contexto se evaluará las necesidades que tendrá el proyecto.

2.1 Análisis interno

Se plantea un análisis DOFA con el fin de conocer las Oportunidades, Debilidades, Fortalezas y Amenazas del proyecto, adicionalmente se realiza un cruce entre dichos aspectos para generar una matriz de estrategias, con el propósito de validar que las oportunidades y fortalezas encontradas sirvan para realizar un plan de continuidad y contingencia para hacerle frente a las amenazas y debilidades encontradas.

Figura 1.

Matriz DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- No se tiene experiencia en cuanto a los hospedajes alternativos.- Posible alta rotación de personal entre el hotel tradicional y el glamping	<ul style="list-style-type: none">- Tendencia en auge- Alianzas estratégicas.- Colombia se ha posicionado como un destino turístico- Tecnología como herramienta para darse a conocer y hacer reservas.- Se pueden generar alianzas con otras compañías que presten servicios turísticos.- Este tipo de hospedaje al ser algo nuevo puede llamar la atención de los clientes y más si el diseño del glamping es innovador.

Figura 1. (Continuación)

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Se tiene experiencia en el sector hotelero - En Anapoima se tienen diferentes actividades turísticas para implementar junto al plan glamping. - Tienen posicionamiento como un hotel tradicional - Buenas vías de acceso. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuarentenas dadas por el covid que pueden afectar los ingresos. - Preferencia de los consumidores - Los ingresos pueden depender de las temporadas y del clima que se presente - Se tiene incertidumbre, debido a que es un hospedaje alternativo nuevo para la compañía

Nota. Esta tabla muestra las debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas encontradas por los estudiantes.

Figura 2.

Matriz de estrategias

Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> - Tener precios competitivos de acuerdo a los servicios que se ofrezcan. - Publicidad para dar a conocer los atractivos turísticos en Anapoima. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer alianzas que ofrezcan actividades relacionadas con el ecoturismo en el sector. - Promoción y publicidad ante los servicios prestados, adicionando actividades y/o servicios que se puedan hacer dentro del mismo glamping
Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> - Procesos de mejora continua - Fidelización de clientes mediante estrategias de puntos. - Promoción y publicidad para escapadas de fines de semana. 	<ul style="list-style-type: none"> - La marca natura debe buscar aliados estratégicos con el fin de darse a conocer y ampliar los servicios a los clientes.

Nota. Estrategias identificadas en base al DOFA realizado

2.2 Análisis externo

A modo de análisis externo como diagnóstico preliminar, se plantea el desarrollo de un 'Análisis PESTEL' para identificar el entorno en el que se encuentra el proyecto. El análisis se encargará de ubicar aquellos factores que lo rodean y que, de manera descriptiva, representan el ambiente en el que operará la inversión. El término 'PESTEL', representa un acrónimo para describir los aspectos políticos, económicos, sociales-culturales, de entorno y legales; y que permiten obtener un panorama externo para elaborar estrategias de éxito según el espectro comercial, las incidencias que estos aspectos puedan representar y aquellas limitaciones que amenacen la ejecución del proyecto.

Figura 3.

Matriz PESTEL

<p>P</p> <p>Político</p>	<p>Debido a la emergencia sanitaria a causa del COVID-19, se debe prever posibles cierres viales o limitaciones en el tránsito, lo cual puede generar contratiempos en la adquisición y transporte de recursos, así como el desarrollo regular del proyecto.</p> <p>Las elecciones presidenciales en Colombia para el año 2022, en donde se determina la posibilidad de que un nuevo mandatario y nuevas regulaciones puedan incidir de manera directa en la planeación y ejecución del mismo.</p>
<p>E</p> <p>Económico</p>	<p>Con base al entorno económico, se declaran ciertos factores que deben ser predominantes para la ejecución del mismo. Se destaca, en primera medida, el acceso y la disposición de los recursos necesarios para la realización del proyecto. Dada la variabilidad y volatilidad de la TRM, puesto que, la adquisición de materias primas importadas, el costo variará dependiendo el dólar o la devaluación del peso colombiano (COP).</p>

Figura 3. (Continuación)

S Social-Cultural	El municipio de Anapoima es un lugar óptimo para la realización de proyectos relacionados con turismo, dado al crecimiento de los proyectos de inversión en casas de descanso de alto valor e incremento del turismo año a año. La apertura de la economía después de la revocatoria de las medidas impuestas por el gobierno a causa del COVID-19, generó la reapertura de las fronteras intermunicipales, creando incentivos para diversos planes de reactivación turística en múltiples regiones del país para compensar los periodos de cierre en el año 2020.
T Tecnológico	El creciente interés por el desarrollo de proyectos de campings con glamour, ha impuesto diversos estilos de acomodaciones en esta categoría de hospedaje alternativo. Esto representa un mayor reto para los inversionistas a la hora de desarrollar un proyecto de este estilo, la innovación será de carácter fundamental para el posicionamiento y la creación de estrategias para captar el mercado.
E De Entorno	Por disposiciones de la locación del proyecto, se define ciertas regulaciones ambientales que encaminan al desarrollo de un proyecto amigable con el ambiente, en donde la alternativa de hospedaje creada por los inversionistas se encuentra encaminada al desarrollo de una alternativa de hospedaje que conviva en armonía con la naturaleza. Crecimiento de la cultura consciente por el medio ambiente y el cambio climático, se crea un interés por un sector del mercado específico de acuerdo con el aprovechamiento de los recursos y al seguimiento de los objetivos de desarrollo sostenible.
L Jurídico-Legal	Normas técnicas, disposiciones de ley, decretos y resoluciones expedidas por la entidad regional para el desarrollo de proyectos del sector hotelero. Régimen tributario que afecta directamente al proyecto, según las disposiciones del ministerio de industria, comercio y turismo. Requisitos o limitaciones de ley para el desarrollo de proyectos, según la topografía, estudio de suelos y licencias ambientales que sean necesarias para la ejecución del mismo.

Nota. Se realizó un análisis PESTEL para poder identificar el entorno del proyecto

3. ESTUDIO LEGAL

3.1 Norma técnica sectorial colombiana

Con el fin de tener clara la normativa para el funcionamiento adecuado del establecimiento, primero se debe identificar la categoría a la que pertenece el tipo del hospedaje, en este caso es un glamping, el cual es un tipo de hospedaje alternativo que combina el camping y la comodidad que puede ofrecer un hotel resort.

Por lo cual es necesario tener en cuenta la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 012 (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación-Icontec & Cotelco, 2014), presenta los requisitos de planta y servicios para los recintos de campamento o camping con criterios de calidad; y la Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006 (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación –Icontec- & Cotelco, 2009) que presenta los factores de evaluación para la categorización de hoteles de cinco estrellas.

