

INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE: ECOTURISMO EN EL MUNICIPIO DE
CARMEN DE CARUPA

PROSPECTO TÉCNICO

ALEJANDRO MEDINA MALDONADO
DANIEL ANDRES DORIA ALVAREZ

Prospecto técnico - Proyecto de emprendimiento para optar al título de
INGENIERO INDUSTRIAL

Directores

María Jimena Arias Niño
Ingeniera Industrial

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE INGENIERÍAS
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
BOGOTÁ

2023

NOTA DE ACEPTACIÓN

MARIA JIMENA ARIAS NIÑO

Firma del director

ADRIANA SUESCA DÍAZ

Firma del Jurado (1)

GUSTAVO ADOLFO SALAS OROZCO

Firma del Jurado

Bogotá D.C., febrero 2023

DIRECTIVOS 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 Investigaciones
Dra. Alexandra Mejía Guzmán

Vicerrector Administrativo y Financiero
Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro

Secretario General
Dr. José Luis Macías Rodríguez

Decana de la Facultad de Ingeniería
Ing. Naliny Patricia Guerra Prieto

Directora del Departamento de Ingeniería
Industrial Ing. Mónica Suarez

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi madre Rosa Maldonado, a mi padre Juan Carlos Medina y a mi hermana Gabriela Mediana, por estar presentes en cada una de las etapas, que me llevaron a cumplir mis metas y sueños, dándome su completo apoyo y fortaleza en cada uno de los obstáculos, que se presentaron en esta etapa y que hoy me llevan a convertirme en un ingeniero íntegro.

De igual manera doy las gracias a mi compañero Daniel Doria, por acompañarme en este viaje, apoyando y aterrizando todas mis ideas locas.

Alejandro Medina Maldonado

Mi mayor agradecimiento primeramente a Dios, a mis padres Misael Doria y Orli Álvarez por confiar en mis proyectos y ser parte de ellos, pues han sido una gran motivación para mí en todo lo que me propongo, agradecer su ayuda pues no habría logrado completar este pequeño éxito sin ellos. Doy gracias también a mi compañero de universidad Alejandro por ser ese complemento para culminar este proyecto y esta etapa, pues aprendí mucho de sus capacidades y talentos.

Daniel Andrés Doria Álvarez

DEDICATORIA

Dedicamos el presente trabajo a nuestros familiares y a todas las personas que hicieron parte de esta etapa tanto compañeros como directivos y maestros pues de cada uno aprendimos y nos quedamos con lo mejor. El aprendizaje, la experiencia, los momentos y enseñanzas fueron de gran valor para poder culminar nuestra carrera profesional.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	12
JUSTIFICACION	14
OBJETIVOS	15
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
2. MARCO TEORICO	19
2.1. Marco conceptual	19
2.1.1. <i>Turismo</i>	19
2.1.2. <i>Ecoturismo</i>	21
2.1.3. <i>Medio Ambiente e impacto ambiental</i>	23
2.1.4. <i>Glamping</i>	24
2.1.5. <i>Plan de Negocio</i>	24
2.1.6. <i>Estudio de Mercado</i>	25
2.1.7. <i>Estudio Financiero</i>	26
2.2. Marco Teórico	27
2.2.1. <i>Retos del glamping</i>	29
2.2.2. <i>Población y ubicación</i>	31
2.2.3. <i>Impacto del proyecto</i>	31
2.2.4. <i>Inventario para crear ecoturismo</i>	32
2.3. Marco legal	32
2.3.1. <i>Ley 300 de 1996</i>	32
2.3.2. <i>Decreto 2074 de 2003</i>	33
2.3.3. <i>Ley 1101 de 2006</i>	34
2.3.4. <i>Decreto 1036 de 2007</i>	34
2.3.5. <i>Ley 1558 de 2012</i>	34

2.3.6.	<i>Decreto 2106 de 2019</i>	35
2.3.7.	<i>Ley 2068 de 2020</i>	35
3.	PLAN DE NEGOCIO	37
3.1.	Estudio de mercado	38
3.1.1.	<i>Canales de distribución</i>	39
3.1.2.	<i>Características del canal de distribución</i>	39
3.2.	Propuesta de valor	39
3.2.1.	<i>Retos del glamping</i>	41
3.3.	Segmentación del mercado	42
3.4.	Clientes potenciales	43
3.5.	Aspectos territoriales	44
3.5.1.	<i>Población y ubicación</i>	44
3.5.2.	<i>Impacto del proyecto</i>	47
3.5.3.	<i>Inventario para crear ecoturismo</i>	48
3.6.	Estudio de marketing	48
3.6.1.	<i>Análisis de Competencia</i>	49
3.7.	Modalidad de alojamiento	51
3.8.	Estrategia de promoción	52
3.9.	Productos y servicios	53
3.10.	Políticas de precios	55
3.11.	Tamaño del proyecto	60
3.12.	Estudio administrativo	61
3.12.1.	<i>Análisis estratégico</i>	61
3.12.2.	<i>Misión</i>	61
3.12.3.	<i>Visión</i>	62
3.12.4.	<i>Valores corporativos</i>	62
3.12.5.	<i>Enfoque a la cultura organizacional</i>	62

3.12.6. <i>Estructura organizacional</i>	64
3.13. Planteamiento y descripción de riesgos	65
3.13.1. <i>Económico</i>	65
3.13.2. <i>Ambiental</i>	66
3.13.3. <i>Social</i>	66
3.13.4. <i>Biológicos</i>	67
3.13.5. <i>Logísticos</i>	67
3.13.6. <i>Responsabilidad civil extracontractual</i>	68
3.13.7. <i>Legal</i>	68
3.13.8. <i>Político</i>	68
4. EVALUACIÓN FINANCIERA	69
4.1. Inversión inicial	69
4.2. Proyecciones de ocupación	69
4.3. Curva de costos	70
4.4. Estado de situación financiera	71
4.5. Estado de resultados	72
4.6. Análisis financiero	73
5. CONCLUSIONES	75
BIBLIOGRAFIA	77
ANEXOS	81

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Definiciones de turismo	20
Figura 2. Definición del ecoturismo	22
Figura 3. Definición de impacto ambiental	23
Figura 4. Definición de glamping	24
Figura 5. Definición de Plan de negocio	25
Figura 6. Definición estudio de mercado	26
Figura 7. Definición de estudio financiero	27
Figura 8. Tipos de Glamping	30
Figura 9. Avances del generador	40
Figura 10. Avances del proyecto	41
Figura 11. Intención de viaje	42
Figura 12. Mapa de trayecto	45
Figura 13. Ubicación municipal	46
Figura 14. Ubicación geográfica de Cascada Escondida	47
Figura 15. Plano glamping	51
Figura 16. Plano del restaurante	52
Figura 17. Glamping Cascada Escondida	54
Figura 18. Servicios Cascada Escondida	55
Figura 19. Servicios competencia	58
Figura 20. Servicio de cabalgata	59
Figura 21. Servicio de buggy	59
Figura 22. Senderos para caminar	60
Figura 23. Proyección de crecimiento del proyecto	61
Figura 24. Organigrama de Cascada Escondida	64
Figura 25. Costos fijos y variables del proyecto	70
Figura 26. Análisis de la evolución financiera	74
Figura 27. Inversión externa	74

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Matriz de competencia	51
Tabla 2. Comparativo plan estándar para pareja	56
Tabla 3. Comparativo de precios plan estándar familiar	57
Tabla 4. Inversión inicial	69
Tabla 5. Estado financiero	72
Tabla 6. Estado de resultado	73

RESUMEN

En el presente trabajo, se presenta un plan de negocios enfocado hacia el ecoturismo, para este proyecto, se construyen unos glamping en el municipio de Carmen de Carupa, con el fin de potencializar e impulsar esta actividad, sin causar mayor impacto en el medio ambiente, y al mismo tiempo, potenciar las culturas y economía de algunos campesinos que habitan allí.

Por tal motivo, se realizó una búsqueda bibliográfica, que permito ampliar los conceptos básicos del turismo y ecoturismo, y así, establecer un concepto claro de la actividad económica que se iba a implementar en este municipio, teniendo en cuenta conceptos como: glamping, medio ambiente, presupuesto y plan de negocios, lo cual permite, que se tenga un panorama amplio, por ultimo y no menos importante toda la parte de estudio tanto de mercadeo como financiero el cual nos brindara una perspectiva de que investigaciones tenemos que desarrollar para conocer cuál es nuestro tipo de cliente y al mismo tiempo conocer la rentabilidad del proyecto.

Además, se realizó un estudio de las leyes y decretos que cobijan toda la parte turística a nivel nacional y regional para tener una idea clara de los requisitos y reglamentos que se deben tener en cuenta para montar este tipo de negocios. Ya por último se hizo un diseño metodológico, con el que se busca tener un paso a paso de las actividades que se van a realizar para poder desarrollar en su totalidad esta propuesta de negocio, así mismo, se creó un cronograma en el que se tiene en cuenta los tiempos en los que se debe desarrollar cada actividad planeada.

Palabras clave: Ecoturismo, rentabilidad, Carmen de Carupa, glamping, mercadeo, presupuesto, negocios, medio ambiente, cultura.

INTRODUCCION

El ecoturismo es una de las líneas del turismo de mayor crecimiento a nivel mundial y en Colombia ya se ha vuelto una tendencia, ya que este tipo de turismo busca cuidar la fauna y flora que nos rodea. En el siguiente trabajo escrito hablaremos de nuestro proyecto emprendedor Cascada Escondida el cual se está desarrollando en el municipio de Carmen de Carupa en la vereda sucre, en primera medida esta creado para todas las personas que aprecien conectarse con la naturaleza, sin perder las comodidades de un hotel de lujo.

Para poder brindar estos servicios a las personas, se construyeron tres domos geodésicos, los cuales cuentan con una cómoda cama, baño privado, jacuzzi, entre otros aspectos que generan comodidad, también se construyó una cabaña de madera que servirá como restaurante para los huéspedes. Gran parte de los materiales utilizados son de reciclaje y además la mayoría fueron comprados a pobladores de la región.

Esta no es la única forma de crear vínculos con los habitantes de esta zona, ya que nuestro proyecto da a conocer la cultura y gastronomía del sector, creando alianzas estratégicas con los campesinos, los cuales en este momento se encargan de prestarnos el servicio de alimentación, cabalgata, senderismo, entre otras actividades. Esto no fue una tarea fácil, ya que fue necesario realizar el apoyo y las capacitaciones para la formalización de estos negocios, con el fin de generar una fuente de ingreso extra para estas personas.

El proyecto está ubicado a tres horas de Bogotá, cerca al municipio de Ubaté. Es una finca que cuenta con 55 hectáreas, las cuales están rodeadas por dos quebradas y una de ellas tiene una cascada de más 60 metros, además de esto tiene una montaña en forma de cuchilla la cual es ideal para realizar senderismos extremos, cuenta con variedad de animales silvestres y domésticos y dos veces al año el águila arpía realiza una visita al pico de la cuchilla.

Cascada escondida busca generar conciencia sobre el medio ambiente, por tal motivo cuenta con una planta hidroeléctrica, que se encarga de generar la energía necesaria de los glamping, además las aguas residuales se utilizan para el riego de plantas y en un futuro no muy lejano se va a crear un biogestor con el estiércol de los cerdos.

Actualmente estamos en el plan de desarrollo del municipio y contamos con RUT, cámara de comercio y registro nacional de turismo.

JUSTIFICACION

La creciente globalización en el mundo ha generado, que cada vez más personas quieran conocer nuevos lugares y se quieran poner en contacto con diferentes culturas, la última situación vivida a nivel mundial, ha generado que el turismo tome fuerza, en especial el concepto de ecoturismo, que permite que las personas se conecten con la naturaleza y vivan una experiencia real. Colombia se ha convertido en un destino muy llamativo debido a todos los atractivos y la gran biodiversidad que ofrece.

La creación de glamping permite mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico, a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la responsabilidad entre los actores del sector turístico, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales, lo cual, puede contribuir al mejoramiento de la imagen que tiene el país frente al mundo.

Este proyecto se desarrolla en la región del Noreste del departamento de Cundinamarca, en el municipio de Carmen de Carupa, con el fin, de contribuir al crecimiento y al desarrollo de la industria del ecoturismo en el municipio, y así dar a conocer este lugar, que cuenta con recursos naturales para llevar a cabo este tipo de actividad. Lo anterior, permite la generación de empleo que aporta al desarrollo económico y social de la región.

En la actualidad con la problemática ambiental que hay a nivel mundial, se busca hacer un énfasis mayor en la importancia del cuidado del medio ambiente y las respectivas formas de hacer un buen uso de los recursos naturales, se ve la idea de crear conciencia en la conducta y hábitos diarios en las personas con el fin de mitigar las consecuencias que puedan crearse a futuro y el impacto que podría traer esto. Por lo tanto, se hace necesario implementar servicios turísticos de calidad, que estén en auge y se adapten a las necesidades del mundo actual, con el fin de apreciar el medio ambiente, desde una perspectiva ecológica, en donde, las personas puedan conectar e interactuar con la naturaleza.

El valor agregado de nuestro proyecto es la creación de planes diseñados a la medida de las necesidades, gustos y preferencias de los turistas, así como lo es la apreciación de los paisajes increíbles que ofrece nuestro país y brindar un servicio de calidad para que la experiencia sea mucho más agradable.

OBJETIVOS

Objetivo General

Proponer una línea de negocio de ecoturismo con la creación de domos geodésicos autosustentables en el municipio de Carmen de Carupa.

Objetivos Específicos

- Caracterizar la demanda potencial a través de un estudio de mercado.
- Crear un portafolio de diferentes planes y servicios que se ofrece al cliente
- Analizar el impacto ambiental y las posibles consecuencias en el desarrollo del proyecto.
- Definir a través del modelo Canvas el cómo se va a crear y generar valor al cliente a través de esta idea de negocio.
- Determinar la viabilidad financiera de la propuesta de una línea de negocio de ecoturismo con la creación de domos geodésicos autosustentables en el municipio de Carmen de Carupa

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hoy en día el municipio de Carmen de Carupa no es muy conocido a pesar de que está ubicado relativamente cerca de la capital, esto ha ocasionado que el crecimiento económico no sea tan acelerado como en otra parte del país, por tal motivo las oportunidades de desarrollo y crecimiento para la población de este municipio son muy mínimas y cuatro de cada cinco jóvenes que terminan su bachillerato tiene que salir a buscar nuevas oportunidades fuera del mismo.

