

## **Excursiones y Glamping GoPs**

### **Integrantes:**

Esneider De Jesús Cárdenas Espinal

Rosalba de Socorro Gómez Echavarría

Brayan Arley Rodríguez Vanegas

Omar Alexander Jaramillo Tabares

### **Directora Grupo**

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocio

Julio 2022

## Contenido

Introducción .....	6
Objetivos.....	7
Objetivo General.....	7
Objetivos específicos.....	7
Identificación de la Problemática Social.....	8
Descripción de la Problemática a Solucionar .....	8
La idea de emprendimiento que proponen como solución relacionando las oportunidades y las debilidades de ésta. ....	9
El desarrollo de la herramienta empleada de la etapa de “empatía” .....	12
La sustentación de los aportes sociales que genera y cuál sería la población beneficiada .....	13
Innovación Social.....	15
Innovación. ....	15
Factor productivo (haciendo una presentación general de los insumos, recursos y materiales que se requieren para su puesta en marcha).....	20
Financiación (pensando en la fuente de recursos económicos para la puesta de la propuesta). ...	22
Mercado objetivo .....	23
Fase Empatiza .....	24
Fase Define .....	27
Fase Idea .....	31
Fase Prototipa .....	32
Fase Testea .....	33
Juego de roles.....	33

	3
Logística.....	34
Motivador.....	34
Producto que vamos a ofrecer.....	35
Descripción de Atributos .....	35
Segmentación geográfica.....	37
Estrategias.....	39
Estrategia de comunicación.....	39
Estrategia de Posicionamiento.....	40
Estrategia de Diferenciación.....	40
Recursos operativos .....	42
Tamaño del proyecto:.....	42
Proyecciones de ventas .....	50
Proyecciones ingresos por ventas .....	55
Capital de trabajo .....	58
Inversiones .....	60
Conclusiones.....	63
Bibliografía.....	65

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Recursos, insumos y materiales. ....	21
<b>Tabla 2.</b> Cuadro de distribución de técnica/herramienta por estudiante. ....	24
<b>Tabla 3.</b> Perfil del cliente objetivo .....	36
<b>Tabla 4.</b> Redes sociales. ....	39
<b>Tabla 5.</b> Capacidad instalada .....	44
<b>Tabla 6.</b> Descripción de maquinaria y elementos operativos.....	45
<b>Tabla 7.</b> Descripción equipos de oficina .....	47
<b>Tabla 8.</b> Cálculo de la demanda .....	50
<b>Tabla 9.</b> Proyecciones de ventas (unidades) .....	51
<b>Tabla 10.</b> Punto de equilibrio .....	52
<b>Tabla 11.</b> Proyecciones de ingresos por ventas (mensual) 2023.....	55
<b>Tabla 12.</b> Proyecciones de ingresos por convenios.....	57
<b>Tabla 13.</b> Flujo de caja mensual.....	59
<b>Tabla 14.</b> Saldos acumulados (en miles).....	59
<b>Tabla 15.</b> Equipos de oficina.....	60
<b>Tabla 16.</b> Maquinaria y elementos operativos .....	60
<b>Tabla 17.</b> Infraestructura .....	61
<b>Tabla 18.</b> Redes sociales .....	62
<b>Tabla 19.</b> Inversión Total .....	62

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Glamping de estilo árabe, suesca Colombia.....	9
<b>Figura 2.</b> Plataformas tecnológicas internacionales.....	11
<b>Figura 3.</b> Desarrollo de la herramienta empleada en la etapa de “empatía” .....	12
<b>Figura 4.</b> Construcción de un Glamping .....	18
<b>Figura 5.</b> Glamping tipo domo.....	19
<b>Figura 6.</b> herramienta Empatiza.....	25
<b>Figura 7.</b> Glamping tipo domo.....	28
<b>Figura 8.</b> Confort en un Glamping.....	28
<b>Figura 9.</b> Beneficios de un Glamping .....	28
<b>Figura 10.</b> Mapa de concepto turismo en Colombia.....	29
<b>Figura 11.</b> Mapa mental, fase idea.....	31
<b>Figura 12.</b> Herramienta Idea .....	32
<b>Figura 13.</b> Glamping GOPS.....	43