Entre los requisitos que piden la NTSH 012 y la NTSH 006, se pueden encontrar las siguientes: área correspondiente a 12.5 metros cuadrados por sitio (incluyendo el área social); la ubicación debe ser en un lugar seco y plano, en caso de que se tenga alguna pendiente no puede ser mayor al 5%; si la ubicación del proyecto queda cerca a alguna vía férrea, ríos, lagunas, campos militares, etc. se deben tomar medidas preventivas; en cuanto a las habitaciones, se deberá disponer de tendidos, sabanas, sobre sabanas, fundas, protectores de colchón y almohadas en perfecto estado, deberán contar con closet y baño, en los baños se tendrá piso deslizante, en las duchas pasamanos de seguridad, papel higiénico, amenities, toallas de cuerpo, manos y faciales, de igual manera, las 24 horas del día deberá haber suministro de agua y conexión para aparatos electrónicos (en los tomacorrientes se tiene que indicar el voltaje).

Otro de los aspectos que exige como mínimo la norma para que el glamping cumpla con los criterios de calidad, es en cuanto al servicio prestado, entre los requisitos se encuentra el informar a los usuarios acerca de las normas internas; evaluar el número de entradas y salidas previstas diariamente con el fin de asegurar la atención al cliente; garantizar la solicitud de reserva, su confirmación y en caso de que ocurra un cambio en la misma, esta debe estar registrada y justificada; se debe asegurar la identificación del

personal y que este tenga un nivel que les permita comunicarse con los huéspedes en inglés, español u otro idioma.

3.2 Aspectos tributarios

Por otra parte, es necesario tener en cuenta los aspectos tributarios exigidos en el sector hotelero y turístico por la ley colombiana. Debido a la emergencia sanitaria el Gobierno nacional otorgó algunos beneficios y alivios de índole tributario a este sector que se vio gravemente afectado por la medida de aislamiento generada por la pandemia por la cual se está atravesando. Por lo cual se dispuso:

- Se reduce la tarifa en el impuesto sobre la renta a un 9%, dependiendo del número de habitantes del municipio donde se preste el servicio. Si el número de habitantes es mayor o igual a 200.000 habitantes esa reducción del impuesto se aplicará por 10 años, mientras que si es menor a 200.000 habitantes ese periodo se extiende a 20 años (Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Bucaramanga, 2020). Esto aplica para hoteles nuevos y remodelados.
- Se propone un descuento en la renta correspondiente al 25% para aquellos proyectos que inviertan en favor de la conservación y protección del ambiente añadidos en planes turísticos (Grant Thornton, 2020).

3.3 Normatividad

Ley 300 de 1996, es la ley general de turismo en esta se dan las disposiciones y los principios generales de la industria turística. En el artículo 13 de la Ley 1101 de noviembre de 2006, se hace mención al artículo 61 de la Ley General de Turismo en el cual se dicta que los prestadores de servicios turísticos deberán inscribirse en el Registro Nacional de Turismo; sin dicho registro el establecimiento no podrá entrar en funcionamiento.

Ley 9 de 1979, está enfocada en resguardar el ambiente; son las normas generales dispuestas para preservar, restaurar y mejorar las condiciones necesarias relacionadas a la salud humana; por otra parte, habla de las medidas que se deben adoptar para regular y controlar los descargos de residuos y materiales que tengan efecto sobre las condiciones de salubridad del ambiente (secretaria senado, 2021).

Debido a que el glamping tendrá lugar en una zona abierta con vegetación, es necesario contar con el concepto técnico emitido por el Cuerpo oficial de Bomberos para la revisión del sistema contra incendios y las condiciones de seguridad humanas (Cuerpo Oficial Bomberos, s.f.).

En el anexo B de la NTSH 012 se menciona la NOM-06-TUR-2009, en esta se dan los aspectos mínimos de información, higiene y seguridad que deben tener al prestar servicios turísticos; (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación -Icontec & Cotelco, 2014).

Decreto 1538 de 2005, por la cual se reglamenta parcialmente la Ley 361 de 1997, en esta se mencionan las disposiciones generales para ser aplicables en el diseño y la ejecución de obras de construcción, ampliación, adecuación y modificación de establecimientos e instalaciones ya sea de propiedad pública o privada (Función pública, s.f.).

3.4 Requisitos exigidos por la alcaldía de Anapoima

Dado que el lugar donde se va a ejecutar el proyecto tiene una construcción, la obra que se realizará se hará bajo la modalidad de “remodelación”, para proceder con dicha reestructuración, se necesita obtener una autorización previa por parte de la alcaldía de Anapoima para adelantar las obras de ampliación, adecuación, modificación, restauración, reforzamiento estructural, demolición y reconstrucción.

Por otra parte, se debe hacer el registro de cada glamping ante la alcaldía ya que estos modifican el impuesto predial que recaerá sobre el lote.

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Descripción del resultado deseado con el desarrollo del proyecto

Si bien el sector hotelero en Anapoima cuenta con diversas ofertas para hospedarse y para acampar, estas ya no son suficientes para satisfacer las necesidades de los turistas que llegan a Anapoima buscando aventura, comodidad y descanso. Con la implementación de los Glampings se desea generar un plus en cuanto a la innovación y el servicio que tendrán los usuarios, esto origina que al crearse en los clientes una experiencia única vuelvan nuevamente y a su vez atraigan a clientes potenciales.

4.2 Localización

El primer punto que se necesita analizar es la localización adecuada para la instalación del glamping. Este estudio y análisis de la localización del proyecto es útil con el fin de determinar el éxito o fracaso del mismo, en este se consideran criterios económicos, sociales, estratégicos, entre otros.

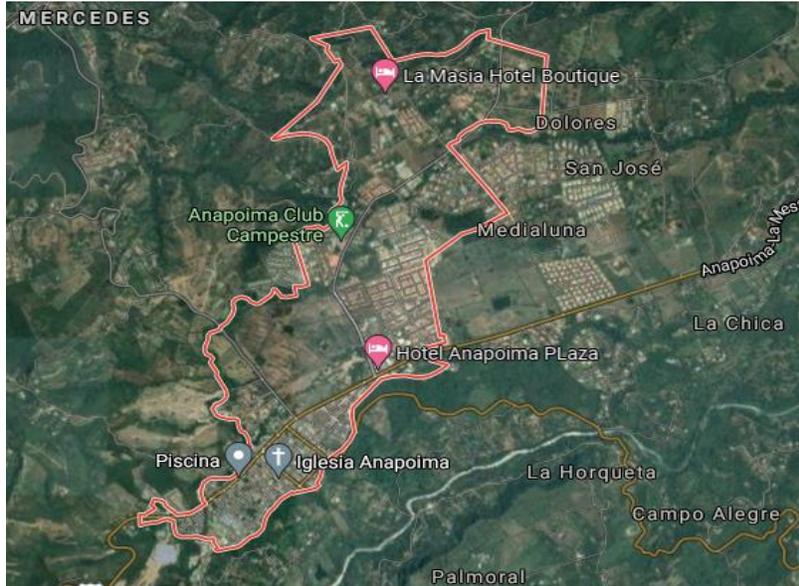
Por tanto, la correcta localización conduce a la maximización de la rentabilidad del proyecto, el estudio de localización se divide en dos partes: Macrolocalización y Microlocalización.