El turismo es una de las actividades económicas con más crecimiento a nivel nacional, porque según datos de la cámara de comercio esta actividad económica ha crecido desde 2012 hasta 2018 en un 24% como producto interno bruto (PIB)[1], obviamente a raíz de la pandemia este sector económico tuvo una recaída y no solo en Colombia sino a nivel mundial, ya que las personas debieron estar encerradas en sus hogares y además estaba muy restringida la movilidad tanto terrestre como aérea durante algunos meses del año 2020 y 2021. Sin embargo, en el tercer trimestre del año pasado la reactivación económica en este sector tuvo un crecimiento alto, ya que tuvo un crecimiento de 7.4% con respecto a el mismo trimestre del año 2019 en donde todavía no había llegado la pandemia, y de igual forma un 1.3% con respecto al trimestre siguiente de ese mismo año [2]. Para este año se tiene estimado que para el segundo trimestre el producto interno bruto (PIB) de alojamiento y servicios de comida alcance 11,7 billones de pesos, lo que representaría un crecimiento del 46.3% con respecto al año 2021 en el mismo periodo [3].

Creemos que el ecoturismo es una de las subáreas que más toca explotar, ya que va a la vanguardia de las tendencias porque con este tipo de turismo se busca que las personas ayuden a cuidar el planeta tierra, además cada vez el ser humano está buscando poder tener espacios de esparcimiento tanto personal como en pareja o familia, en donde busca conectarse con la naturaleza y poder descongestionarse la vida caótica de la ciudad.

Al día de hoy hay muchas alternativas de ecoturismo, la más conocida es ir a realizar la actividad de acampar, la cual es una buena alternativa para los aventureros, ya que hay una gran conexión con la naturaleza, además crea un instinto de supervivencia, sin embargo hay un alto porcentaje de personas que cuando buscan realizar un viaje busca comodidad y confort, y

este tipo de actividad nos es de su total agrado, ya que tiene que dormir dentro de una carpa, en mayoría de los casos en colchonetas inflables que no son muy cómodas, además normalmente con la compañía insoportable de los insectos y para terminar con la incertidumbre de que si ocurren precipitaciones esta carpa se inundara y va a ser casi imposible conciliar el sueño. Por este motivo hoy en día existe la alternativa de Glamping el cual ofrece el servicio de interactuar con la naturaleza sin tener que preocuparse por la comodidad.

Glamping es la combinación de las palabras glamur y camping, por tal motivo lo que se busca es poder conectar a las personas con la naturaleza, ofreciéndoles las comodidades de un hotel de lujo como lo son una muy buena cama, baño privado con ducha de agua caliente, iluminación eléctrica, entre otros servicios; este tipo de turismo nos es tan nuevo a nivel mundial ya que a finales del siglo pasado esta alternativa se empezó a implementar en los safaris africanos, para que los viajeros de América e Europa pudieran viajar con total comodidad [4]. El crecimiento de esta industria a nivel mundial se ha vuelto una tendencia, ya que este tipo de ecoturismo ofrece al público diferentes alternativas, desde lo más conocido que son los domos geodésicos que podemos encontrar hacia las afueras de Bogotá hasta las cupulas de vidrio colgantes en Cusco-Perú.

En Colombia esto se ha vuelto una excelente opción para emprender, por el motivo de que cada vez las personas se quieren desconectar de las grandes ciudades en búsqueda de un lugar apartado y envuelto por la naturaleza, además se ha encontrado que hay muchos lugares en Colombia que tienen una belleza natural esplendida y son totalmente vírgenes en el turismo, lo que ayuda a que se puedan crear nuevas empresas que puedan aportar al crecimiento del país.

En algunos municipios del país, el turismo no se ve reflejado como una actividad económica, ya que sus principales fuentes económicas son la agricultura, ganadería, pesca, etc. Este es el caso del municipio de Carmen de Carupa el cual se encuentra a 116 km de la ciudad de Bogotá y donde su economía estaba basada en gran mayoría por el cultivo de papa y alverja, por otra parte, la ganadería en menor proporción y últimamente se empezó el proceso de minería de gravilla y arena [5]. En este municipio las alternativas de turismo son muy bajas, ya que, aunque le ofrece al turista una extensa variedad de sitios ecológicos para caminar y conocer como lo son el páramo de guargua, parque el hato, cerro de chegua, peña de sucre, cerro santuario,

chorros de salinas, entre otros [6], el problema radica que al final del día no hay un hotel donde las personas puedan descansar.

2. MARCO TEORICO

Lo que se busca en el siguiente espacio es explicar de forma explicitado sobre la información más destacada como son los conceptos, teorías, antecedentes legales y referencias históricas para poder con ello realizar una delimitación más asertiva y entender de forma más concreta en la línea de negocio a desarrollar.

2.1. Marco conceptual

En el marco conceptual se puede evidenciar la definición específica de los conceptos, términos y palabras clave que son necesarios para la contextualización de proyecto.

2.1.1. Turismo

Hoy en día podríamos considerar que el turismo es un viaje que se realiza para cambiar la rutina del día a día, normal mente está muy relacionado con el descanso y ocio, pero no siempre es el caso, ya que para muchas personas es normal que un viaje valla más de la mano de experimentar cosas nuevas. Sin embargo, si nos vamos a la *Tabla 1: Definición de turismo* se podría llegar a considerar que el turismo simplemente es la movilización de una persona a un sitio que no está dentro de su rutina, por tal motivo tendríamos en cuenta que un viaje de negocios, un ritual religioso o la visita a un familiar haría parte del turismo.

Bajo esta definición el turismo estaría dividido en varios tipos los cuales son:

a. Turismo de compra su principal actividad es el de recorrer los centros comerciales para luego realizar algunas compras.

b. Turismo cultural se caracterizan por ser más enfocados al descubrimiento de la historia del lugar de donde se esté realizando la visita, al realizar recorridos por los diferentes museos, exposiciones y lugares insignia de la ciudad que se esté visitando.

c. Turismo rural o agroturismo es el que se realiza en municipios donde se busca en mayor instancia la interacción con la población de la ciudad, va de la mano del medio ambiente y más enfocado a las personas que busca realizar un cambio cultural.

d. Turismo formativo como su nombre lo indica lo que se busca en este tipo de turismo es mejorar la formación de las personas en un área en específico, normalmente van relacionado con el turismo que realizan algunos colegios y también con los retiros espirituales de diferentes religiones.

e. Turismo gastronómico está basado en el sentido del gusto, ya que su principal ejercicio es el de probar distintos sabores de la colinaria ya sea de forma regional o a nivel internacional.

f. Ecoturismo se caracteriza por ser el más cuidadoso con la naturaleza ya que es su pilar, lo que se busca con este tipo de turismo es que las personas se puedan conectar con la fauna y flora del sector visitado.

g. Turismo de aventura son todos aquellos en los que se pone a prueba la supervivencia y las habilidades físicas y mentales del ser humano, y donde escasamente el turismo podría llegar a decirse que es virgen. [9]

Figura 1.

Definiciones de turismo

AUTOR	DEFINICIÓN
Walter Hunziker y Kart Krapf	“Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas”. [7]
OMT (Organización mundial de turismo)	“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico”. [8]

Figura 1. Continuación

AUTOR	DEFINICIÓN
Burkart y Medlik	“El concepto que lo ve como aquellos desplazamientos cortos y temporales que realizan las personas fuera del lugar donde residen o trabajan y realizando actividades diversas que las que acostumbran.” [9]
Mathieson y Wall	Es el movimiento temporal de gente a lugares lejanos a su residencia y por períodos menores a un año. [9]
Schullern zu Schattenhofen	"Turismo es el concepto que comprende todos los procesos, especialmente económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacía, en y fuera de un determinado municipio, país o estado". [10]

Nota. En la tabla podemos observar las diferentes definiciones del término turismo con el fin de tener diferentes puntos de vista sobre el mismo.

2.1.2. Ecoturismo

El ecoturismo es una rama del turismo la cual está muy encaminada con ayudar al medio ambiente y a ser autosostenible. Esto quiere decir que este tipo de turismo se basa en la conservar la naturaleza, de volverse amigable con la misma, en ayudar a promover a los visitantes el proteger la fauna y flora que los rodea, en realizar campañas que ayuden a las personas a que se vuelvan más observadores y al mismo tiempo se vuelvan unos admiradores de las plantas y los animales. Esto genera que las personas se vuelvan menos ensimismadas y puedan tener una opinión diferente del ecosistema que la rodea de tal manera que ayuden desde lo más simple a dejar un mejor planeta para las próximas generaciones.

Sin embargo este concepto desde el punto de vista de algunos autores que veremos en la *Figura 2: Definiciones de ecoturismo* va muy relacionado sobre la conservación a su vez de la parte cultural del sector que se esté visitando, esto en pocas palabras quiere decir que cuando uno realice un viaje donde allá una comunidad indígena por ejemplo, el visitante tiene que aprender y adaptarse a esta cultura, realizando actividades que promuevan estas aldeas, este turismo a su vez busca que estas culturas puedan tener un crecimiento de su visitante y que puedan aprovechar sus factores diferenciales para poder dejar una huella a sus visitante y a la vez esto se vea reflejado un aumento monetario dentro de la región.

Por otro lado, la palabra sostenible es un pilar en el concepto de ecoturismo porque lo que se busca es poder disminuir al máximo alguna destrucción del medio ambiente y mediante estrategias innovadoras las personas puedan brindar servicios del casco urbano de forma trascendental, un ejemplo claro sería la implementación de energía hidráulica mediante una rueda Pelton en una región con bastante agua, pero apartado un casco urbano.

Figura 2.

Definición de ecoturismo

AUTOR	DEFINICIÓN
Luis Cassola	El ecoturismo y sustentabilidad son conceptos que como valor principal es el de mantener y mejorar la calidad y atracción del medio ambiente. [11]
Conservation International	Define al ecoturismo como un viaje responsable que promueve conservación de la naturaleza y sostiene el bienestar de la comunidad local. [12]
The International Ecotourism Society – TIES	El ecoturismo ahora se define como viajes responsables a áreas naturales que conservan el medio ambiente, sostienen el bienestar de la población local e involucran interpretación y educación. [13]
Nicolae (2015) Baptista (2017)	“El término ecoturismo hace referencia a un segmento dentro del sector turístico enfocado a ofrecer servicios o productos a visitantes en el medio ambiente en el que se desarrollan actividades de esparcimiento tales como la contemplación, el deporte y la cultura, contribuyendo al cumplimiento de sus objetivos de conservación y a la generación de oportunidades sociales y económicas a las poblaciones locales y regionales”. [14]

Nota. En la tabla anterior se buscó buscar el concepto que tienen algunos autores sobre el concepto de ecoturismo.

2.1.3. Medio Ambiente e impacto ambiental

De acuerdo con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente en Estocolmo (1972) lo define como: “Medio ambiente es el conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas”.

Para las Naciones Unidas es primordial garantizar que la preservación del medio ambiente forme parte de las estrategias para la prevención de conflictos y para el mantenimiento de la paz y su consolidación, porque no puede haber paz duradera si los recursos naturales que sostienen los medios de subsistencia y los ecosistemas son destruidos.

Según lo anterior se da una interacción de los seres vivos con el entorno que los rodea ya sea el clima, los recursos naturales, los factores físicos, químicos, biológicos y demás, lo cual al no se le dársele el valor y el uso adecuado a dichos factores y recursos las consecuencias pueden llegar a afectar la supervivencia humana, los distintos ecosistemas y la actividad económica en un futuro a gran escala.

Figura 3.

Definición de medio ambiente

AUTOR	DEFINICIÓN
Domingo Gómez Orea (2003)	“El impacto ambiental se origina en una acción humana y se manifiesta según tres facetas sucesivas: la modificación de alguno de los factores ambientales o del conjunto del sistema ambiental, la modificación del valor del factor alterado o del conjunto del sistema ambiental, y la interpretación o significado ambiental de dichas modificaciones y en último término para la salud y bienestar humano.” [15]

Figura 3. Continuación

AUTOR	DEFINICIÓN
Alfonso Garmendia, Adela Salvador Alcaide, Cristina Crespo Sánchez, Luis Garmendia Salvador (2005)	“Un impacto ambiental es la alteración de la calidad del medio ambiente producida por una actividad humana”. [16]

Nota. Definición del concepto de Impactos Ambientales según varios autores, relacionados con la investigación.

2.1.4. Glamping

Es la mejor experiencia al aire libre, donde el lujo se encuentra con la felicidad natural, y el campamento evoluciona hacia una versión más cómoda y glamorosa. Esto significa que, en lugar de pasar la noche en el suelo en un saco de dormir, puedes elegir un alojamiento único como cupulas, casas en los árboles o tiendas de campaña de lujo.

Figura 4.

Definición de glamping

AUTOR	DEFINICIÓN
Daniel Cáceres 2021	“El Glamping es una nueva forma de hacer acampada. Como si nombre indica, fusiona la conexión con la naturaleza del camping tradicional con el glamur de una habitación de hotel de lujo.” [17]
Jorge De La Torre 2020	“Glamping o glamur camping es un creciente fenómeno global que combina la experiencia de acampar al aire libre con el lujo y las condiciones propias de los mejores hoteles.” [18]

Nota. Definición del concepto de glamping según varios autores, relacionados con la investigación.

2.1.5. Plan de Negocio

De acuerdo con los aportes más importantes de los autores de la Tabla 5, se define plan de negocio como el conjunto de pasos planeados hechos en un documento, en el cual se estudia y se determina la factibilidad del desarrollo de un proyecto con el fin de alcanzar los objetivos y

metas propuestas. Este contiene el propósito del negocio, el análisis financiero, la propuesta de valor y otras variables.

Figura 5.

Definición de Plan de negocio

AUTOR	DEFINICIÓN
Weinberger (2009)	“El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos qué se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos.” [19]
Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, J. William Petty y Leslie E. Palich. (2012)	“Documento en el que se expone la idea básica para la iniciativa de negocios y que incluye descripciones de dónde se encuentra usted ahora, hacia dónde desea ir y cómo pretende llegar allí” [20]

Nota. Definición del concepto de Plan de Negocio de acuerdo con varios autores, correspondientes a la investigación.

2.1.6. Estudio de Mercado

Según los aportes principales de los autores mencionados en la Tabla 6, el estudio de mercado se define como la investigación y almacenamiento de datos, para tomar decisiones estratégicas de mercadeo en una organización, generando objetividad en el producto o servicio.

Figura 6.

Definición estudio de mercado

AUTOR	DEFINICIÓN
Kotler, Bloom y Hayes (2004):	“Según los autores Kotler, Bloom y Hayes, “un estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización”. [21]
Ruperlo Layme Uchochoque (2019)	“Se define como el desarrollo y almacenamiento de datos aplicables al procedimiento de tomar decisiones en la gestión de mercadeo, ya sea de un producto o servicio. Además, se tiene en cuenta una perspectiva sistemática frente a programas de investigación de forma coordinada y preparada, así como la objetividad de ser justos en la definición de sus obligaciones “. [22]

Nota. Definición del concepto de Estudio de mercado de acuerdo con varios autores, correspondientes a la investigación.