## **Introducción**

La propuesta de investigación del proyecto se va a realizar para dar solución a la problemática y darle solución a dicho problema mediante las excursiones y Glamping GoPs ya que va enfocada al aprovechamiento y a una oportunidad que nos lleva a realizar una alternativa de negocio dentro del sector turístico del municipio Gómez Plata, esto se va a realizar con el fin de dar respuesta a las oportunidades de hospitalidad y alojamiento que ofrece el turismo de naturaleza. Por lo que se verá enfocado a el disfrute de la naturaleza al aire libre en familia.

Además, se va a mostrar de una manera muy significativa la diversificación estructural que ofrecen todas las organizaciones que fabrican y prestan el Glamping, por lo que esto es una alternativa nueva de diseño e innovación, atractiva y moderna para los turistas que cada vez amplían más su exigencia y que los lleva a salir de sus rutinas diarias.

Este proyecto de investigación nos lleva a ofrecer un diseño de estructura para Glamping en el mercado turístico que está presentando Colombia actualmente, donde se va a brindar mucha experiencia difícil de olvidar y de un alto nivel diferenciador para el segmento de organizaciones dedicadas a la fabricación de dichas estructuras y a otras prestadoras del servicio como tal, para ampliar su oferta y posicionarse de una mejor manera en el mercado.

## **Objetivos**

### **Objetivo General.**

Realizar una propuesta innovadora, sostenible y sustentable que nos lleve a dar solución a una problemática social en el municipio Gómez Plata.

### **Objetivos específicos.**

1. Sustentar mediante un análisis representativo acerca del simulador.
2. Realizar un proyecto detallado acerca de cómo se va a realizar y dar solución a la problemática que se está presentando.

## **Identificación de la Problemática Social.**

### **Descripción de la Problemática a Solucionar**

Excursiones y Glamping GoPs.

El proyecto con énfasis corresponde a la problemática seleccionada del municipio GómezPlata, lo cual esta región rodeada de hermosos paisajes son la atracción de muchos extranjeros y personas de la localidad, el departamento de Antioquia tiene zonas muy privilegiadas que son subutilizadas, la economía es muy precaria, la problemática que se presenta en la región es donde se hace notar muchas necesidades por falta de oportunidades y así contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores.

El poco turismo que se realiza en la zona es respaldado por la alcaldía y entes privados que se quedan con todas las utilidades, dejando poco o nada para las personas de la población que es la que en realidad se debe beneficiar. Es muy evidente el desempleo, se ha elevado la delincuencia común, creció el comercio informal y otros más que muestran que el desempleo influye negativamente en el desarrollo de la localidad, proponer un proyecto innovador con el turismo ayudaría a generar más empleo a los habitantes de la región, explotando cada uno de los recursos que posee la zona, dando un muy buen servicio a los turistas y así poder generar cada día más visitantes e impulsar la región como una de las zonas más visitadas. Por consiguiente, se ofrecerá planes de ecoturismo para satisfacer las necesidades de los turistas, que buscan una experiencia diferente en lugares poco conocidos y de manera amigable con el medio ambiente.



**La idea de emprendimiento que proponen como solución relacionando las oportunidades y las debilidades de ésta.**

La solución propuesta es ofrecer un servicio de excursiones y hospedaje en Glampings ya que este emprendimiento ha tenido en los últimos años una importancia clave para el crecimiento económico y la competitividad; Colombia no ha sido ajena a esta realidad. Ahora bien, los emprendimientos y las innovaciones deben ir de la mano, para aprovechar el máximo potencial, identificando además las oportunidades del nuevo servicio y modelo de negocio.