4.2.1 Macrolocalización

Este es referido a la ubicación macro donde se establecerá el proyecto. El glamping estará ubicado en Colombia, en el departamento de Cundinamarca, provincia del Tequendama y municipio de Anapoima.

Figura 4.

Vista aérea de Anapoima



Nota. Vista aérea de Anapoima. Tomado de: [Vista aérea de Google Maps del Municipio de Anapoima- Colombia] (5 de agosto de 2021). Google Maps. Google. <https://cutt.ly/IRonX88>

3.2.1.a Aspectos geográficos. El municipio de Anapoima cuenta con una extensión de 124.2 km², la altitud de la cabecera municipal es de 710 metros sobre el nivel del mar. El clima de Anapoima fue catalogado por National Geographic como el segundo mejor a nivel mundial (EJE 21,2015), esto debido a que es cálido y seco, con una temperatura media de 28 ° y 35°C (Gov.co, s.f.).

Las coordenadas geográficas dadas por DBcity (s.f.) son las siguientes

- Latitud: 4° 33'0" Norte
- Longitud: 74° 31'59" Oeste

El municipio limita al norte con el municipio de La Mesa y Quipile, al sur con Apulo y Viotá, al oriente con el municipio de El Colegio y al occidente con Jerusalén y Quipile, de Bogotá a Anapoima hay una distancia de 87 Km (Gov.co, s.f.).

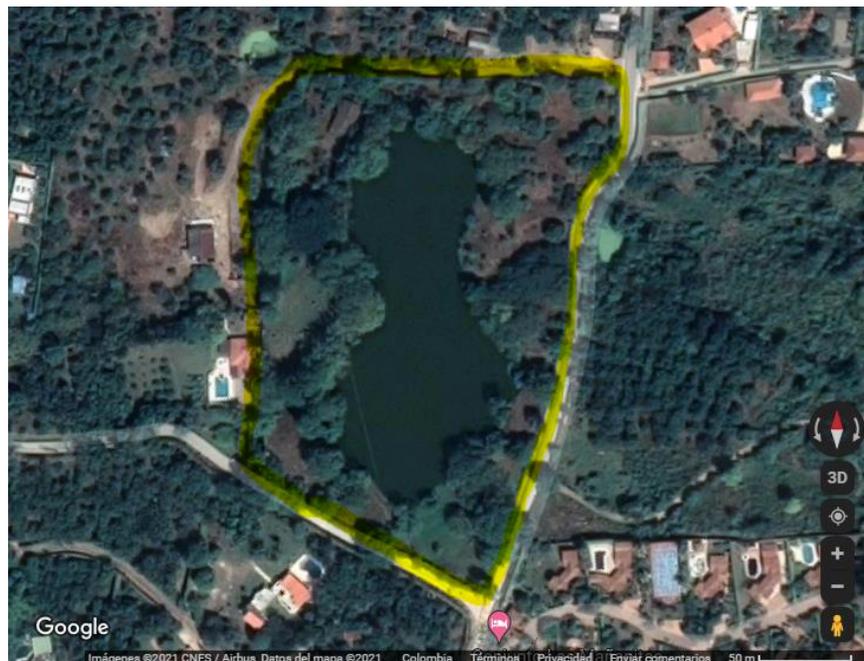
4.2.1.b Aspectos de infraestructura. El Municipio cuenta con los servicios de agua potable, luz eléctrica, pavimentación, teléfono, correo, conexión inalámbrica, alcantarillado, parques, hoteles, canchas deportivas, centros de salud, escuelas, etc.

4.2.2 Microlocalización

El análisis de microlocalización indica la mejor alternativa para la ubicación del proyecto dentro de la macrozona seleccionada. El proyecto de glampings quedará en el kilómetro 4 por la vía La Mercedes, Anapoima.

Figura 5.

Vista Aérea de la Zona de Glamping en Anapoima



Nota. Vista aérea del lugar donde se realizará el glamping. [Vista aérea de Google Maps donde se ejecutará el proyecto en Anapoima, Colombia]. (5 de agosto de 2021). Google Maps. Google. <https://cutt.ly/IRonX88>

4.3 Capacidad del proyecto

La capacidad del proyecto va a influir directamente en la realización y evaluación del proyecto, ya que determinar esta variable permite tener un acercamiento de los

costos involucrados en la inversión necesaria para realizar y poner en marcha el proyecto de los glampings.

Para determinar la capacidad del proyecto es necesario tener en cuenta dos aspectos: la demanda insatisfecha y el área total disponible con la que se cuenta para la instalación de los glampings.

El terreno con el que se cuenta tiene un tamaño de 33000 m², el tamaño del lote fue el criterio definitivo para determinar la cantidad de glampings que se instalarán siendo un total de 12 glampings, cada uno tendrá una cama doble y tendrá la opción de agregar otra cama doble según sea necesario.

4.4 Requerimientos para el desarrollo del proyecto

Para el desarrollo y puesta en marcha de los Glampings en Anapoima es necesario contar con los siguientes requerimientos

Tabla 1.

Requerimientos para el desarrollo del proyecto

Requerimientos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Terreno	1	\$ 700.000.000	\$ 700.000.000
Glampings	12	\$ 24.900.000	\$ 298.800.000
Remodelación construcción actual	1	\$ 250.000.000	\$ 250.000.000
Construcción casa cuidador	1	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000
Servicios profesionales (arquitecto, ingeniero civil, asesoría legal, asesoría financiera)	1	\$ 21.000.000	\$ 21.000.000
Cerramiento de laguna	1	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
Optimización servicios públicos	1	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000
Calentadores de agua solar	13	\$ 6.599.999	\$ 85.799.987
Construcción de plataformas, Deck y baños del glamping	12	\$ 50.000.000	\$ 600.000.000
Publicidad	1	\$ 25.000.000	\$ 25.000.000
Planta eléctrica	1	\$ 5.729.900	\$ 5.729.900

Tabla 1. (Continuación)