2.1.7. Estudio Financiero

Según los aportes principales de los autores mencionados en la Tabla 7, el estudio financiero se define como el ordenamiento y análisis de la parte económica para la creación o generación de un proyecto, teniendo en cuenta los cálculos, indicadores y datos proporcionados, con la finalidad de evaluar y determinar la rentabilidad de dicho proyecto.

Figura 7.

Definición de estudio financiero

AUTOR	DEFINICIÓN
Sapag, Nassir y Reinaldo (2003)	«Según Sapag, Nassir y Reinaldo (2003), ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elabora los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudia los antecedentes para determinar su rentabilidad. [23]
Marcial Córdoba Padilla (2014)	“Estudia y diagnostica el estado actual de la compañía, mediante los datos del ámbito financiero con el que esta coopera. Esto se realiza con la finalidad de examinar el desempeño de la empresa y establecer su oportunidad de desarrollo y mejoramiento continuo de sus productos o servicios, metodologías y el modo de administración” [24].

Nota. Definición del concepto de Estudio Financiero de acuerdo con varios autores, correspondientes a la investigación.

2.2. Marco Teórico

Cuando pensamos en turismo de naturaleza, podemos pensar en exposición al medio ambiente, vegetación, animales, descanso, aire limpio, cielo estrellado, relajación. Pero, ¿alguna vez has pensado en la comodidad?

Por la diversidad y condiciones de clima, geografía, flora, fauna y multiculturalidad, América Latina es un lugar propicio para el turismo de naturaleza y ocio. Al mismo tiempo, existe la imagen de que hacer turismo de naturaleza implica necesariamente una “falta de comodidades” por las limitaciones del destino.

Es decir, el turismo de naturaleza está destinado a satisfacer la mente, pero castigar el cuerpo, lo cual no es exagerado, dadas las limitaciones técnicas ya comunes de comodidad y precios accesibles, mucho más cerca que cuando comenzó a intensificarse la tendencia, por la cual la

Las presiones de la demanda sobre estas tecnologías crearon competencia, a través del aumento del consumo, la reducción de costos y precios.

Cabe destacar que hoy el turismo de naturaleza, considerado como el gran paraguas de otras formas específicas y originales de turismo, ocupa una posición privilegiada en el mercado, gracias a dos características envidiables: su pandemia Oportunidad presenta valor agregado al producto a través de los conceptos de recuperación emocional, mental e incluso física. Así que bienvenidos a la alternativa que combina a la perfección comodidad, variedad y salud: el glamping. Glamping también se conoce como "camping de lujo" o "camping de compras".

Comencemos por definir su concepto. La palabra proviene de 2 anglicismos:

Glamour: “fascinante sexy”

Camping: “camping” - o “Actividades que incluyen acampar”

Alcance del glamping

Este ha sido una tendencia de fusión que incluye salidas a la naturaleza con encanto y comodidad. Un agregado de encanto y distinción al simple hecho de salir de campamento. La diferencia principal entre ir a un camping e ir de glamping es que los destinos/productos ofrecen un alto grado no sólo de comodidad sino incluso de confort en entornos sencillos y naturales, pero de gran impacto. Su concepción en realidad no es para nada nueva ya que desde principios del siglo pasado los emocionantes relatos de aventureros y exploradores alrededor del mundo sedujeron a grupos específicos (realeza y jet set, principalmente) para quienes el gasto de ingentes cantidades de dinero no era ningún problema y más bien servía para ratificar su estatus social y grado de avance cultural por la cantidad de preparativos que debían ser hechos no sólo para vencer las dificultades físicas sino también para poder estar a la altura de las expectativas de esos usuarios acostumbrados al extra lujo palaciego.

Características del glamping Más allá de que el glamping nació como un modelo básicamente de alojamiento que sorprendía al turista generando experiencias sensoriales fuera de lo que un habitante de la ciudad está acostumbrado, en la actualidad se ha ampliado a la totalidad del paquete producto. Es decir, el alojamiento cómodo (incluso tendiendo a extra lujoso) se adorna con amplitud y sobriedad para el tipo de transporte, la calidad de la gastronomía (sólida y

líquida) y la erudición de los guías que pueden ser incluso científicos especializados con grados doctorales. Un mundo, en definitiva, cuyo único límite es la imaginación en relación directa a un precio para complementar una oferta súper atractiva de bellas vistas, contacto con la naturaleza, tranquilidad, aventura, emoción, paz, energía, pero sin sus molestias reales o supuestas como incomodidad, mosquitos, mala comida, frío, calor excesivo, incomunicación, etc.

Así las cosas, el consumidor puede escoger una gran variedad de componentes siempre ligados a una categorización ligo a la comida como tener: buenas camas, comidas deliciosas, vinos y espirituosos de marca, manteles, edredones, limpieza, calefacción, baños occidentalizados y confortables, comunicación satelital de telefonía e internet y, en definitiva, todos los servicios ofrecidos por un hotel urbano, de acuerdo a su número de estrellas pero que jamás le podrá brindar el contrapeso de la experiencia: la reducción del estrés del tipo y forma que le brinda el glamping y el apreciar la naturaleza y conectar con ella.

La tendencia ahora es brindar la comodidad y facilidad de encontrarlos en forma de paquete ecoturístico incluido en la oferta regular de los grandes circuitos globales turísticos, ahorrándole así al turista consumidor mucho tiempo, gastos y especificidades conocidas.

2.2.1. Retos del glamping

Saturación: La sobreexplotación de ciertos destinos por parte del turismo, especialmente masivo, impone la necesidad de regular la carga turística sobre los mismos a la vez que abrir otros nuevos, siempre cuidando de no matar a la gallina de los huevos de oro: el destino mismo.

Marketing: La industria hotelera tradicional está en constante evolución, con precios increíbles y un mensaje de calidad que no sorprende a nadie. Posicionar el glamping como una alternativa requiere una genuina identificación y comprensión del mercado objetivo para crear que el precio iguala (si no supera) sus ventajas.

Imagen: Las convenciones están en abierta competencia con el universo del yo. En este sentido, el destino/producto/paquete debe esforzarse por conectar estos deseos, sentimientos y

expectativas con elecciones sobre lo que se puede hacer, disfrutar y experimentar sin sacrificios ni complicaciones del pasado.[25]

Figura 8.

Tipos de Glamping

Tipos de Glamping	Definición
Casas del árbol	¿un sueño hecho realidad? Son como las que todos los niños quieren tener o construir; hechas de madera sobre las ramas de un árbol y para llegar a ellas tienes que subir por escaleras.
Eco-lodge	Cabaña hecha normalmente de madera, adaptada a todo tipo de áreas, incluso los más expuestos como: montañas, las selvas o la sabana.
Yurtas	Construida de celosía de madera tapada con tela delgada pero resistente. Se forma una carpa, pero circular que te protege de la lluvia y los vientos.
Tiendas safari	Tiene la estructura de una casa solo que, con los techos en forma de pico, hechas de lona ligera pero resistente. Por dentro tienen un amplio espacio para equiparlas bien.
Tipis	similares a las viviendas de los indios americanos; se hace con troncos de madera dándole la forma de un triángulo, cubierto con tela, dejando un agujero en el techo para liberar el humo.
Iglú	Conocido como “casa de nieve”, refugio diseñado con bloques de nieve que tradicionalmente tiene forma de cúpula. En glamping, estos “iglú” se adaptan a terrenos donde temperatura no permite la construcción con bloques de nieve.
Tiendas de lona	Es prácticamente lo mismo que hablar de una casa de campaña tradicional.

Figura 8. Continuación

Tipos de Glamping	Definición
Autocaravana	Las famosas casas rodantes. Vehículos (camionetas), que en la parte de atrás del conductor tienen acondicionado un espacio para ser utilizado como vivienda.

Nota. En la tabla anterior se puede observar los diferentes tipos de Glamping que se manejan en la actualidad. Tomado de: De La Luz, Y. (2016, 16 de agosto). ¿Qué es el Glamping? la nueva forma de hacer turismo de naturaleza - Entorno Turístico. Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-glamping-la-nueva-forma-de-hacer-turismo-de-naturaleza/> (Acceso 30, jul,2022)

2.2.2. Población y ubicación

En el municipio de Carmen de Carupa se encuentra a 2950 metros sobre el nivel del mar, perfecto para el cultivo de papa y alverja, además otra de las actividades económicas que se desarrolla en este municipio es la ganadería, este municipio se encuentra a tres horas de Bogotá saliendo del terminal de la esperanza por la vía que comunica al municipio de Ubaté del cual se debe tomar un transporte adicional que lo llevara a este municipio, el tiempo de trayecto es aproximadamente de 20 minutos. Su población es aproximadamente con 9500 habitantes de los cuales más del 60% viven en zonas rurales y el resto en su casco urbano, la mayoría de estas personas se dedican a cultivos y ganadería, sin embargo, para el crecimiento de este municipio al día de hoy una gran parte de la población se dedica a la minería de arena y gravilla.

2.2.3. Impacto del proyecto

Este proyecto busca crear en el municipio de Carmen de Carupa, nuevas fuentes de ingreso que ayudaran a su desarrollo económico y cultural, ya que podremos generar empleabilidad a sus ciudadanos, en este proyecto se busca que el campesino de este sector contribuya a este proyecto de las siguientes formas:

- Con el alquiler de su caballo para desarrollar cabalgatas y de esta forma este campesino tenga un ingreso extra

- Buscamos crear un convenio con el campesino de tal forma que ellos le suministren a los visitantes todo lo que tiene que ver con comida, de esta forma incentivamos la gastronomía de la región.

También tenemos la iniciativa de que los colaboradores de esta empresa sean carupanos y en especial jóvenes a los cuales se les enseñe el buen cuidado de la naturaleza y los beneficios que trae esta práctica.

Con respecto al impacto ambiental queremos mitigar todo tipo de contaminación y al mismo tiempo crear campañas de autosostenibilidad en el sector generando una cultura de cuidado de la tierra y los cultivos.

2.2.4. Inventario para crear ecoturismo

Este proyecto se desarrollara en la finca casca escondía la cual queda aproximadamente a 35 minutos del municipio de Carmen de Carupa por carretera destapada, se encuentra en la vereda sucre en el sector rastros y limita con Boyacá, que tiene como titular a Juan Carlos Medina Velasco, esta finca tiene una dimensión de 66 hectáreas y está compuesta por tres quebradas las culés son los leones, las piedritas y los órganos esta última cuenta con una cascada de aproximadamente 60 metros de altura lo cual genera un valor agregado al lugar. Además, la finca limita con el rio Palenque, el cual divide al municipio de Cundinamarca con el de Boyacá.

2.3. Marco legal

Para el desarrollo de este proyecto inicialmente no se requieren todos los permisos de la ley, debido a que el proyecto se está realizando de la mano con la alcaldía de Carmen de Carupa, y este favorece al desarrollo económico y cultural del municipio, y por otro lado se va a construir en una propiedad privada.

2.3.1. Ley 300 de 1996

Esta es la primera ley que tendremos en cuenta en el trabajo, ya que con esta misma podremos tener en cuenta algunos temas relacionados con el turismo en el territorio colombiano, como

tal esta fue la primera ley que si instauro para el reglamento del turismo, algunos de los temas que vamos a trabajar con este reglamento serán lo siguiente:

- La descentralización de funciones (artículos 12, 13, 14 y 15).
- Plan nacional de desarrollo y del plan sectorial de turismo (artículos 16 y 17).
- Ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuarismo y turismo metropolitano (artículos 27, 28, 29 y 30).
- Mercadeo, la promoción del turismo y la cooperación turística internacional (artículos 37 y 38).
- Derechos y obligaciones de los usuarios (artículos 63, 64, 65, 66, 67 y 68).
- Control y las sanciones (artículos 69 y 70).
- Los prestadores de servicios turísticos en particular aspectos generales (artículos 76 y 77).
- Los establecimientos hoteleros o de hospedaje (artículos 78, 80, 81, 82 y 83).
- Sistema de tiempo compartido (artículos 95, 96, 97, 98 y 99)
- Disposiciones laborales transitorias (artículo 101)
- Pensiones e indemnizaciones (artículos 102, 103, 104, 105, 106, 107 y 108).[27]

2.3.2. Decreto 2074 de 2003

En este decreto se evidencia el reglamento que se debe tener con respecto al registro nacional de turismo (Articulo del 1 al 18). Este decreto es la continuidad y modificación del decreto 504 de 1997.[27]

2.3.3. Ley 1101 de 2006

Esta ley es la modificación de algunos artículos de la ley 300 de 1996 y a su vez se tienen en cuenta la mayoría de artículos del decreto 2074 de 2003, en general estos cambios van más regidos con la contribución parafiscales y los impuestos del turismo, los artículos 18 y 19 serán lo que tendremos en cuenta para este proyecto.[28]

2.3.4. Decreto 1036 de 2007

En este decreto se encuentra todos los lineamientos para la recaudación de parafiscales en la industria del turismo y también están denominadas todas las tarifas de las bases gravables (Artículo 1 al 12).[29]

2.3.5. Ley 1558 de 2012

La funcionalidad de esta ley consiste en realizar modificaciones a la ley 300 de 1996 y a la ley 1101 de 2006, además de esto se adicionan algunos artículos a la ley de turismo, en los cuales se habla mucho de los de las micro, pequeñas y medianas empresas lo cual nos favorece en este trabajo porque de inicio vamos a ser partícipe de este grupo de empresas, los artículos que se tendrán en cuenta en esta propuesta son los siguiente:

- Objeto, importancia y principios de la actividad turística (artículos 1,2 y 3).
- Definiciones (artículos 4 y 6).
- Organización del sector turístico (artículos del 7 al 12).
- Turismo social (artículos 13, 14 y 15).
- Contribución al turismo (artículo 16).
- Incentivos tributarios (artículo 18).
- Fondo nacional del turismo (artículos 21 y 23)

- Deposiciones varias (artículos 24, 25, 26, 30, 32, 33, 34 y 35).[30]

2.3.6. Decreto 2106 de 2019

En este decreto se realizan algunas modificaciones para simplificar o suprimir algunos trámites de los artículos de la ley 300, 1101 y 1558. Los artículos que se trabajarán para el proyecto serán el 142 en el cual se habla del registro nacional de turismo y sus reglamentos, también 143 y 144 que hablan de las infracciones y propiedad horizontal respectivamente y por último el artículo 145 que informa sobre quiénes son los prestadores de servicios turísticos y en el cual estamos relacionados como campamentos.[31]

2.3.7. Ley 2068 de 2020

La ley 2068 cobija a todas las leyes anterior mente mencionadas de tal forma que realiza algunas modificaciones y a su vez realiza adición de algunos artículos, los temas que más relevancia tienen son el ecoturismo, sostenibilidad, tecnología, digitalización, innovación, medio ambiente, inclusión, entre otros. Los artículos que se trabajarán para el desarrollo de este trabajo de grado, serán los mencionados a continuación:

- Objeto y principios de la actividad turística (artículos 1 y 2).
- Definiciones (artículo 3).
- Atractivos turísticos (artículos del 4 al 11).
- Prestadores de servicios turísticos y de la calidad turística (artículos del 12 al 25).
- Control y sanciones a los prestadores de servicios turísticos (artículos del 26 al 33).
- Contribución parafiscal para la promoción del turismo (artículos del 34 al 37).
- Plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos (artículos 38 y 39).