Requerimientos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Paisajismo	1	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000
Vía interna (perimetral)	1	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000
Iluminación (vía y laguna)	1	\$ 250.000.000	\$ 250.000.000
Licencias	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Piscina social	1	\$ 120.000.000	\$ 120.000.000
Equipos y maquinaria de mantenimiento			
Planta de tratamiento de agua	1	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
Sistema séptico integrado 1650 Lt	1	\$ 2.999.999	\$ 2.999.999
Tanque de reserva subterráneo 4000 Lt	1	\$ 5.030.900	\$ 5.030.900
Excavación e instalación de tanques	1	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
Adecuaciones actividades Laguna			
Kayak 1/2 puesto	3	\$ 1.238.000	\$ 3.714.000
Kayak 1 puesto	3	\$ 892.000	\$ 2.676.000
Dotación glampings			
Cama doble+ mesa de noche+colchón+ almohada	12	\$ 1.704.000	\$ 20.448.000
Juego de sábanas hotelero	36	\$ 76.900	\$ 2.768.400
Closet	12	\$ 549.000	\$ 6.588.000
Base cama doble+colchón+ almohadas	6	\$ 989.000	\$ 5.934.000
Sofa 2 puestos	12	\$ 1.129.900	\$ 13.558.800
Toalla cuerpo	72	\$ 29.900	\$ 2.152.800
Toalla manos	72	\$ 9.900	\$ 712.800
Sanitarios	12	\$ 429.900	\$ 5.158.800
Ducha	12	\$ 179.900	\$ 2.158.800
Lavamanos	12	\$ 126.900	\$ 1.522.800
Amenities	24	\$ 309.000	\$ 7.416.000
Cocina/ Restaurante			

Tabla 1. (Continuación)

Requerimientos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Nevera vertical	2	\$ 4.490.000	\$ 8.980.000
Congelador vertical	1	\$ 10.490.000	\$ 10.490.000
Cocina+plancha+horno	2	\$ 8.900.000	\$ 17.800.000
Lavaplatos	2	\$ 1.800.000	\$ 3.600.000
Mesas de trabajo 2mt	3	\$ 1.700.000	\$ 5.100.000
Mesa 4 puestos + sillas	12	\$ 249.000	\$ 2.988.000
Escurreidor de platos	3	\$ 700.000	\$ 2.100.000
Estantería	4	\$ 1.200.000	\$ 4.800.000
Gabinete	5	\$ 900.000	\$ 4.500.000
Dotación área social y recepción	1	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000
Servicio de lavandería	40	\$ 60.000	\$ 2.400.000

Nota. Requerimientos para que el glamping pueda desarrollarse y sea puesto en marcha. Los costos registrados son a valor de mercado a inicios de agosto de 2021.

La mano de obra constituye un recurso indispensable para la puesta en marcha del proyecto. Por tal razón, es necesario identificar el personal que se requiere y a su vez determinar el costo de las remuneraciones por el servicio prestado.

Tabla 2.

Recursos humanos para la puesta en marcha del Glamping

Recursos humanos		Salario	Mensual	Anual
Gerente	1	\$ 5.420.000	\$ 5.420.000	\$ 65.040.000
Aseadores	1	\$ 1.799.200	\$ 1.799.200	\$ 21.590.400
Recepcionista	1	\$ 978.319	\$ 978.319	\$ 11.739.828
Chef	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Auxiliar de cocina	1	\$ 943.774	\$ 943.774	\$ 11.325.288
Jefe de personal	1	\$ 1.454.850	\$ 1.454.850	\$ 17.458.200
Encargado	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 13.200.000
Vigilante	1	\$ 968.552	\$ 968.552	\$ 11.622.624
Contador	1	\$ 1.454.850	\$ 1.454.850	\$ 17.458.200
Meseros	2	\$ 989.443	\$ 1.978.886	\$ 23.746.632
Marketing	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 21.600.000

Nota. Los salarios se determinaron de acuerdo a la media salarial del cargo que se necesita.

Una vez se tienen los recursos humanos y materiales, es necesario hablar de los recursos financieros necesarios para la inversión del proyecto. Para el desarrollo y puesta en marcha de este proyecto, dichos recursos monetarios serán aportados por los empresarios de Fenix SAS, no se requiere de ningún préstamo proveniente de la banca comercial.

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero busca determinar los costos, gastos, activos e ingresos posibles que tiene el proyecto, para que junto con la planeación del mismo se pueda analizar la rentabilidad.

5.1 Información básica

El servicio que se pretende prestar es un tipo de hospedaje alternativo, se instalarán 12 glampings, con capacidad máxima de cuatro personas, cada uno contará con una cama doble con colchón (con opción a poner una adicional), closet, sillón, mesas de noche, baño, entre otros.

Para poder acceder al servicio, se tendrá una tarifa de \$390.000/ noche para cualquier temporada.

5.2 Activos fijos

La inversión de los activos fijos es alta, debido a que la infraestructura y la dotación está destinada a la prestación del servicio.

A continuación, se determina el valor de la inversión, la depreciación de acuerdo al tipo de bien y el valor del salvamento que presenta.

Tabla 3.

Activos Fijos

Tasa Depreciación	Inversión	Costo	Vida útil (años)	Depreciación anual	Valor Salvamento
2%	Edificación	\$ 1.100.000.000	45	\$ 22.000.000	\$ 990.000.000
10%	Muebles y encerados	\$ 471.206.800	10	\$ 47.120.680	\$ 235.603.400
10%	Maquinaria y equipo	\$ 146.799.887	10	\$ 14.679.989	\$ 73.399.944
	Terreno	\$ 700.000.000,00	0		
	TOTAL	\$ 1.718.006.687		\$ 83.800.669	\$ 1.299.003.344

Nota. Tabla con la depreciación anual que tiene cada inversión y el valor del salvamento al final de 5 años.

Se estableció que la inversión corresponde a \$1.718.006.687, adicional se tiene el terreno que ya pertenece a los empresarios Fenix SAS, el cual tiene un valor de \$700.000.000, finalmente se tiene una inversión inicial correspondiente a \$2.418.006.687.

5.3 Estimación de los costos, gastos e ingresos

5.3.1 Estimación de gastos

Entre los gastos identificados, se tiene el servicio de lavandería, el salario del personal y la publicidad, esto refleja un gasto anual total de \$261.581.172.

Tabla 4.

Gastos identificados en el proyecto

GASTOS		
Concepto	Mensual	Anual
Lavandería	\$ 1.800.000,00	\$ 21.600.000,00
Salario	\$ 19.398.431	\$ 232.781.172,00
Publicidad	\$ 600.000,00	\$ 7.200.000,00
TOTAL	\$ 10.468.731,00	\$ 261.581.172,00

Nota. Gastos identificados en el proyecto

5.3.2 Estimación de costos

Se determinó que dentro de los costos del proyecto se encuentran el servicio de energía, internet, tv, teléfono, gas, agua (el agua que ellos suministrarán, es obtenida de la laguna que tienen en el terreno, dicha agua se tratará para que sea potable y apta para el consumo).

Tabla 5.

Costos identificados en el proyecto

COSTOS		
Concepto	Mensual	Anual
Energía	\$ 3.500.000,00	\$ 42.000.000,00
Internet, Tv, Teléfono	\$ 132.900,00	\$ 1.594.800,00
Gas	\$ 600.000,00	\$ 7.200.000,00
Agua		
TOTAL	\$ 4.232.900,00	\$ 50.794.800,00

Nota. Esta tabla muestra los costos identificados en el proyecto

5.3.3 Estimación de ingresos operacionales

Estos corresponden al alquiler del glamping, en la tabla 6 y 7 se detalla la proyección de los ingresos, tomando en cuenta que son 12 glampings y los días que tiene cada mes.

El sector turismo sufrió un retroceso debido a la pandemia COVID-19, según informes en el 2020 el turismo interno disminuyó 8 puntos porcentuales, mientras que los viajeros que buscan estar lejos de su entorno habitual y pasan la noche en un determinado lugar disminuyó un 7.6% comparándolo con el mismo periodo del 2019 (Ospina, Ángel, Rozo & Apolinar, 2021).

Debido a lo anterior, no se tienen datos exactos del crecimiento anual que presentará este sector, sin embargo, se hizo revisión de documentos que tratan la misma temática del presente trabajo y se esperan un incremento del 1.7%, cifra que se tuvo en cuenta para realizar la proyección de los ingresos. Por otro lado, es importante mencionar que las tasas de ocupación para este tipo de alojamiento no se han establecido en el sector, sin embargo, Cárdenas, Angel, Rozo y Apolinar (2021) determinaron los porcentajes de ocupación mensual en este tipo de alojamiento, porcentajes que son similares con los datos por los Empresarios Fenix SAS en cuanto al promedio ocupacional de su hotel Natura- Anapoima, es por ello que estos fueron usados para realizar el estudio.

A continuación, se presentan dos escenarios en donde se puede observar un supuesto de los ingresos mensuales que tendría el proyecto respecto al porcentaje de

ocupación, en dichos escenarios se sensibilizó la variable del precio/noche, en el escenario número 1 se proyectaron los ingresos con el valor que los empresarios Fenix S.A.S. plantean entrar al mercado, el cual es \$390.000/noche siendo este precio el menor que manejan en las cabañas que alquila la marca Natura; en el escenario 2 se presenta una propuesta de precio, la cual resultó de la revisión en distintos aplicativos que ofrecen este tipo de alojamiento.

5.3.3.a Ingresos: Escenario 1. Los empresarios Fenix SAS estiman entrar al mercado del hospedaje alternativo cobrando por noche \$390.000.

Tabla 6.

Ingresos anuales: Escenario 1

Mes	Días	Ingresos 1	Ingresos 2	Ingresos 3	Ingresos 4	Ingresos 5	% Ocupación
Diciembre	31	\$ 56.581.200,00	\$ 57.543.080,40	\$ 58.521.312,77	\$ 59.516.175,08	\$ 60.527.950,06	39%
Enero	31	\$ 46.425.600,00	\$ 47.214.835,20	\$ 48.017.487,40	\$ 48.833.784,68	\$ 49.663.959,02	32%
Febrero	28	\$ 14.414.400,00	\$ 14.659.444,80	\$ 14.908.655,36	\$ 15.162.102,50	\$ 15.419.858,25	11%
Marzo	31	\$ 18.860.400,00	\$ 19.181.026,80	\$ 19.507.104,26	\$ 19.838.725,03	\$ 20.175.983,35	13%
Abril	30	\$ 28.080.000,00	\$ 28.557.360,00	\$ 29.042.835,12	\$ 29.536.563,32	\$ 30.038.684,89	20%
Mayo	31	\$ 27.565.200,00	\$ 28.033.808,40	\$ 28.510.383,14	\$ 28.995.059,66	\$ 29.487.975,67	19%
Junio	30	\$ 23.868.000,00	\$ 24.273.756,00	\$ 24.686.409,85	\$ 25.106.078,82	\$ 25.532.882,16	17%
Julio	31	\$ 23.212.800,00	\$ 23.607.417,60	\$ 24.008.743,70	\$ 24.416.892,34	\$ 24.831.979,51	16%
Agosto	31	\$ 27.565.200,00	\$ 28.033.808,40	\$ 28.510.383,14	\$ 28.995.059,66	\$ 29.487.975,67	19%
Septiembre	30	\$ 14.040.000,00	\$ 14.278.680,00	\$ 14.521.417,56	\$ 14.768.281,66	\$ 15.019.342,45	10%
Octubre	31	\$ 23.212.800,00	\$ 23.607.417,60	\$ 24.008.743,70	\$ 24.416.892,34	\$ 24.831.979,51	16%
Noviembre	30	\$ 23.868.000,00	\$ 24.273.756,00	\$ 24.686.409,85	\$ 25.106.078,82	\$ 25.532.882,16	17%
Total		\$ 327.693.600,00	\$ 333.264.391,20	\$ 338.929.885,85	\$ 344.691.693,91	\$ 350.551.452,71	19%

Nota. El porcentaje de ocupación mensual se obtuvo revisando la documentación donde se hablaba de glampings, en específico de un trabajo y también de estudios realizados por los empresarios Fenix SAS. Porcentajes Tomado de Ospina, C., Angel, G., Rozo, M., & Apolinar, R. (2021). *Estudio de Viabilidad para la Iniciativa de Negocio de Turismo Rural en la Ciudad de Villavicencio*. EAN, Bogotá.. <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10749/AngelGeraldine2021.pdf?sequence=5&isAllo wed=y>

5.3.3.b Ingresos: Escenario 2. El mercado de los glampings en Anapoima maneja precios desde \$480.000 hasta \$850.000, al promediar los valores se obtiene \$650.000/noche.