•Incentivos tributarios para el fomento de la actividad turística (artículos 40, 41, 42, 51, 52 y 53).[32]

3. PLAN DE NEGOCIO

El proyecto gira en torno al turismo, este es considerado uno de los principales sectores de la economía a nivel mundial, esta actividad tiene sus altibajos, ya que siempre existirán temporadas mejores que otras donde pueden afectar la economía del lugar, sin embargo, para los lugares que no son atractivos turísticos, implementar un espacio en el cual el turismo se vuelva uno de los factores económicos más importantes ayudará a aumentar la actividad económica, ya que la fuente de ingresos sería más alta. La economía aumentaría solamente si el proyecto que se propone tiene unas buenas bases y la calidad frente al cliente será la adecuada.

El turismo se encuentra directamente ligado al entorno para generar la producción de bienes y servicios deseados, es decir, el turismo depende de la calidad y el estado que tiene el ecosistema, sin embargo, esto ha generado impactos negativos para el medio ambiente, los cuales son causados de manera directa o indirecta, no se está haciendo uso adecuado de los recursos naturales, al abusar de los recursos naturales se pone en riesgo los ecosistemas provocando daños irreversibles.

Teniendo en cuenta que el turismo es una actividad importante a nivel mundial, se debe optar por la innovación o el valor agregado en dicha actividad, como se mencionó anteriormente, el turismo genera impactos negativos para los ecosistemas, de tal manera, es importante reestructurar el turismo en algo que se considere sostenible, en este caso, el ecoturismo es una de las mejores opciones, ya que por medio de este tipo de turismo se pueden regular y limitar los espacios naturales protegiendo así las atracciones que nos puede ofrecer por sí sola la naturaleza, actualmente, las personas se han tomado el tiempo de pensar si comprar algún artículo o realizar una actividad, ya que puede provocar daños al medio ambiente, el ecoturismo permite preservar el medio ambiente y generar una cultura para conservar los recursos naturales. La función principal del ecoturismo es proteger y cuidar los ecosistemas para de esta manera poder contemplar la naturaleza sin necesidad de manipularla o afectarla de alguna manera.

3.1. Estudio de mercado

Es importante realizar un estudio de mercado en el sector hotelero, específicamente en el turismo de naturaleza para la creación del Glamping, recolectando la mayor cantidad de información sobre las necesidades y preferencias del cliente objetivo, pues se analizará la competencia existente en el mercado, la oferta y demanda. A partir de los resultados obtenidos determinar qué tan conveniente es entrar al mercado hotelero de naturaleza. Además, es importante crear una estrategia de marketing, un proceso que se realiza para tomar ventajas sobre los competidores, primero se hará un análisis cuidadoso de las características de los competidores con la finalidad de elegir las estrategias de mercado y así aprovechar las características más importantes del Glamping, con el propósito de lograr las metas establecidas y alcanzar el mercado objetivo. Para empezar, es importante conocer cómo es la industria de turismo en Colombia. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (MinCIT) es un ministerio encargado de apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las diferentes regiones. La oficina de estudios económicos de MinCIT realiza un boletín mensual del turismo, presentando los indicadores, cifras de turismo receptivo, emisor, interno y regional; incluyendo, motivos de viaje y rutas aéreas, entre otros. Con ayuda de estos boletines y para lograr entender como ha crecido a lo largo del tiempo el turismo en Colombia se analizará un periodo de 5 años, es decir el turismo del año 2018 y se comparará con la actualidad, año 2022. En el año 2018, el número total de llegadas de viajeros extranjeros fue de 4.276.146 y creció un 7.6% con respecto el año anterior 2017, provenientes principalmente de Estados Unidos, Venezuela, Argentina, Brasil. El mes de mayor afluencia de viajeros fue marzo y diciembre. Las ciudades más visitadas fueron Bogotá D.C con un 44%, Cartagena con un 11% y Medellín con un 11%, entre otras, como se muestra a continuación.[33]

Las regiones que reciben mayor número de turistas en el mundo son Europa seguido de Asia y el Pacífico, y en tercer lugar países de América, dentro de los países de América, Colombia está entre los 5 países con mayor flujo migratorio. El boletín más reciente, septiembre de 2022, se presentan los principales indicadores de turismo en Colombia, indica que durante todo el año de 2022 entraron a Colombia 10.880.044 viajeros incluyendo extranjeros no residentes, colombianos residentes en el exterior, transfronterizos y cruceros internacionales, lo cual

representa un aumento de 125% respecto al año anterior 2021, cuando llegaron 4.826.381 viajeros del exterior. [33]

3.1.1. Canales de distribución

El canal externo es la mejor opción para un lugar que ofrece alojamiento, a pesar de que se pueden generar paquetes para una experiencia completa en la que se incluye el transporte hasta el glamping, por ahora, la prioridad que se tiene es mejorar día a día la calidad de nuestro servicio, es fundamental sentar unas buenas bases para poder generar otro tipo de servicios al cliente, sin embargo, existen diferentes medios de transporte que facilitan el acceso a nuestro servicio.

3.1.2. Características del canal de distribución

Se recomienda llegar en vehículo privado, el glamping está ubicado en la vereda sucre del municipio a 35 minutos del casco urbano, las instalaciones cuentan con parqueadero y para las personas que no cuenten con vehículo, hay transporte público que sale del municipio a la 1 de la tarde o también hay personas que cuentan con el servicio privado para transporte, sin embargo, es necesario mencionar que ese servicio no se relaciona con lo que nosotros manejamos como empresa.

3.2. Propuesta de valor

La Cascada Escondida es un proyecto que busca potenciar las actividades turísticas en el municipio Carmen de Carupa, el cual al día de hoy no es conocido por 9 de 10 personas encuestadas en Bogotá, este es un municipio conocido principalmente por ser uno de los mayores productores de papa dentro del departamento de Cundinamarca.

Nuestro proyecto no solo va en la búsqueda de prestar el servicio de alojamiento de lujo, sino que también busca generar una cultura ambiental la cual tenga como factor principal mejorar nuestros hábitos a la hora de interactuar con la naturaleza.

Sin embargo, este proyecto se quedaría corto si no se aprovechara la cultura y gastronomía de la vereda sucre. Con este emprendimiento buscamos realizar alianzas con la mayor cantidad

posible de campesinos de esta región, a los que apoyamos y capacitamos para la formalización de sus negocios. Nuestra metodología es poder conectar a los campesinos con los diferentes huéspedes y que haya un intercambio de culturas, como por ejemplo que doña María Elvinia Gómez que es nuestra chef pueda enseñarles a nuestros visitantes como realiza sus deliciosos platos como la torta de nopaces o balues, o que el señor Armando Camacho realice el alquiler de caballos y a su vez explique cómo se debe realizar el cuidado de los mismos, la metodología que realiza doña Cristina La torre para tener cultivos frutales de forma orgánica y jardines muy floreados, entre otras actividades que servirían como aprendizaje a nuestros diferentes huéspedes.

De esta forma ayudaremos a que las personas que viven en esta vereda puedan tener unos ingresos adicionales y a su vez generar un reconocimiento por el arduo trabajo que conlleva el trabajo en el campo.

Nuestro proyecto siempre a estado entrelazado con la parte ambiental ya que desde la construcción de los domos se tuvo el pensamiento de utilizar algunos materiales reutilizables.

De esta forma ayudaremos a que las personas que viven en esta vereda puedan tener unos ingresos adicionales y a su vez generar un reconocimiento por el arduo trabajo que conlleva el trabajo en el campo.

Nuestro proyecto siempre ha estado entrelazado con la parte ambiental ya que desde la construcción de los domos se tuvo el pensamiento de utilizar algunos materiales reutilizables.

Figura 9. Avances del generador

Avances del generador



Nota. Se observa los avances que se tienen del generador

Figura 10.

Avances del proyecto



Nota. En la figura anterior se puede observar el proceso de construcción de un glamping

3.2.1. Retos del glamping

Saturación: La sobreexplotación de ciertos destinos por parte del turismo, especialmente masivo, impone la necesidad de regular la carga turística sobre los mismos a la vez que abrir otros nuevos, siempre cuidando de no matar a la gallina de los huevos de oro: el destino mismo.

Marketing: La industria hotelera tradicional está en constante evolución, con precios increíbles y un mensaje de calidad que no sorprende a nadie. Posicionar el glamping como una alternativa requiere una genuina identificación y comprensión del mercado objetivo para creer que el precio iguala (si no supera) sus ventajas.

Imagen: Las convenciones están en abierta competencia con el universo del yo. En este sentido, el destino/producto/paquete debe esforzarse por conectar estos deseos, sentimientos y expectativas con elecciones sobre lo que se puede hacer, disfrutar y experimentar sin sacrificios, ni complicaciones del pasado

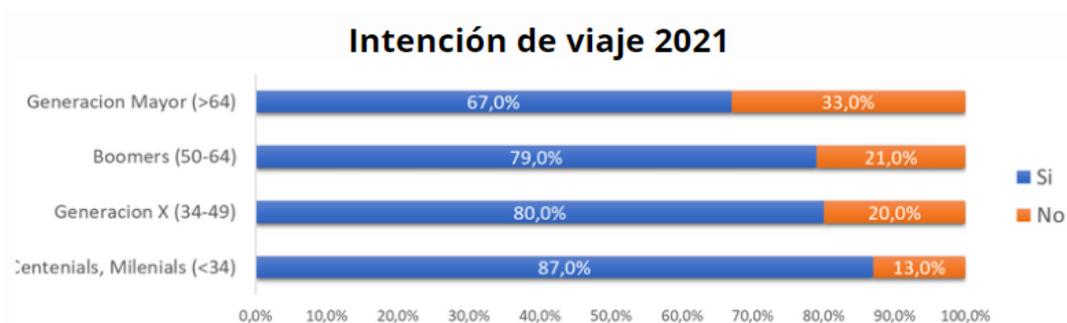
3.3. Segmentación del mercado

Nuestro proyecto se realizará en el municipio de Carmen de Carupa, en la vereda Sucre, este proyecto se realizará en la finca La cascadita. El recorrido desde Bogotá hasta nuestro proyecto tiene una duración aproximada de 3 horas y 15 minutos y para llegar hasta él es necesario tomar la ruta Bogotá a Ubaté.

En primera media nuestro proyecto abarcara clientes de estratos 3 y 4, que vivan en Bogotá o municipio de la sabana, la intención de viaje es del 80% en general según datos de la cámara de comercio, sin embargo, nuestro público está más relacionado con los cenntenials, millennials y generación X los cuales son un 60% de los encuestados, del dato anterior el 75% de estas personas estarían interesadas en alojarse dentro de nuestras instalaciones.

Figura 11.

Intención de viaje



Nota. En la figura anterior podremos observar según una encuesta que intención de viaje tienen las personas segmentado por edades. Tomado de: "Clúster de Turismo, Cámara de Comercio de Bogotá". Cámara de Comercio de Bogotá. <https://www.ccb.org.co/Clusteres/Cluster-de-Turismo/Noticias/2021/Marzo/El-80-de-los-colombianos-tiene-intencion-de-viajar-en-2021> (Acceso 29,oct,2022)

Por tal motivo la población objetiva de este emprendimiento sería 1.263.000 que sería las personas que estarían interesadas vivir la experiencia de hospedarse en uno de nuestros glamping, por tal motivo y debido a la capacidad que manejamos hasta el momento y la competencia que tenemos respecto a este tipo de experiencia, para el año 2023 esperamos abarcar un 0,1% del mercado que equivaldría a 1.269 personas.

3.4. Clientes potenciales

Como primera medida prestamos servicios de alojamiento a las personas con la idea de que estas puedan también aventurarse dentro de la naturaleza sin perder la comodidad de un buen hotel. Nuestros clientes son personas que viven en ciudades o municipios del país y también extranjeros los cuales buscan nuevas experiencias que salgan del entorno diario, son personas que buscan desconectarse de su rutina pues quieren salir de su zona de confort y especialmente quieren pasar tiempo de calidad en familia, con amigos, con su pareja o incluso con su mismo ser interior. Sin embargo, este no a sido el único factor a tener en cuenta ya que nosotros buscamos a la vez que los visitantes puedan crear conexiones con las personas nativas de esta región por tal motivo realizaremos alianzas gastronómicas, agrícolas y culturales, así mismo segmentamos nuestros clientes como personas que van en la búsqueda de nuevos retos y que buscan el aprendizaje constante.