Tabla 7.*Ingresos: Escenario 2*

Mes	Días	Ingresos 1	Ingresos 2	Ingresos 3	Ingresos 4	Ingresos 5	% Ocupación
Diciembre	31	\$ 94.302.000,00	\$ 95.905.134,00	\$ 97.535.521,28	\$ 99.193.625,14	\$ 100.879.916,77	39%
Enero	31	\$ 77.376.000,00	\$ 78.691.392,00	\$ 80.029.145,66	\$ 81.389.641,14	\$ 82.773.265,04	32%
Febrero	28	\$ 24.024.000,00	\$ 24.432.408,00	\$ 24.847.758,94	\$ 25.270.170,84	\$ 25.699.763,74	11%
Marzo	31	\$ 31.434.000,00	\$ 31.968.378,00	\$ 32.511.840,43	\$ 33.064.541,71	\$ 33.626.638,92	13%
Abril	30	\$ 46.800.000,00	\$ 47.595.600,00	\$ 48.404.725,20	\$ 49.227.605,53	\$ 50.064.474,82	20%
Mayo	31	\$ 45.942.000,00	\$ 46.723.014,00	\$ 47.517.305,24	\$ 48.325.099,43	\$ 49.146.626,12	19%
Junio	30	\$ 39.780.000,00	\$ 40.456.260,00	\$ 41.144.016,42	\$ 41.843.464,70	\$ 42.554.803,60	17%
Julio	31	\$ 38.688.000,00	\$ 39.345.696,00	\$ 40.014.572,83	\$ 40.694.820,57	\$ 41.386.632,52	16%
Agosto	31	\$ 45.942.000,00	\$ 46.723.014,00	\$ 47.517.305,24	\$ 48.325.099,43	\$ 49.146.626,12	19%
Septiembre	30	\$ 23.400.000,00	\$ 23.797.800,00	\$ 24.202.362,60	\$ 24.613.802,76	\$ 25.032.237,41	10%
Octubre	31	\$ 38.688.000,00	\$ 39.345.696,00	\$ 40.014.572,83	\$ 40.694.820,57	\$ 41.386.632,52	16%
Noviembre	30	\$ 39.780.000,00	\$ 40.456.260,00	\$ 41.144.016,42	\$ 41.843.464,70	\$ 42.554.803,60	17%
Total		\$ 546.156.000,00	\$ 555.440.652,00	\$ 564.883.143,08	\$ 574.486.156,52	\$ 584.252.421,18	19%

Nota. Se realizó una búsqueda en diferentes páginas web como Booking.com, Glamping Hub, Agoda, TripAdvisor, para establecer el precio óptimo. Los porcentajes de ocupación fueron Tomado de Ospina Ospina, C., Angel, G., Rozo, M., & Apolinar, R. (2021). *Estudio de Viabilidad para la Iniciativa de Negocio de Turismo Rural en la Ciudad de Villavicencio*. EAN, Bogotá. <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10749/AngelGeraldine2021.pdf?sequence=5&isAllo wed=y>

5.4 Flujo de caja

En la proyección del flujo de caja, no se contempla ninguna financiación por parte de alguna entidad bancaria, debido a que los empresarios Fenix SAS poseen el capital necesario para financiar la totalidad del proyecto. La marca Natura-Hotel evidencia que anualmente los egresos presentan un incremento del 4%, valor que se tuvo en cuenta en la proyección. Para facilitar la realización del estudio, se estima que desde el año 1 se comienzan a recibir ingresos; de igual manera, se tendrán ingresos adicionales, generados por el alquiler de los kayaks, los cuales suman \$252.072.000.

A continuación, se presentan los flujos de caja con proyección a cinco años para cada uno de los escenarios; en la tabla 8 se presenta el flujo de caja para el escenario, para la realización de la misma se tienen en cuenta los ingresos generados con la propuesta de precio \$390.000/noche; en la tabla 9, se presenta el flujo de caja proyectado teniendo en cuenta el segundo escenario planteado (cobro por noche de \$650.000).

Tabla 8.*Flujo de caja: Escenario 1*

Flujo de caja	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$ 579.765.600,00	\$ 585.336.391,20	\$ 591.001.885,85	\$ 596.763.693,91	\$ 602.623.452,71
Costos		\$ 50.794.800,00	\$ 52.826.592,00	\$ 54.939.655,68	\$ 57.137.241,91	\$ 59.422.731,58
Gastos		\$ 261.581.172,00	\$ 272.044.418,88	\$ 282.926.195,64	\$ 294.243.243,46	\$ 306.012.973,20
Depreciación fijos		\$ 83.800.669	\$ 83.800.669	\$ 83.800.669	\$ 83.800.669	\$ 83.800.669
Amortización diferidos		\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00
Utilidad antes de impuestos		\$ 178.788.959	\$ 171.864.712	\$ 164.535.366	\$ 156.782.540	\$ 148.587.079
Impuesto (33%)	30%	\$ 53.636.688	\$ 51.559.413	\$ 49.360.610	\$ 47.034.762	\$ 44.576.124
Utilidad después de impuestos		\$ 232.425.647	\$ 223.424.125	\$ 213.895.976	\$ 203.817.302	\$ 193.163.203
Depreciación fijos		\$ 83.800.669	\$ 83.800.669	\$ 83.800.669	\$ 83.800.669	\$ 83.800.669
Amortización diferidos		\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00
Amortización credito		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSIONES						
Inversión fija	\$ 2.418.006.687					
Inversión diferida	\$ -					
Valor de liquidación						\$ 1.299.003.344
Flujo de caja neto	-\$ 2.418.006.687	\$ 321.026.315,79	\$ 312.024.793,81	\$ 302.496.644,29	\$ 292.417.970,49	\$ 1.580.767.215,19

Nota. Flujo de caja proyectado a 5 años. El impuesto que dispuso el gobierno para el sector turismo el del 30%, dato que fue dado por los Empresarios Fenix SAS para que se tuviera en cuenta a la hora de realizar el Flujo de caja.

Tabla 9.*Flujo de caja: Escenario 2*

Flujo de caja	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$ 798.228.000,00	\$ 807.512.652,00	\$ 816.955.143,08	\$ 826.558.156,52	\$ 836.324.421,18
Costos		\$ 50.794.800,00	\$ 52.826.592,00	\$ 54.939.655,68	\$ 57.137.241,91	\$ 59.422.731,58
Gastos		\$ 125.624.772,00	\$ 130.649.762,88	\$ 135.875.753,40	\$ 141.310.783,53	\$ 146.963.214,87
Depreciación fijos		\$ 83.800.669	\$ 83.800.669	\$ 83.800.669	\$ 83.800.669	\$ 83.800.669
Amortización diferidos		\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00
Utilidad antes de impuestos		\$ 533.207.759	\$ 535.435.628	\$ 537.539.065	\$ 539.509.462	\$ 541.337.806
Impuesto (30%)	30%	\$ 159.962.328	\$ 160.630.689	\$ 161.261.720	\$ 161.852.839	\$ 162.401.342
Utilidad después de impuestos		\$ 693.170.087	\$ 696.066.317	\$ 698.800.785	\$ 701.362.301	\$ 703.739.148
Depreciación fijos		\$ 83.800.669	\$ 83.800.669	\$ 83.800.669	\$ 83.800.669	\$ 83.800.669
Amortización diferidos		\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00
Amortización credito		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INVERSIONES						
Inversión fija	\$ 2.418.006.687					
Inversión diferida	\$ -					
Valor de liquidación						\$ 1.299.003.344
Flujo de caja neto	-\$ 2.418.006.687	\$ 781.770.755,79	\$ 784.666.985,65	\$ 787.401.453,60	\$ 789.962.969,79	\$ 2.091.343.160,03

Nota. En la realización del flujo de caja se tuvieron en cuenta los mismos ingresos adicionales, la variable que se sensibilizó fue el cobro/noche.

El valor presente neto (VPN) es una herramienta que permite traer a valor presente la totalidad de flujos de caja para poder identificar si el proyecto es conveniente o no; otro de los indicadores de desempeño utilizados es la TIR o tasa interna de retorno, la cual indica el rendimiento que genera la inversión en términos de porcentaje. A continuación, se presentan los resultados de los indicadores mencionados anteriormente para cada uno de los escenarios planteados, para realizar los cálculos correspondientes se utilizó una TIO del 21.55% efectiva anual.

Tabla 10.

VPN y TIR del proyecto

VPN	-\$ 859.322.623,75	VPN	\$ 283.706.922,04
TIR	4%	TIR	27%

Nota. La tabla de la izquierda corresponde al escenario 1 donde se establece el precio que proponen los empresarios Fenix SAS, mientras que la tabla de la derecha se observan los resultados del escenario 2.

Para complementar el estudio financiero se determinaron otros dos indicadores para cada escenario, los indicadores son el Beneficio/Costo (B/C) y el Periodo de recuperación (PRI).

Tabla 11.

Indicadores B/C y PRI. Escenario 1

B/C	0.57
PRI	4 años y 1 mes

Nota. El beneficio/ costo se calcula utilizando los flujos actualizados y la inversión que se está realizando en el proyecto. Por otra parte, para el periodo de recuperación se hallaron los flujos descontados, es decir, se actualizaron (se llevaron a presente) los valores obtenidos del flujo de caja y el flujo neto acumulado, con el fin de saber cuándo se recupera la inversión. Para el cálculo de estos indicadores se empleó la tasa de descuento correspondiente al 21.55%.

Tabla 12.

Indicadores B/C y PRI. Escenario 2

B/C	1.14
PRI	3 años y 5 meses

Nota. El B/C es otro indicador para definir la viabilidad de un proyecto, con este se comparan los beneficios y los costos que están asociados al proyecto. El PRI es un indicador que permite calcular el tiempo para recuperar la inversión en valor presente. Para el cálculo de estos indicadores se empleó la tasa de descuento correspondiente al 21.55%.

6. CONCLUSIONES

La situación actual del sector turístico se ve afectada por la contingencia del COVID-19, los viajeros buscan espacios naturales para vivir experiencias únicas, de calidad y sin aglomeraciones. Es por ello que alternativas de hospedaje como el glamping están en auge y es una oportunidad que hay que aprovechar para promocionar la marca y comenzar a generar reconocimiento, tener un diferenciador que permitirá a tener más captación de usuarios, lo cual repercutirá en la rentabilidad del proyecto.

El turismo ha influenciado el crecimiento económico, el aporte al PIB de este sector es del 3.8% para el 2019 (Vanguardia, 2020), es por ello, que el gobierno nacional ha creado nuevas medidas que permitan su reactivación tales como: la exclusión transitoria del IVA en la prestación de servicios de hotelería; eliminación de la sanción para la renovación del Registro Nacional de Turismo; incentivo de descuento del 25% de la renta para actividades que ayuden al mejoramiento del ambiente y que fortalezcan las prácticas sostenibles del sector (El Espectador, 2020).

El lugar seleccionado para la implementación del proyecto es Anapoima conocido también como “Sol y agua de la Eterna juventud”, este municipio es considerado como el mejor clima del país, además de ser un centro cultural en donde se llevan a cabo: festivales; eventos deportivos; festivales gastronómicos con la cocina tradicional campesina de la región; planes ecoturísticos. Dichos atributos son de gran potencial para atraer a viajeros de todas las edades; además, la tendencia en este momento es estar en contacto con la naturaleza, sin perder las comodidades que ofrece un hotel tradicional es por ello que el glamping se presenta como una gran opción. En la actualidad en Anapoima, no hay muchos alojamientos que ofrezcan este modelo de servicio lo que puede permitir tener cierta ventaja al iniciar el proyecto.

Al ser un terreno propio de los empresarios Fenix SAS, el cual compraron exclusivamente para la ejecución del proyecto, se reducirán los costos operacionales dado que no hay un arriendo del predio. Es importante tener una correcta planificación de actividades que desarrollarán los trabajadores, así como definir el rol y las funciones que cumplirán los mismos. Esto garantizará un registro y control adecuado de las tareas que se traducirá en la calidad del servicio prestado.

Se efectuaron dos escenarios, en los cuales se sensibilizó la variable costo/noche, la tasa de descuento empleada para la realización del estudio corresponde a 21.55%. En el escenario 1, se utilizó el valor de \$390.000/noche (valor que los empresarios proponen para la prestación de sus servicios de glamping); en el escenario 2, \$650.000/ noche (valor promediado de los encontrados en diferentes páginas de reservación).

En el escenario 1: VPN, -\$859.322.623, es un valor negativo lo cual indica que la inversión no generará valor o la rentabilidad esperada en el proyecto, el valor presente de los ingresos generados son inferiores al valor presente de los egresos, por lo cual, no se podrá recuperar la inversión realizada; por otro lado, se presenta la TIR 4%, que es inferior a la TIO del 21.55%, esto indica que no se alcanzará la rentabilidad esperada del proyecto; la relación B/C tiene un valor de 0.57, si nos aproximamos a los criterios de selección para éste índice de viabilidad, los costos del proyecto superan a los beneficios generados; finalmente, se tiene el periodo de recuperación de la inversión de 4 años y un mes.

En contraste con el escenario 2, se obtienen los siguientes resultados: VPN, \$283.706.922, es un valor positivo, indica que se recuperará la inversión realizada y se obtendrá una rentabilidad; TIR, 27%, este indicador es mayor a la tasa de descuento (TIO), 21.55%; el índice B/C corresponde a 1.14, por cada peso que se invierta en el proyecto se genera un retorno de 1.14, los beneficios son mayores a los costos; según el PRI se recuperará la inversión dentro de 3 años y 5 meses.

Al evaluar dichos escenarios, es claro que el proyecto debe ser aceptado bajo la óptica del escenario número dos, debido a que se obtendrán mayores beneficios, el proyecto tendrá mayor rentabilidad, la TIR es superior a la tasa de descuento y la inversión realizada para la implementación del proyecto se recuperará más rápido.