Teniendo en cuenta las tendencias, para nosotros es de gran importancia brindar no solo una experiencia aventurera o de glamour, sino que se pueda generar en las personas una cercanía mayor con la naturaleza donde se pueda crear mayor conciencia sobre la importancia de los recursos naturales y el cuidado de la fauna, flora y a su vez los beneficios que esta nos brinda. Un punto a favor que tenemos es el hecho de estar ya en el mercado, puesto que hemos tenido la oportunidad de escuchar a varios clientes que ya nos han brindado sus opiniones y cómo fue su experiencia tanto en los domos geodésicos como en el momento de poder tener contacto con la naturaleza del lugar y los distintos recursos naturales que esta ofrece como paisajes, fuentes hídricas, animales, montañas y poder apreciar una increíble cascada de 80 mts aproximadamente

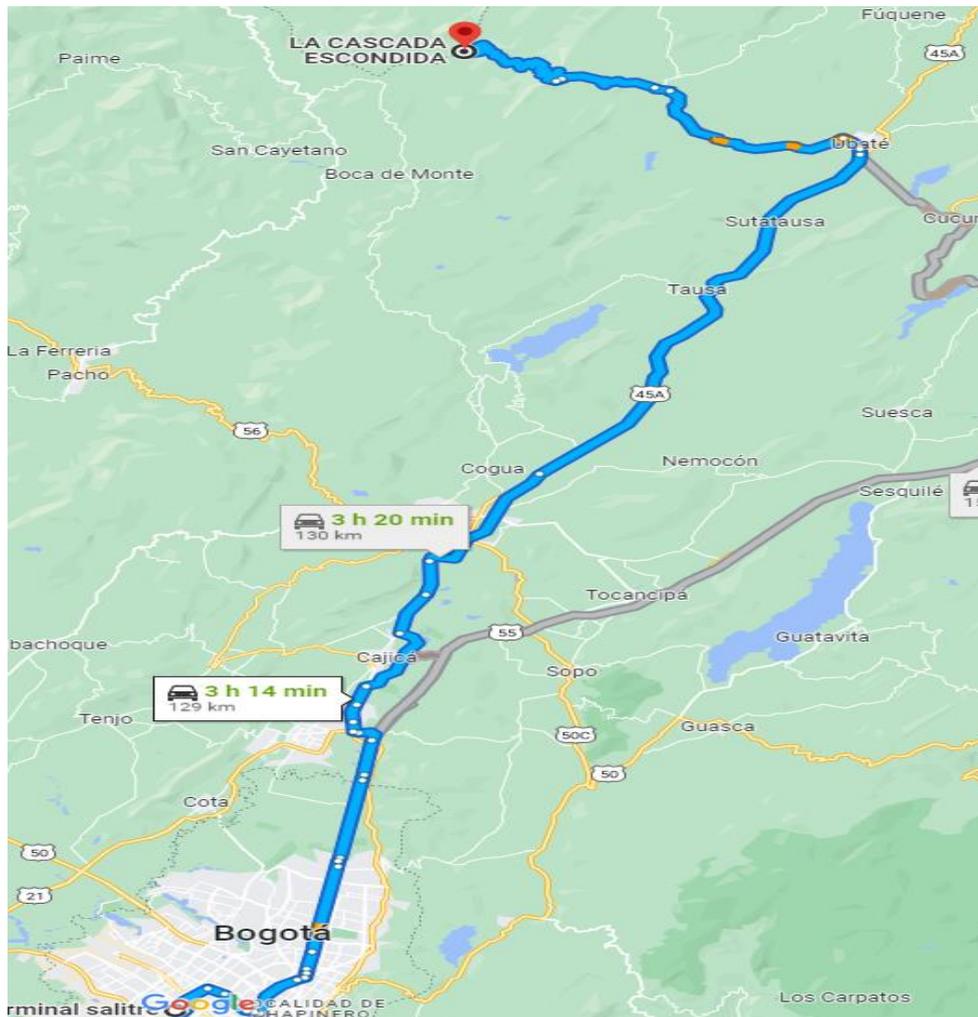
3.5. Aspectos territoriales

3.5.1. Población y ubicación

El proyecto se encuentra en la vereda Sucre del municipio de Carmen de Carupa, la altura del proyecto sobre el nivel del mar es de aproximadamente 1950, mientras que en el municipio es de 2950, perfecto para el cultivo de papa y alverja, además otra de las actividades económicas que se desarrolla en este municipio es la ganadería, el proyecto se encuentra a tres horas de Bogotá saliendo del terminal de la esperanza, por la autopista norte así la vía que comunica al municipio de Ubaté, del cual se debe desviar a la vía que comunica con el municipio de Carupa, el tiempo de trayecto es aproximadamente de 20 minutos, después se debe tomar la vía que comunica con el municipio de Coper – Boyacá, en una carretera destapada durante 45 minutos. La población de este municipio es aproximadamente con 9500 habitantes de los cuales más del 60% viven en zonas rurales y el resto en su casco urbano, la mayoría de estas personas se dedican a cultivos y ganadería, sin embargo, para el crecimiento de este municipio al día de hoy una gran parte de la población se dedica a la minería de arena y gravilla. [34]

Figura 12.

Mapa de trayecto

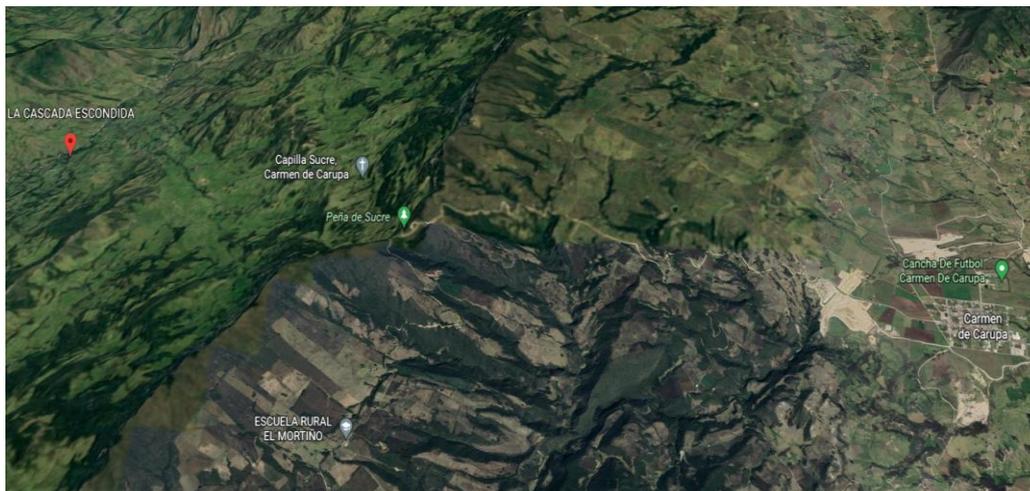


Nota. En la imagen anterior se puede evidenciar el trayecto que se realiza desde el terminal del salitre hasta la ubicación del proyecto Cascada escondida. Tomado de: Google (s.t) [Bevor Sie zu Google Maps weitergehen]. [En línea]. Disponible:

<https://www.google.com/maps/dir/Terminal+salitre,+Bogot%C3%A1/LA+CASCADA+ESCONDIDA,+VEREDA+SUCRE+SECTOR+RASTROJOS,+Carmen+de+Carupa,+Cundinamarca/@5.0170846,-74.1812934,10z/data=!3m1!4b1!4m1!4!4m1!3!1m5!1m1!1s0x8e3f9b4a73d1da7f0x7bab61ad99ebda9e!2m2!1d-74.1149732!2d4.6540346!1m5!1m1!1s0x8e40493ee6fa0285:0xce4a4052f873b45a!2m2!1d-73.9883813!2d5.3769367!3e0?hl=es>. (Acceso 27, feb,2023).

Figura 13.

Ubicación municipal



Nota. En la imagen se puede observar el casco urbano y rural de municipio, al mismo tiempo se observa la distancia entre Carmen de Carupa y el proyecto Cascada Escondida. Tomado de: Google (s.t) [Google Earth]. [En línea]. Disponible:

<https://earth.google.com/web/search/LA+CASCADA+ESCONDIDA,+Carmen+de+Carupa,+Cundinamarca/@5.36428211,-73.95250382,3003.99306818a,16025.37490587d,35y,0.10115854h,44.75393281t,0r/data=Cp8BGnUSbwo1MHg4ZTQwNDkzZWU2ZmEwMjg1OjB4Y2U0YTQwNTJmODczYjQ1YRkOpryx-4EVQCGX3qOjQX9SwCo0TEEGQ0FTQ0FEQSBFU0NPTkRJREESiENhcml1biBkZSBDYXJ1cGEsIEN1bmRpbmFtYXJjYRgCIAEijgokCUzXtSEb1xVAEbOzNLtdYhVAGenGoitKd1LAIREOGDbJhFLA> (Acceso 27,feb,2023).

Figura 14.

Ubicación geográfica de Cascada Escondida



Nota. En la imagen se observa la ubicación geográfica del proyecto, además se ve la limitación entre el departamento de Cundinamarca y Boyacá. Tomado de: Google (s.t) [Google Earth]. [En línea]. Disponible: <https://earth.google.com/web/search/LA+CASCADA+ESCONDIDA,+Carmen+de+Carupa,+Cundinamarca/@5.36428211,-73.95250382,3003.99306818a,16025.37490587d,35y,0.10115854h,44.75393281t,0r/data=Cp8BGnUSbwoIMHg4ZTQwNDkzZWU2ZmEwMjg1OjB4Y2U0YTQwNTJmODczYjQ1YRkOpryx-4EVQCGX3qOjQX9SwCo0TEEGQ0FTQ0FEQSBFU0NPTkrJREESiENhcm1lbiBkZSBDYXJlcGEsIEN1bmRpbmFtYXJjYRgCIAEiJgokCUzXtSEb1xVAEbOzNLtdYhVAGenGoitKd1LAIREOGDbJhFLA> (Acceso 27,feb,2023).

3.5.2. Impacto del proyecto

Este proyecto busca crear en el municipio de Carmen de Carupa, nuevas fuentes de ingreso que ayudaran a su desarrollo económico y cultural, ya que podremos generar empleabilidad a sus ciudadanos, en este proyecto se busca que el campesino de este sector contribuya a este proyecto de las siguientes formas:

- Con el alquiler de su caballo para desarrollar cabalgatas y de esta forma este campesino tenga un ingreso extra

- Buscamos crear un convenio con el campesino de tal forma que ellos le suministren a los visitantes todo lo que tiene que ver con comida, de esta forma incentivamos la gastronomía de la región.

También tenemos la iniciativa de que los colaboradores de esta empresa sean carupanos y en especial jóvenes a los cuales se les enseñe el buen cuidado de la naturaleza y los beneficios que trae esta práctica.

Con respecto al impacto ambiental queremos mitigar todo tipo de contaminación y al mismo tiempo crear campañas de autosostenibilidad en el sector generando una cultura de cuidado de la tierra y los cultivos.

3.5.3. Inventario para crear ecoturismo

Este proyecto se desarrollara en la finca casca escondía la cual queda aproximadamente a 45 minutos del municipio de Carmen de Carupa por carretera destapada, se encuentra en la vereda sucre en el sector rastrojos y limita con Boyacá, que tiene como titular a Juan Carlos Medina Velasco, esta finca tiene una dimensión de 55 hectáreas y está compuesta por tres quebradas las culés son los leones, las piedritas y los órganos esta última cuenta con una cascada de aproximadamente 80 metros de altura lo cual genera un valor agregado al lugar. Además, la finca limita con el río Palenque, el cual divide al municipio de Cundinamarca con el de Boyacá.

3.6. Estudio de marketing

Una vez identificados los potenciales clientes, factores como la propuesta de valor de la empresa, los competidores directos e indirectos, las regulaciones existentes y el entorno en general se podrá realizar la estrategia de marketing aprovechando los recursos y capacidades propias del Glamping y lo más importante adecuándose al entorno cambiante, con el fin de conseguir una ventaja competitiva frente a la competencia. Se pretende crear una ventaja competitiva de “diferenciación” a partir de la calidad del servicio ofrecido y el trato

personalizado que se le dará a cada huésped, por ejemplo, por estadía se obsequiara una botella de vino blanco/ tinto para compartir en pareja en una velada romántica frente a la fogata privada de cada habitación, además se le dará la posibilidad al huésped de hacer una decoración personalizada dentro de la habitación y si así lo desea la posibilidad de realizar propuestas de mejora del servicio. Sumado a eso, el ambiente de romanticismo será primordial, las habitaciones son modernas con todas las comodidades, un desayuno a la habitación, todo ello en un entorno de plena naturaleza. El mayor cliente que se tendrá será aquel que dentro de un turismo de naturaleza y deporte, no desea renunciar al confort y la modernidad durante su estancia. Es un servicio totalmente nuevo en la zona con opción de realizar actividades complementarias únicas en el entorno, ofrecidas, gestionadas por el Glamping. Por otro lado, las redes sociales son necesarias en todo negocio que se emprenda hoy en día, porque no es suficiente con tener un buen producto o servicio y a un precio competente, si los clientes potenciales no lo conocen, y las redes sociales son clave para darse a conocer.

3.6.1. Análisis de Competencia

Se realiza un estudio de la competencia entre Cascada Escondida y sus potenciales competencia dentro y fuera del área donde se va a ofrecer el servicio, estos son glampings que comparten características con el proyecto a realizar, los analizados son:

- Refugio del bosque Glamping (La Mesa) [35]

- Maloca Glamping (Guasca) [36]

- Glamping con Sentido (Subachoque) [37]

- Vermont Glamping Diamante (Guatavita) [38]

Los factores que van a determinar la calificación de los glampings estudiados, con su debida descripción:

- Precios competitivos: si la empresa ofrece precios competitivos en comparación con las demás empresas evaluadas en la matriz de competencia realizada, entre mejores precios para el comprador, mejor calificación tendrá en la matriz.

- Calidad del servicio: el servicio dependerá si la empresa cuenta con Wi Fi, televisión, baño con ducha, si cuenta con los protocolos descritos en el marco legal, parqueadero y limpieza de 5 etapas.

- Promoción en redes: si la empresa se encuentra manejando sus redes (Facebook, Instagram, entre otros) y obtiene buena atracción con el contenido subido en las redes.

- Canales de distribución: si la empresa está ofreciendo sus servicios en las diferentes plataformas disponibles (Airbnb, Booking, Tripadvisor, etc.).

- Medios de comunicación: si es posible contactar a la empresa por diversos medios (WhatsApp, correo electrónico, por medio de su página web, etc.).

- Posicionamiento de la marca: si la empresa tiene buenas calificaciones dentro de las plataformas disponibles, esto genera confianza en los futuros compradores).

- Cantidad de glamping: la cantidad de glamping a ofrecer.

- Página web: si tienen página web, y si esta cuenta con responsive design y está optimizada para recibir pagos y reservas por medio de la página web.

Dicho esto, se realiza la siguiente matriz

Tabla 1.

Matriz de competencia

Aspectos considerados en los diferentes glampings	Ponderacion	Glamping Montealegre S.A.S		Refugio del bosque glamping		Maloca Glamping		Glamping con sentido		Vermont Glamping Diamante	
		Calificacion	Total	Calificacion	Total	Calificacion	Total	Calificacion	Total	Calificacion	Total
Precios competitivos	17%	3	0,5	4	0,7	1	0,2	3	0,5	4	0,7
Calidad del servicio	20%	4	0,8	3	0,6	2	0,4	4	0,8	4	0,8
Promocion en redes	10%	2	0,2	4	0,4	2	0,2	3	0,3	3	0,3
Canales de distribucion	10%	3	0,3	4	0,4	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Medios de comunicaci3n	5%	1	0,1	3	0,2	2	0,1	3	0,2	3	0,2
Posicionamiento de la marca	14%	2	0,3	4	0,6	2	0,3	3	0,4	2	0,3
Cantidad de glampingas	15%	2	0,3	4	0,6	2	0,3	3	0,5	2	0,3
Pagina web	9%	4	0,4	4	0,4	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Total	100%		2,8		3,8		2,0		3,2		3,08

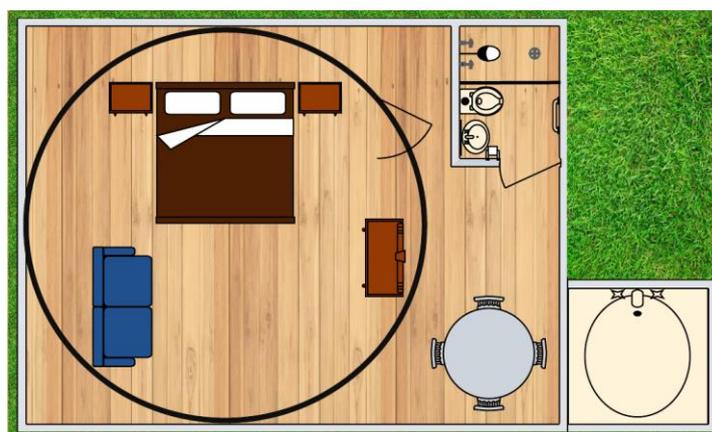
Nota. Tabla donde se estudian diferentes aspectos en comparaci3n de nuestra competencia a nivel departamental

3.7. Modalidad de alojamiento

Cascada escondida est1 compuesta por tres glamping tipo domo geodesico, el cual se compone de una base de madera de 8 metros de ancho y 6 metros de largo soportada sobre una estructura de hierro, con una c1pula que tiene 6 metros de di1metro que est1 compuesta por varilla de acero y una cubierta pl1stica en blanco y transparente, adicional cuneta con un ba1o privado que est1 hecho del mismo material de la c1pula y un jacuzzi de hidromasajes realizado con base en madera.