BIBLIOGRAFÍA

- Acción Educa. (s.f.). *Análisis PEST y análisis FODA*.
http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/pest-y-foda_1563803873.pdf
- Alcaldía de Anapoima. (08 de Diciembre de 2020). *SUIT* Licencias urbanísticas:
<http://visor.suit.gov.co/VisorSUIT/index.jsf?FI=21307>
- Aristizabal, S., Escudero, N., & Barrates, D. (2020). *Estudio de factibilidad para la creación de un Eco Hotel tipo glamping en el municipio de San Carlos Antioquia*. Universidad de Antioquia,
https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/16676/1/AristizabalSergio_2020_EstudioFactibilidadEcohotel.pdf
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Taller Plan Empresa en línea. Sesión 8*. Bogotá.
<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/9137/1000001350.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Centro de Estudios para la Preparación y Evaluación Socioeconómica de Proyectos. (2017). *Indicadores de rentabilidad*. V.
https://www.cepep.gob.mx/work/models/CEPEP/metodologias/boletines/indicadores_rentabilidad.pdf
- Centro de Información Turística de Colombia CITUR. (2021). *Flujos turísticos*.
https://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2#gsc.tab=0
- DBcity. (s.f.). Anapoima. <https://es.db-city.com/Colombia--Cundinamarca--Anapoima>
- EJE 21. (23 de mayo de 2015). *Colombia, uno de los mejores países del mundo para vivir los años dorados*. <https://www.eje21.com.co/2015/05/colombia-uno-de-los-mejores-paises-del-mundo-para-vivir-los-anos-dorados/>
- El Espectador. (20 de Octubre de 2020). *Con mayores beneficios tributarios, presentan proyecto para reformar Ley General del Turismo*.
<https://www.elespectador.com/economia/con-mayores-beneficios-tributarios-presentan-proyecto-para-reformar-ley-general-del-turismo-article/>
- Función Pública-EVA (2005). Decreto 1538 de 2005.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=16540>

- Gerencie. (29 de 08 de 2019). *Vida útil de los activos fijos o depreciables*.
<https://www.gerencie.com/vida-util-de-los-activos-fijos.html>
- GestioPolis. (08 de abril de 2001). *¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto?*
<https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- GlampingHub. (2016). *Glamping Hub. ¿Qué es el negro?*
<https://glampinghub.com/es/que-es-glamping/>
- Gov.co. (s.f.). *Anapoima compromiso con nuestra gente*. Información del municipio:
<https://www.anapoima-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>
- Grant Thornton. (2020). *Beneficios y alivios tributarios del sector hotelero frente al covid 19*.
<https://www.grantthornton.com.co/globalassets/1.-member-firms/colombia/blog/pdf/beneficios-y-alivios-tributarios-del-sector-hotelero-frente-al-covid.pdf>
- Guio Muñoz, J. A., & Duitama Rosas, M. (2009). *Propuesta de diseño de una estructura para glamping en el aprovechamiento de las oportunidades de negocio para el sector turístico*. [Trabajo de grado]. Universidad pedagógica y tecnológica de Colombia. Boyacá: <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2766/1/TGT-%201400.pdf>
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación -Icontec & Cotelco. (2009). *Norma Técnica Sectorial Colombiana NTHS 006 | Clasificación de establecimientos de Alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles. Requisitos*. <https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTSH006-09.pdf>
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación-Icontec & cotelco. (2014). *Norma Técnica Sectorial Colombiana NTHS 012| Recintos de campamento o camping. Requisitos de planta y servicios*.
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/df9abb98-e101-49f5-949a-f6fcfb3909b2/Norma-Tecnica-Sectorial-Colombiana-NTSH-0012-Recin.aspx>
- Infante Cely, A. M., & Rocha Pimiento, L. A. (2019). *Estudio de viabilidad para la creación de un Glamping temático en Duitama Boyacá*. Trabajo de Grado, Universidad El

- Bosque. https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/2512/Infante_Cely_Ana_Maria_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Instituto Distrital de Turismo. (s.f.). Turismo de Naturaleza. Bogotá. <http://www.bogotaturismo.gov.co/Turismo%20de%20Naturaleza>
- Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Bucaramanga. (03 de 07 de 2020). *Conozca los incentivos tributarios para beneficiar el turismo de Colombia*. <https://www.imct.gov.co/IMCT2/IMCT/2020/07/03/conozca-los-incentivos-tributarios-para-beneficiar-el-turismo-de-colombia/>
- Martinez, C., & Zarate, L. (2018). *Plan de proyecto para la adecuación de hospedaje alternativo de Ecoglampping en Guatavita*. [Trabajo de grado] Universidad Piloto de Colombia, <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/8761/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mincomercio. (14 de febrero de 2020). *En 2019, comercio y turismo, motores del crecimiento económico: José Manuel Restrepo*. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/comercio-y-turismo-motores-crecimiento-economico>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). *Política de Turismo Sostenible*. Documento de Política. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2012). *Política de Turismo de Naturaleza*. <https://cutt.ly/gRoQJsG>
- Ministerio de Industria, comercio y turismo; Ministerio de Ambiente, vivienda y desarrollo territorial. (2003). *Política para el desarrollo del Ecoturismo*. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo2.pdf.aspx>
- Morín Maya, E., & Alvarado Roldán, L. (2017). *Indicadores de rentabilidad*. Centro de Estudios para la Preparación y Evaluación Socioeconómica de Proyectos.

- https://www.cepep.gob.mx/work/models/CEPEP/metodologias/boletines/indicadores_rentabilidad.pdf
- Naciones Unidas. (2020). *Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo*. https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf
- National Geographic. (06 de Noviembre de 2018). *Glamping: Lujo en medio de la naturaleza*. https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/glamping-lujo-medio-naturaleza_13395
- Ospina, C., Angel, G., Rozo, M., & Apolinar, R. (2021). *Estudio de Viabilidad para la Iniciativa de Negocio de Turismo Rural en la Ciudad de Villavicencio*. EAN, <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10749/AngelGeraldine2021.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Pérez, A. (23 de Abril de 2021). *OBS Business School. Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo*. <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- Razón Pública. (14 de septiembre de 2020). *E turismo en Colombia en tiempos de pandemia*. <https://razonpublica.com/turismo-colombia-tiempos-pandemia/>
- Secretaria de Turismo. (2004). *Cómo desarrollar un proyecto de Ecoturismo*. (2), 8-14. México, D.F.: Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2016/08/Como-desarrollar-un-proyecto-ecoturistico.pdf>
- Solarte Pazos, L. (2001). *Manual Resumido de Gestión de Proyectos*. Universidad del Valle, Facultad de Ciencias de la Administración, Santiago de Cali. <http://gyepro.univalle.edu.co/documentos/gestion/factibilidad.pdf>
- Universidad Nacional de Colombia. (12 de Abril de 2013). *Gestión de la Inversión Pública. Estudio Legal*. <http://red.unal.edu.co/cursos/eLearning/dnp/2/html/contenido-2.2.2-estudio-legal.html>
- Universidad para la cooperación Internacional. (s.f.). *Estudio Técnico*. https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
- Vanegas, O., & Camacho, A. (2020). *La crisis del turismo por el COVID-19*. <https://www.uexternado.edu.co/economia/la-crisis-del-turismo-por-el-covid-19/>

Weinberger Villarán, K. (s.f.). *Plan de Negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio.* Perú.

http://www.crecemype.pe/1_crecer/docs/plan%20de%20negocios.pdf

World Tourism Organization. (s.f.). *UNWTO. Desarrollo Sostenible.*

<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>