Figura 15.

Plano glamping

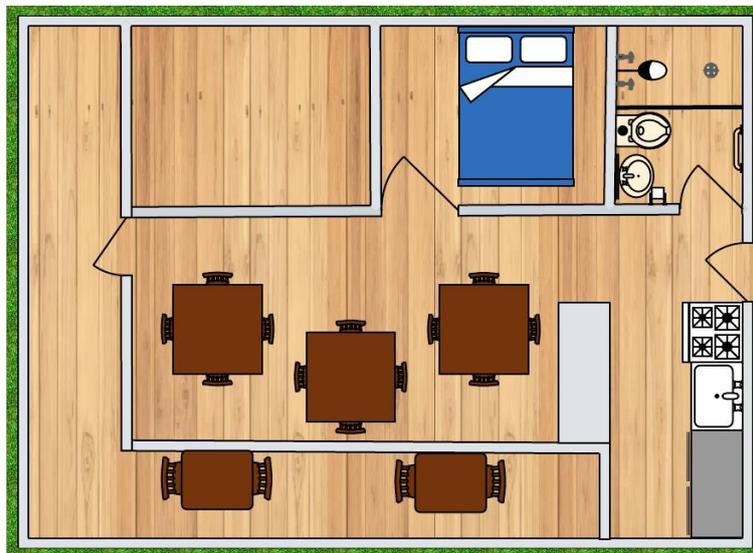


Nota. En la imagen se puede observar la estructura de los glamping desde una vista planta

Por otra parte, se tiene una cabaña en madera que prestará el servicio de alojamiento del administrador y a su vez el servicio de restaurante para los huéspedes, este cuenta con ventanales grandes para poder observar la cascada y con balcón.

Figura 16.

Plano del restaurante



Nota. En la imagen se puede observar la estructura del restaurante desde una vista planta

3.8. Estrategia de promoción

Para este proyecto es fundamental buscar las estrategias adecuadas para hacerse conocer por los usuarios, por tal motivo se busca desarrollar una página web en la cual se pueda exponer los atractivos que maneja esta finca, los propósitos que busca este proyecto, los productos y servicios que se manejan para los clientes, un blog para que las personas puedan comentar sus experiencias en el lugar y un sitio para realizar las reservas.

Además de esto se busca pautar en las diferentes redes sociales, para generar un mejor posicionamiento del servicio, nuestra estrategia empieza en Instagram, ya que esta red social ayuda a todas las empresas que necesita que su producto sea visual, además se busca realizar algunas conexiones con influencer que ayudara a aumentar las visitas en el perfil y al mismo tiempo una mayor venta del servicio.

Para aumentar nuestros usuarios es necesario también estar en plataformas de viaje como lo son Booking y Airbnb, la primera es el e-commerce de alojamiento más grande que hay a nivel mundial, la segunda se encarga de realizar arrendamiento tanto de glamping, habitaciones, apartamentos, cabañas, entre otros y los cuales pueden ir acompañado de servicios de alimentación, además esta aplicación permite que los propietarios pueden evaluar a los huéspedes y los huéspedes a los anfitriones.

La última estrategia de promoción que se implementara es una alianza con Escappy, el cual es un startup colombiano en el cual crear una conexión entre las necesidades del usuario y los diferentes alojamientos, esta empresa busca un match perfecto entre los deseos de los clientes y el alojamiento, este proyecto fue expuesto en Shark Tank Colombia donde tuvieron una alianza con Samy Bessudo gerente de Aviatur. [39]

3.9. Productos y servicios

Actualmente contamos con 3 glamping, de los cuales dos se alquilan y otro se genera comisión ya que es de un familiar, pero está dentro del terreno nuestro, este alquiler es por noche con capacidad para 4 personas por domo, tendrán su servicio de restaurante para el desayuno, almuerzo y la cena.

Contamos con servicios de transporte para llevar a las personas desde el sector donde se encuentra la casa principal hasta la finca, ya sea en bugui o en carro, así mismo también generamos servicio de cabalgata para aquellos que lo deseen.

El plan pasadía, se creó como opción para aquellas personas que no tengan planeado hospedarse, en esta opción podrán disfrutar de los diferentes servicios que ofrecemos, a su vez queremos que conozcan todos los atractivos ambientales que nos presenta la madre tierra. Además de esto lo que buscamos también es que estas personas no solo se queden con la experiencia de ese día, sino que más adelante o incluso ese mismo día si hay disponibilidad para hospedarse en los glamping estas puedan hacerlo.

Contamos con varias hectáreas lo cual nos genera zonas para que algunas personas puedan acampar y disfrutar de estas. En las caminatas guiadas dispondremos una persona para cada grupo dependiendo cuantas personas sean, en caso tal si son muchas personas, la idea es

hacerlo por horarios para que los trabajadores puedan tener disponibilidad para varios grupos durante el transcurso del día.

Figura 17.

Glamping Cascada Escondida



Nota. Se puede observar los tres glamping construidos y en el fondo la cascada que es uno de los atractivos naturales del proyecto

Para darnos a conocer al principio se generó voz a z vos con personas conocidas y amigos, pero la idea es generar alianzas estratégicas con influencias y personas del medio de las redes con quienes podríamos hacerles algunos planes con descuentos y beneficios para que vivan esta experiencia y a su vez nos den a conocer con sus seguidores, a su vez se desarrollaría una página web para que nos puedan hallar y contactar.

Figura 18. Servicios Cascada Escondida

Servicios Cascada Escondida

CASCADA ESCONDIDA			
GLAMPING		PLANES DE ALOJAMIENTO	
Baño privado 		ESCAPE A LA CASCADA (ESTANDAR)	Este plan incluye alquiler de un glamping para 2 personas, tiene acceso a las instalaciones dentro de la finca, a su vez incluye desayuno típico de la región, caminata a la cascada y tiene un valor de \$ 250.000. Persona adicional tiene un costo de \$ 57.000
Vista a las montañas			
Bañera hidromasaje 		A LA ANTIGÜITA	Es Ideal para una ocasión especial con tu pareja, a diferencia del plan estandar podras disfrutar de un glamping con decoración incluida, además de esto tendras una cena romantica y una cabalgata de 30 minutos por los linderos de la finca. Este plan tiene un valor de \$ 420.000
Vista a la cascada			
Cama King 		CONEXION PURA	Es ideal para conectarse con su ser interior gracias a los espacios de conexcion con la naturaleza donde se busca desarrollar actividades de yoga que conecten su cuerpo, la respiración y mente, este plan a diferencia del estandar tiene una alimentación completa saludable. Tiene un valor de \$ 186.000 por persona.
Sofa cama 			
Agua caliente 		VIVE AL LIMITE	Nuestro plan más aventurero lleva incluido las características del plan estandar, además incluye cabalgata de 1 hora, caminata a las moyas del río, caminata al pico del aguila, paseo en bugui por linderos de la finca, cena rustica y almuerzo a la parrilla. Este plan tiene un valor de \$ 240.000 por persona.
PASADIAS			
SENCILLO		En este plan se incluye acceso a las instalaciones del lugar, en donde podrá observar diferentes animales, paisajes, fuentes hidricas y vegetacion. Ademas esto incluye caminata guiada y almuerzo tipico de la región. Tiene un valor de \$ 45.000 por persona.	
AVENTURERO		Nuestro plan aventurero a diferencia del plan sencillo incluye una cabalgata por lo senderos de la finca, recorrido en buggie donde podra pasar por diferentes lugares y una caminata al alto el aguila. Tiene un valor de \$ 110.000 por persona.	

Nota. Servicios de alojamiento y pasadía que ofrece Cascada Escondida

3.10. Políticas de precios

Para poder realizar esta política de precios fue necesario tener en cuenta todos los servicios y beneficios que nuestro proyecto ofrece para los posibles clientes, además se tuvo en cuenta las competencia directa e indirecta de este servicio y las restricciones que tiene que nos enfrentamos al realizar este proyecto en una zona donde el turismo es casi nulo.

Uno de nuestros beneficios es que al día de hoy hablando con los entes territoriales del municipio y aprobó nuestro proyecto para ser parte del plan de desarrollo del municipio, ya que este generara empleo y crecimiento económico del mismo, además cuidara de todo su entorno ambiental.

En la siguiente tabla se podrá observar los precios que se manejan por la región y el precio de nosotros si se maneja una tarifa que solo incluye el desayuno y es un plan en pareja:

Tabla 2. Comparativo plan estándar para pareja

Comparativo plan estándar para pareja

Competencia				
Nombre	Ubicación	Para pareja con desayuno		
		1 noche	2 noches	Mas 2 noches
Chalet Campestre la Peseta	Ubaté	\$ 320.000	\$ 304.500	\$ 300.000
Villa Manantial de Sueños	Ubaté	\$ 425.000	\$ 397.500	\$ 314.000
Posada el Molino de San Luis	Ubaté	\$ -	\$ 285.000	\$ 228.000
Alojamiento Rural San Antonio	Ubaté	\$ 250.000	\$ 240.000	\$ 230.000
Cascada Escondida				
Nombre	Ubicación	Para pareja con desayuno		
		1 noche	2 noches	Mas 2 noches
Cascada Escondida	Carmen de Carupa	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 220.000

Nota. En la tabla anterior podemos observar los diferentes planes que brinda la competencia directa dentro de los municipios aledaños al proyecto en ocupación en pareja. Tomado de: "Booking.com: La mayor selección de hoteles, casas y alquileres vacacionales". Booking.com. <https://www.booking.com/index.es.html> (accedido el 27 de febrero de 2023).

Tabla 3.*Comparativo de precios plan estándar familiar*

Competencia				
Nombre	Ubicación	Para pareja con desayuno		
		1 noche	2 noches	Mas 2 noches
Chalet Campestre la Peseta	Ubaté	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000
Villa Manantial de Sueños	Ubaté	\$ 670.000	\$ 655.000	\$ 648.000
Posada el Molino de San Luis	Ubaté	\$ -	\$ 462.000	\$ 456.000
Alojamiento Rural San Antonio	Ubaté	\$ 590.000	\$ 580.000	\$ 570.000
Cascada Escondida				
Nombre	Ubicación	Para pareja con desayuno		
		1 noche	2 noches	Mas 2 noches
Cascada Escondida	Carmen de Carupa	\$ 364.000	\$ 364.000	\$ 340.000

Nota. En la tabla anterior podemos observar los diferentes planes que brinda la competencia directa dentro de los municipios aledaños al proyecto en ocupación familiar. Tomado de: "Booking.com: La mayor selección de hoteles, casas y alquileres vacacionales". Booking.com. <https://www.booking.com/index.es.html> (accedido el 27 de febrero de 2023).

Cascada escondida, ofrece precios son más económicos con respecto a la competencia ya que a comparación de los otros sitios, este se encuentra aproximadamente a 3:15 de la terminal del salitre además la carretera desde el Carmen de Carupa hasta los glamping es en terreno destapado lo que puedo hacer que sea una desventaja en comparación de los otros sitios.

Otro de los motivos que nos lleva a que los precios sean más económicos está relacionado con el servicio de desayuno ya que muchos de los productos que se utilizan en los platos son

cultivados en la misma finca o en aledañas, lo que representa una disminución en el costo de los alimentos.

Además, nuestro proyecto hasta ahora está comenzando y desde nuestra área de marketing decidimos disminuir nuestros precios en más del 25% buscando que las personas conozcan nuestro servicio y nos den sugerencias a mejorar lo que ayudará a que más adelante nos volvamos más competitivos y podamos entregar un servicio con una mayor calidad y conociendo mejor el mercado.

Los servicios que incluye nuestra competencia son los siguientes:

Figura 19.

Servicios competencia

Servicios	Chalet Campestre la Peseta	Villa Manantial de Sueños	Posada El Molino de San Luis	Alojamiento Rural San Antonio
Cocina	X			X
Baño privado	X	X	X	X
Agua caliente	X	X	X	X
Vista a la ciudad	X	X		
Vista a las montañas	X	X	X	
Vista al jardín			X	X
Vista al río		X	X	
Bañera con hidromasajes	X	X		
Wifi gratis	X	X		
TV pantalla plana	X	X		
Balcon		X	X	
Chimenea	X	X		
Nevera	X	X		X
Caetera		X		
Tiempo de trayecto (Terminal)	2:08	2:21	2:09	2:02

Nota. En la figura se puede ver el comparativo de los servicios que ofrece la competencia. Tomado de: "Booking.com: La mayor selección de hoteles, casas y alquileres vacacionales". Booking.com. <https://www.booking.com/index.es.html> (accedido el 27 de febrero de 2023)

- Cabalgata: los precios de esta actividad empiezan desde los 20.000 media hora, 30.000 una hora, 45.000 dos horas y 80.000 todo el día. Si las personas necesitan alguien que les maneje el caballo tendrá un costo adicional de 15.000 por hora.

Figura 20.

Servicio de cabalgata



Nota. Se observa un turista tomando el servicio de cabalgata dentro de nuestras instalaciones

•Buggy: la actividad de buggy tiene un valor desde los 40.000 pesos la hora, 70.000 las dos horas y 150.000 el día completo. En esta actividad es necesario que las personas tengan pase vehicular.

Figura 21.

Servicio de buggy



Nota. Foto del buggy que se tiene para brindar este servicio

•Caminata guiada: Este es un servicio que tendrá un valor 15.000 pesos por hora y esta persona los llevará por los diferentes linderos de la finca.

Figura 22.

Senderos para caminar



Nota. Se puede evidenciar los sitios para hacer senderismo como el alto de la cuchilla, el pico del águila, entre otros.

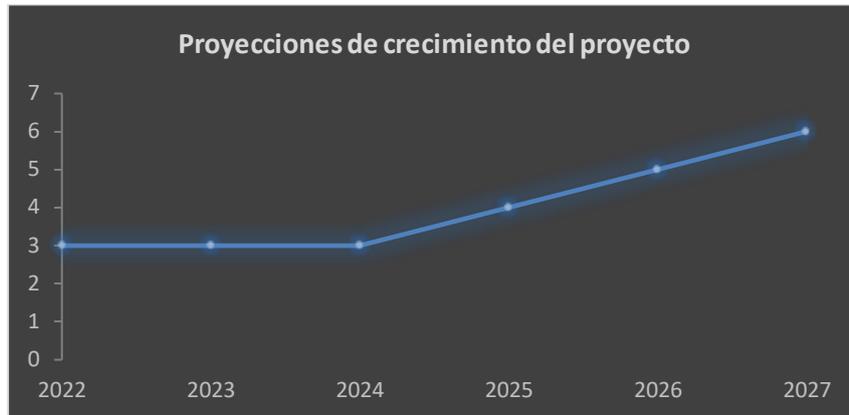
Adicional a eso nosotros manejaremos una tarifa única de servicio todo incluido en el cual tendrá incluido el desayuno, almuerzo, cena y snacks, llevará incluido media botella de vino, aguardiente, licor artesanal de la región o bebida a elección del cliente, también incluirá alguna de las actividades adicionales durante una hora y una atención personalizada; el valor de este producto será de 186.000 por persona por noche.

3.11. Tamaño del proyecto

Para este proyecto de emprendimiento esperamos tener un crecimiento durante los próximos 5 años de la siguiente manera, del año cero hasta el segundo año tendremos tres glamping, para el tercer año se realizará la inversión de un nuevo glamping, de ahí en adelante se invertirá de a una unidad cada año.

Figura 23.

Proyección de crecimiento del proyecto



Nota. Se evidencia el crecimiento de un glamping del año 2025 en adelante.

3.12. Estudio administrativo

3.12.1. Análisis estratégico

Para poder realizar un análisis de este proyecto se debió realizar una investigación profunda en la que se buscaba estudiar las necesidades de un potencial cliente, gracias a este estudio se pudo evidenciar las carencias que había en el mercado y de esta forma buscar cómo aumentar esta oferta, para poder crear un proyecto rentable y sostenible con el medio ambiente. Dentro del estudio se pudo caracterizar dos tipos de clientes por las características de las zonas, nuestro primer cliente son personas que buscan ir a un lugar donde puedan desconectarse del caos de la ciudad y buscan poder conectarse con ellos mismos, con la familia o con su pareja pero que a la vez se le brinde un servicio de calidad y con las comodidades de un hotel de lujo, por otro lado salió un tipo de cliente aventurero que busca explotar toda su adrenalina en un lugar donde le brinde seguridad y que esté rodeado de mucha fauna y flora.

3.12.2. Misión

Brindar a nuestros visitantes una estancia en medio de la naturaleza, con la comodidad de un hotel de lujo, generando experiencias únicas e inolvidables, creando conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y conectando la cultura, gastronomía de la región a los turistas.

3.12.3. Visión

Para 2028 Cascada Escondida quiere ser una empresa pionera en el potencial turístico en el municipio de Carmen de Carupa, a su vez poder crear una conciencia ambiental tanto a los visitantes como a los habitantes del sector y por último expandir la cultura y gastronomía de la región.

3.12.4. Valores corporativos

Ética: La ética dentro de una empresa es primordial, gracias a esta, se resuelve cualquier tipo de problemas moral que pueda ocurrir en cualquier actividad de la empresa, también, se busca generar un sentido de pertenencia y que evitar un comportamiento que pueda perjudicar la reputación de la compañía.

Lealtad: En este caso se habla de la capacidad del trabajador para generar compromiso por la compañía, trabajando con dedicación y felicidad, con el propósito que la organización avance, promoviendo el desarrollo de sí mismo.

Responsabilidad: El trabajador juega un papel primordial para el desarrollo de las funciones dentro de una compañía, es importante, que por parte del trabajador exista responsabilidad para que cada una de las actividades se hagan en pro del crecimiento de la compañía.

Justicia: Es importante satisfacer las necesidades de los clientes y buscar el modo en que el cliente cuente con producto de calidad a precios considerables.

3.12.5. Enfoque a la cultura organizacional

La sostenibilidad es un término que se ha empezado a conocer a finales de los años 80's en el siglo XX, el cual es un enfoque en la búsqueda de evitar que las acciones humanas destruyan los entornos y los recursos que estos poseen. Este concepto surge como solución al abuso del entorno generado por las actividades humanas, sin embargo, su aplicación se puede ejercer en cualquier sector o actividad. Lo cual hace referencia a ciertos aspectos que están sujetos a su

conservación y/o reproducción, según sus propias características, sin la necesidad de ser intervenidas o de apoyo de un ente externo (OMT, 2008)

La sostenibilidad se puede evaluar en tres diferentes aspectos, para OXFAM Intermón (2018) estos son:

Sostenibilidad ambiental, hace referencia a la relación que se establece con el medio ambiente evitando que se pueda llegar a producir algún daño y posteriormente la destrucción de este, para así lograr que sea una relación de aprovechamiento responsable, en la cual la actividad humana no genere un impacto suficientemente grande como para llegar a degradar los recursos naturales.

Sostenibilidad Social, es aquella que se encarga de la protección de las comunidades y sus aspectos culturales, de las actividades generadas por otras comunidades humanas.

Sostenibilidad Económica, es la encargada de que las actividades generadas sosteniblemente en los ámbitos ambiental y social generen una rentabilidad que permitan su permanencia a través del tiempo.

Teniendo en cuenta las definiciones de turismo y de sostenibilidad es posible definir como turismo sostenible al “turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT, 2012). A partir de lo anterior la” OMT (2012), plantea tres requerimientos para generar turismo sostenible:

A. Hacer un uso óptimo de los recursos del medio ambiente, debido a que estos son un elemento esencial para el desarrollo del turismo, mediante la conservación de los recursos naturales y diversidad biológica en compañía del mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales para su funcionamiento.

B. Respetar y conservar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, los activos culturales y arquitectónicos y los valores tradicionales, con el fin de contribuir a la tolerancia y el entendimiento intercultural.

C. Asegurar la viabilidad a largo plazo de las actividades económicas, las cuales deberán reportar a todos los agentes que intervengan en el proceso, beneficios socioeconómicos con una distribución adecuada, que permitan la oportunidad de estabilidad en el empleo, la posibilidad de obtener ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas y de esta manera contribuir a la disminución de la pobreza

3.12.6. Estructura organizacional

Par poder mostrar la estructura organizacional fue necesario desarrollar un organigrama donde se encuentran evidenciados las áreas que maneja cada persona dentro de este proyecto, a continuación, se podrá observar en la siguiente Imagen:

Figura 24.

Organigrama de Cascada Escondida



Nota. Se observa cómo está organizada las áreas

Como se puede observar en el organigrama la estructura de esta empresa está compuesta por un grupo no mayor a 10 personas, esto ocurre porque dos de sus colaboradores son multifuncionales y realizan varias tareas dentro de la organización al ser un proyecto emprendedor.

Las tareas que realiza el gerente general van más dirigidas a la toma de decisiones, ya que él es el inversor del proyecto, en segundo nivel encontramos al colaborador Alejandro Medina el

cual es el encargado de toda la publicidad de la empresa, a su vez también es el encargado de toda la parte contable de la empresa, maneja estados de cuenta, pagos de nómina, entre otras tareas, por otro lado está Daniel doria el cual es el encargado de toda la parte de Talento Humano por tal motivo tiene asignado el reclutamiento de los colaboradores y a su vez vela por los intereses de los mismo, además se encarga de toda la parte de compra de insumos y cotizaciones.

Por último encontramos a el señor Jorge Gualtero, el cual tiene asignado las tareas de velar por el cuidado de las instalaciones y del ecosistema además es la persona que debe relacionarse con los clientes y brindarles un servicio ante cualquier inconveniente que se presente, esta persona tendrá a cargo 3 personas más que como tal no están contratadas directamente con nosotros sino que prestan un servicio para el lugar esta personas aproximadamente tiene que venir dos días a la semana, él se maneja un acuerdo en el cual se le prestan los insumos que necesite para desarrollar sus tareas, con ellos se tiene un contrato obra labor.

3.13. Planteamiento y descripción de riesgos

3.13.1. Económico

- La inflación que está atravesando el país genera que los alimentos e insumos suban considerablemente cada semana generando una menor rentabilidad dentro del negocio

Mitigación: Realizar negociaciones directas con los cultivadores para encontrar los precios más altos y de esta forma establecer precios estándar.

- Al ser un proyecto emprendedor se realizan muchas pruebas y error lo que genera un incremento de costos

Mitigación: Antes de tomar decisiones para algunos cambios que se quieran generar o implementar, tener en cuenta la parte financiera.

3.13.2. Ambiental

- Los turistas pueden ser personas que acostumbren a botar sus desperdicios en cualquier parte, lo que generara contaminación en la finca

Mitigación: Colocar canecas a lo largo de la finca y enseñar una cultura ambiental sobre el cuidado y reutilización de los desechos

- El agua de consumo puede llegar contaminada por las fincas que quedan por la parte superior del proyecto y que estén cerca de las fuentes hídricas.

Mitigación: Compra de purificadores de agua y limpieza constante de los tanques

- Las aguas residuales domesticas pueden contaminar los ríos y quebradas que alimentan a campesinos de la zona

Mitigación: Utilizar las aguas residuales para riego de las plantas.

- Los desechos fecales pueden ocasionar malos olores y contaminación dentro de la finca

Mitigación: Creación de un pozo séptico para realizar tratamientos de descomposición.

- La temporada invernal puede ocasionar que dentro de los domos el ambiente climático sea frío, lo que puede ocasionar enfermedades y algunas incomodidades al cliente

Mitigación: Comprar calentadores eléctricos que ayuden a climatizar las habitaciones para los huéspedes

3.13.3. Social

- Resistencia al cambio por parte de los habitantes de la región

Mitigación: Realizar reuniones con los campesinos de esta zona para concientizarlos de los beneficios que trae este proyecto

- El flujo constante de los diferentes clientes puede generar molestia e inconformidad a los habitantes de este sector.

Mitigación: Crear alianzas con los campesinos en donde ellos puedan ofrecer sus conocimientos, cultura y gastronomía, buscando aumentar los ingresos de los mismos.

3.13.4. Biológicos

- Las picaduras o mordeduras de algún animal como abejas, avispas, serpientes, mosquitos y arañas en zonas boscosas o montañosas donde se puede alterar la salud y bienestar de las personas.

Mitigación: Crear senderos o tipos de puentes colgante en zonas donde hay flujos de fuentes hídricas o de quebradas. En las zonas montañosas o de difícil acceso colocar letreros o cercas de restricción para que las personas no puedan acceder sin la ayuda o autorización de algún guía. En casos más peligrosos tener botiquines en las distintas zonas y tener disponible algún tipo de transporte eficaz y rápido en caso tal para llevarlas a un lugar seguro o incluso al centro de salud del Carmen de Carupa

3.13.5. Logísticos

- Las fuertes lluvias pueden generar deslizamientos y derrumbes en la carretera que comunica con la zona urbanizada del pueblo lo que ocasiona un desabastecimiento de los recursos

Mitigación: Realizar inventarios altos en las temporadas de lluvia de los insumos y alimentos no perecederos y realizar negociaciones con campesinos que estén ubicados cerca del proyecto

- La vía del municipio hasta el proyecto es destapada lo que ocasiona que algunos vehículos no tengan un fácil acceso hasta los domos

Mitigación: Crear alianzas con parqueaderos para poder guardar de forma segura los vehículos de los visitantes y a su vez garantizarles el traslado desde el pueblo hasta la cascada escondida.

3.13.6. Responsabilidad civil extracontractual

- Las actividades adicionales que brindan nuestros aliados estratégicos, no están exentas de accidentes que pueden poner en riesgo la salud de los clientes y de las personas del entorno.

Mitigación: Exigir reglamentación a los aliados, firma de formulario de exención de responsabilidad a los clientes y capacitaciones para los responsables legales.

3.13.7. Legal

- Incumplimiento de normas o regulaciones dentro del sitio

Mitigación: detectar y prevenir las amenazas realizando controles y auditorías internas con todo el personal de trabajo con el fin de identificar fallas internas o externas que se puedan mejorar y a su vez tener algún contacto que pueda asesorarnos.

3.13.8. Político

- Inestabilidad en la política de gobierno

Mitigación: Generar una estrategia de relaciones con actores clave de gobierno con el fin de quedar a salvo de iniciativas que vayan en contra del sector ecoturístico.

4. EVALUACIÓN FINANCIERA

4.1. Inversión inicial

Para iniciar el proyecto en primera medida se realizó una inversión, la cual está compuesta por una inversión de capital propio de \$ 60.000.000 millones y un préstamo bancario de \$ 60.000.000 millones durante 5 años, con un interés del 11% efectivo anual, lo que difiere en una cuota mensual de \$ 1.289.000 millones.

Esta inversión se realizó para la compra de activos fijo, los cuales se pueden observar en la siguiente tabla con su debida depreciación a lo largo del tiempo.

Tabla 4.

Inversión inicial

ACTIVOS FIJOS	VALOR	VIDA	DEPRE
Plataformas	21.816.000	15	1.454.400
Estructura	16.848.000	10	1.684.800
Carpa	6.912.000	5	1.382.400
Muebles	7.344.000	8	918.000
Jacuzzi	13.176.000	15	878.400
Baños	3.240.000	15	216.000
Cabaña	28.000.000	35	800.000
Planta hidroeléctrica	12.800.000	25	512.000
Piscina	600.000	5	120.000
Otros	2.000.000	5	400.000
TOTAL	112.736.000		8.366.000

Nota. En la tabla anterior se puede observar todo lo que tiene que ver con la inversión inicial

4.2. Proyecciones de ocupación

En primera medida revisamos las veces que se hospedaron los clientes dentro de nuestros glamping y que días, en el año 2022, en el cual encontramos que fue de 46 noches en los tres

domos y los fines de semana durante 3 meses, lo que nos dio una ocupación de 18%, teniendo en cuenta que fue un año de prueba y error donde surgieron varios desafíos.

Después se tuvieron en cuenta las 52 semanas que tiene el año, adicional a esto se tuvo en cuenta los 23 festivos, la semana santa, las tres semanas de vacaciones estudiantiles a mitad de año, que en el caso de los universitarios es casi dos meses, la semana de receso de octubre y la temporada de diciembre la cual nos arrojó que cada glamping será utilizado 141 noches al año lo que corresponde a una capacidad anual del 39%.

4.3. Curva de costos

Para poder realizar la curva de costos fue necesario realizar el estudio de todos los costos que se van a manejar en este proyecto. En la siguiente tabla se podrán evidenciar los costos del proyecto con una proyección a 5 años, los puntos azules nos muestran los costos fijos mientras que los puntos verdes nos muestran los costos variables.

Figura 25.

Costos fijos y variables del proyecto



Nota. Se puede observar la variación de los costos fijos y variables durante los primeros 5 años del proyecto

Dentro de los costos variables encontramos todo lo que tiene que ver con materias primas e insumos, además también se tienen en cuenta el dinero que se le debe pagar por las actividades extras como gastronomía, servicios de cabalgata, buggy, ente otros, en el caso de este proyecto nuestros costos variables al iniciar este proyecto van a ser mayores que durante los siguientes 4 años, ya que este proyecto va a brindar un servicio. Este costo variable tendrá un crecimiento lineal de acuerdo a la inflación durante los primeros 3 años, luego tendrá un crecimiento exponencial, esto se debe al incremento de glamping.

Con respecto a los costos fijos es diferente, ya que estos tendrán un crecimiento lineal a diferencia de los variables que tiene un crecimiento exponencial, en primera medida están los costos nominales que son los salarios de Daniel Doria y Alejandro Medina los cuales se encargarán de todo lo que tiene que ver con publicidad, marketing, estudios de mejoras, infraestructura, reglamentos, alianzas, apalancamientos, negociaciones con proveedores entre otras tareas, por otro lado está el salario del administrador el cual estará encargado del cuidado de las instalaciones, la atención de los clientes, administrará el área de comidas y velará por el cuidado de la fauna y flora del sector, ya por ultimo estará el salarios del gerente e inversionista principal el cual estará encargado principalmente de la parte contable y siempre le dará la mano a los otros colaboradores. Por otra parte, están los costos administrativos en los cuales abarca todo el tema de arriendo, papelería, servicios públicos, fam trip, publicidad y sistema.

4.4. Estado de situación financiera

En nuestros estados financiero se observa que la liquidez empieza a formarse a partir de del año 2026, lo que demuestra que este proyectos es a largo plazo, hay también podemos visualizar el crecimiento del patrimonio, el cual es uno de los pocos índices que siempre va en aumento, adicionalmente se observa el pago total de la deuda a lo largo de los 5 años, un efectivo superior al de la inversión total inicial, el cual se repartirá entre los socios un porcentaje y el resto se reinvertirá para el crecimiento de la compañía.

Tabla 5.**Estado financiero**

	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
<i>Activos corrientes</i>						
Efectivo	15.474.516	17.789.184	27.386.984	7.414.579	45.020.245	138.841.177
Cuentas por cobrar	94.533	1.938.651	2.129.953	2.340.817	3.427.533	4.622.358
Inventario	25.613	838.827	918.036	1.005.025	1.469.566	1.978.137
<i>Total activos corrientes</i>	15.594.662	20.566.662	30.434.973	10.760.421	49.917.344	145.441.672
<i>Activos fijos</i>						
Plataformas	21.816.000	21.816.000	21.816.000	32.724.000	43.632.000	54.540.000
Estructura	16.848.000	16.848.000	16.848.000	25.272.000	33.696.000	42.120.000
Carpa	6.912.000	6.912.000	6.912.000	10.368.000	13.824.000	17.280.000
Muebles	7.344.000	7.344.000	7.344.000	11.016.000	14.688.000	18.360.000
Jacuzzi	13.176.000	13.176.000	13.176.000	19.764.000	26.352.000	32.940.000
Baños	3.240.000	3.240.000	3.240.000	4.860.000	6.480.000	8.100.000
Cabaña	28.000.000	28.000.000	28.000.000	28.000.000	28.000.000	28.000.000
Planta hidroeléctrica	12.800.000	12.800.000	12.800.000	12.800.000	12.800.000	12.800.000
Piscina	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Otros	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Depreciación acumulada	-	- 8.366.000	- 16.732.000	- 31.632.000	- 46.532.000	- 61.432.000
<i>Total activos fijos</i>	112.736.000	104.370.000	96.004.000	115.772.000	135.540.000	155.308.000
TOTAL ACTIVOS	128.330.662	124.936.662	126.438.973	126.532.421	185.457.344	300.749.672
<i>Pasivos corrientes</i>						
Obligaciones financieras	60.000.000	50.365.781	39.671.799	27.801.478	14.625.422	0
Proveedores	60.262	1.973.076	2.143.625	2.346.750	3.438.020	4.625.543
Impuestos por pagar	2.315.712	1.860.073	3.888.029	4.381.628	21.109.575	41.955.145
<i>Total pasivos corrientes</i>	62.375.974	54.198.930	45.703.453	34.529.857	39.173.017	46.580.687
TOTAL PASIVOS	62.375.974	54.198.930	45.703.453	34.529.857	39.173.017	46.580.687
<i>Patrimonio</i>						
Capital social	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Utilidad del ejercicio	5.954.688	4.783.044	9.997.788	11.267.044	54.281.763	107.884.657
Utilidades acumuladas	-	5.954.688	10.737.732	20.735.520	32.002.564	86.284.327
TOTAL PATRIMONIO	65.954.688	70.737.732	80.735.520	92.002.564	146.284.327	254.168.985
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	128.330.662	124.936.662	126.438.973	126.532.421	185.457.344	300.749.672
VERIFICACIÓN	-	-	-	-	-	-

Nota. Se evidencia los activos, pasivos y patrimonio durante los primeros 5 años

4.5. Estado de resultados

En el estado de resultados se puede evidenciar el crecimiento en ventas a lo largo de los años y el crecimiento exponencial que empieza a surgir a partir del 2026, esto ocurre gracias a la prospectiva de crecimiento que se tiene sobre el proyecto a su vez ese mismo año se puede evidenciar de una forma más diferencial el crecimiento de las utilidades.

Tabla 6.*Estado de resultado*

ESTADO DE RESULTADOS						
Ventas	11.344.000	232.638.175	255.594.324	280.898.003	411.303.987	554.682.927
Costo de ventas	3.073.600	100.659.262	110.164.369	120.603.025	176.347.936	237.376.480
UTILIDAD BRUTA	8.270.400	131.978.914	145.429.955	160.294.978	234.956.051	317.306.447
Gastos de administración	-	34.815.000	37.252.050	39.859.694	50.621.811	54.165.337
Gastos de nómina	-	76.320.000	81.151.056	86.287.918	91.749.943	97.557.714
Gastos de depreciación	-	8.366.000	8.366.000	14.900.000	14.900.000	14.900.000
UTILIDAD OPERACIONAL	8.270.400	12.477.914	18.660.849	19.247.367	77.684.297	150.683.395
Gastos financieros	-	5.834.797	4.775.033	3.598.694	2.292.959	843.593
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	8.270.400	6.643.117	13.885.816	15.648.672	75.391.338	149.839.802
Impuestos	2.315.712	1.860.073	3.888.029	4.381.628	21.109.575	41.955.145
UTILIDAD NETA	5.954.688	4.783.044	9.997.788	11.267.044	54.281.763	107.884.657

Nota. En esta tabla observamos los ingresos ocasionados por el proyecto, al mismo todos los costos y gastos que se genera y por ultimo las utilidades brutas.

4.6. Análisis financiero

El estudio financiero es una de las áreas más importantes dentro de cualquier proyecto emprendedor, ya que con la información que brinde este estudio se podrá saber que tan rentable puede llegar a ser el proyecto y de esta forma llegar a tener futuros inversionistas que ayuden tanto de forma financiera como fortaleciendo áreas que ayuden a un crecimiento más progresivo del proyecto.

Dentro de este estudio se tuvo en cuenta todos lo que tiene que ver con costos fijos, costos variables, gastos financieros e impuestos, además la totalidad de ingresos que va a tener cascada escondida durante los próximos 5 años, gracias a esta información pudimos desarrollar un estado de resultado. En paralelo a esto se realizó un flujo de efectivo y ya con estos dos datos pudimos construir un estado de situación financiera para poder realizar algunos análisis financieros.

Aparte de estos realizamos la evaluación financiera del proyecto, la cual está compuesta por el VPN (Valor presente neto), la TIR (Tasa interna de retorno) y el WACC (Costo promedio ponderado de capital), estos datos nos arrojaron resultados positivos que demuestran la viabilidad del proyecto a largo plazo.

Figura 26.

Análisis de la evolución financiera



Nota. En la imagen anteriormente mostrada se evidencian los datos mas relevantes de un estudio financiero

Adicional es este estudio se realizó un estudio es búsqueda de nuevos inversores para ampliar la capacidad de alojamiento, en el cual se busca una inversión de \$ 35.000.000, el cual tendrá un retorno aproximado de 3 años y 7 meses. En la siguiente imagen podrá observar los indicadores correspondiente a esta inversión.

Figura 27.

Inversión externa



Nota. Datos relevantes de un estudio financiero para el inversor externo

5. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los estudios, herramientas y procesos desarrollados y planteados, se concluye que es posible proponer una línea de negocio de ecoturismo con la creación de domos geodésicos autosustentables en el municipio de Carmen de Carupa.

Hemos podido realizar mejoras continuas para los clientes ya que varias personas nos han visitado y nos han dado nuevas ideas para implementar y así generar mayor valor a futuro.

A través de nuestra propuesta de valor creamos competitividad frente a otros modelos en el mercado ya que impulsamos y damos a conocer la cultura y gastronomía de la región.

Al ser un proyecto autosostenible generamos un impacto ambiental positivo ya que disponemos de recursos naturales que nos ayudan a generar electricidad dentro de los glamping a través de una turbina Pelton.

De acuerdo con los resultados obtenidos por el estudio financiero, se evidenció que este proyecto es viable ya que la tasa de retorno fija es mayor que el costo de capital y a su vez el valor presente neto es mayor a 0.

- [10] Acerenza, M. A. (s. f.). Conceptualización, Origen Y Evolución Del Turismo.
- [11] Casasola, L. (1994). Turismo y Ambiente. Trillas.
- [12] About Conservation International. (s. f.). Conservation International. <https://www.conservation.org/about>
- [13] What Is Ecotourism - The International Ecotourism Society. (s. f.). The International Ecotourism Society. <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>
- [14] Caviedes Rubio, D. I. y Olaya Amaya, A. (2018). ECOTURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS DE COLOMBIA: UNA REVISIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES CON ÉNFASIS EN LAS NORMAS DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL. Luna Azul, (46), 311–330. <https://doi.org/10.17151/luaz.2018.46.16>
- [15] D.Gomez (2003). “Evaluación de impacto ambiental.” Ediciones Mundi-prensa, vol.1, no.2, pp.169, 2006. [En línea]. Disponible en: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=f2yWYo2IWooC&oi=fnd&pg=PA15&dq=impacto+ambiental&ots=gAVOis8Mfzm&sig=X1FmJNFT29usidTZy0I0T0yAeMc>
- [16] A.Garmendia, A.Salvador, C.Crespo y L.Garmendia (2005). Evaluación del impacto ambiental. Person Education, S.A., pp.17, 2005. [En línea]. Disponible en: <https://sociologiaambientalvcm.files.wordpress.com/2014/07/evaluacion-de-impacto-ambiental-garmendia.pdf>
- [17] Caceres, D. (2021, 5 de junio). Todo lo que tienes que saber sobre el 'glamping': qué es, características, ejemplos y motivos por los que deberías probarlo. Business Insider España. <https://www.businessinsider.es/guia-glamping-caracteristicas-ejemplos-ventajas-872857>
- [18] De La Torre, J. (2020, 14 de marzo). Glamping, ¿Qué es? Hacienda Coyotes. <https://www.hdacoyotes.com/post/glamping-qué-es>

- [19] Weinberger Villarán, K. (2009). Plan de negocios: herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. VirtualPro.co. <https://www.virtualpro.co/biblioteca/plan-de-negocios-herramienta-para-evaluar-la-viabilidad-de-un-negocio>
- [20] Elaboración de un plan de negocio como estrategia de desarrollo Personal. 2008. Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, J. William Petty y Leslie E. Palich. Disponible: https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1279&context=contaduria_publica
- [21] Kotler, P., Bloom, P. y Hayes, T. (2004). El Marketing De Servicios Profesionales. Paidós Iberica Ediciones S a.
- [22] Layme Uchochoque, R. (2019). PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. Ciencia & Desarrollo, (9), 7–10. <https://doi.org/10.33326/26176033.2005.9.159>
- [23] Chain, N. S. (1983). Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos. Universidad de Chile.
- [24] Córdoba Padilla, M. (2014, julio de). Análisis financiero. Google Books. https://books.google.com.co/books/about/Análisis_financiero.html?id=_dvDDQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true
- [25] Moreno Perez, A. (2022, 22 de marzo). Características y retos del glamping - Entorno Turístico. Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/caracteristicas-y-retos-de-l-glamping/>
- [26] "Ley 300 de 1996 - Gestor Normativo - Función Pública". Inicio - Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>
- [27] "Decreto 2074 de 2003 - Gestor Normativo - Función Pública". Inicio - Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=9245#1>

- [28] "Ley 1101 de 2006 - Gestor Normativo - Función Pública". Inicio - Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=22241#1>
- [29] "Decreto 1036 de 2007 - Gestor Normativo - Función Pública". Inicio - Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=27981#0>
- [30] "Ley 1558 de 2012 - Gestor Normativo - Función Pública". Inicio - Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48321#26>
- [31] "Decreto 2106 de 2019 - Gestor Normativo - Función Pública". Inicio - Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=103352#144>
- [32] "Ley 2068 de 2020 - Gestor Normativo - Función Pública". Inicio - Función Pública. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=172558>
- [33] "Informes de Turismo | MINCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo". Inicio | MINCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo>
- [34] "Alcaldía Municipal de Carmen de Carupa en Cundinamarca". Alcaldía Municipal de Carmen de Carupa en Cundinamarca. <http://www.carmendecarupa-cundinamarca.gov.co/>
- [35] "El Refugio del Bosque | Glamping de aventura | La Mesa, COL". Elrefugiodelbosque. <https://www.elrefugiodelbosque.com/> (accedido el 6 de febrero de 2023).
- [36] "Maloca Glamping Colombia, El Salitre, Colombia". Booking.com. https://www.booking.com/hotel/co/maloca-glamping-colombia.es.html?auth_success=1
- [37] "Glamping con Sentido". Glamping con Sentido. <http://glampingconsentido.com/>
- [38] "Vermont Glamping, Guatavita, Colombia". Booking.com. <https://www.booking.com/hotel/co/vermont-glamping.es.html>

[39] Shark Tank Colombia. Una Guerra Entre Tiburones | Shark Tank Colombia. (Accedido el 6 de febrero de 2023. [Video en línea]. Disponible: <https://www.youtube.com/watch?v=ObBbI15WmaY>

ANEXOS

ANEXO 1. Modelo Canvas

ANEXO 2. Análisis DAFO

ANEXO 3. Estudio de mercado

ANEXO 4. Resultados

ANEXO 5. Registro Nacional de Turismo

ANEXO 6. Matrícula Mercantil

ANEXO 7. Registro Único Tributario

ANEXO 8. Diagrama de procesos del cliente

ANEXO 9. Estudio financiero