Los hospedajes en Glampings son una modalidad de alojamiento turístico que se ofrece en zonas de gran belleza paisajística, el cual consiste en carpas, domos acondicionados con camas, baños, algunos con ambiente climatizado, muebles entre otros. En fin, se puede decir que el Glampings es una experiencia que combina acampar al aire libre con estilo o elegancia.

**Figura 1.** *Glamping de estilo árabe, suesca Colombia.*



Nota: fuente: elaboración propia (2022).

El turismo es uno de los principales sectores generadores de progreso, desarrollo y empleo; puesto que contribuye al desarrollo de la población local, favoreciendo el turismo de extranjeros y también nacionales. Por esta razón, las excursiones y el Glamping tiene la oportunidad de incrementar el poder adquisitivo, empleos adicionales, promoción y protección de la cultura local, como también empoderamiento de la región permitiendo el mejoramiento y el mantenimiento de la calidad de vida de la población local; siendo una herramienta que garantiza el desarrollo sostenible y mejora la conservación de los recursos naturales.

Ahora bien, las debilidades de la región son la escasa existencia del producto turístico, ofertas poco desarrolladas, la inflación acelerada de los materiales y productos y la falta de infraestructura para la demanda de turismo nacional e internacional de la región. Es indispensable la realización de una labor conjuntamente con el departamento y la alcaldía que ayuden a la legalización de las zonas turísticas según las características del territorio para su uso. Ya que el municipio tiene un atractivo para el turismo y las autoridades regionales y locales desempeñan un papel fundamental en la formulación de políticas, en la organización y desarrollo del turismo. Puesto que su objetivo principal es propiciar un desarrollo renovado, continuo y competitivo de la actividad turística en la región, mediante el ejercicio del liderazgo, la concertación y la convergencia institucional, empresarial y de las subregiones.

Las oportunidades que generara la realización del proyecto Excursiones y Glampings, en el municipio de Gómez Plata y en la región, además de ubicarse en un punto clave y estratégico por su cercanía a la capital Antioqueña “Medellín” y pueblos aledaños, es la escasa competencia directa en la región, brindar la oportunidad de dar acogida a viajeros con diversos distintos turísticos en búsqueda de nuevas experiencias relacionadas al hospedaje y naturaleza, fortalecimiento del turismo a nivel local y regional.

Esta propuesta está enfocada en la prestación de servicios alternativos de alojamiento tipo ecológicos, los cuales, concuerdan con la preferencia de los viajeros cuyo interés este direccionado al desarrollo de actividades ecoturísticas, en las cuales se aprovecha la riqueza cultural y regional del casco urbano. Por lo cual, no se está aprovechando de manera adecuada el progreso referente al desarrollo turístico local, en donde la gobernanza está generando planes de acción para la inclusión e instauración de temáticas direccionadas a la sostenibilidad y uso adecuado de los recursos ecológicos. Además, fuera de las plataformas propias, redes sociales, etc. Excursiones y Glamping GOPS, constará de otras plataformas más abiertas a nivel internacional como Trivago y Booking, donde no solo se encontrará información y localización del Glamping, si no que se dará a conocer y potenciar como ya lo veníamos mencionando, información del municipio y de toda la región, con toda su oferta cultural.

**Figura 2.** *Plataformas tecnológicas internacionales.*



Nota: fuente: elaboración propia (2022).



## El desarrollo de la herramienta empleada de la etapa de “empatía”.

El modelo de negocio Design Thinking, es un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios.

### Etapa empatía:

El proceso de Design Thinking comienza con una profunda comprensión de las necesidades de los usuarios implicados en la solución que estemos desarrollando, y también de su entorno. Debemos ser capaces de ponernos en la piel de dichas personas para ser capaces de generar soluciones consecuentes con sus realidades.

**Figura 3.** Desarrollo de la herramienta empleada en la etapa de “empatía”.

 <b>Técnica: Mapa de atracción de clientes</b> Se usa en Empatía e Ideación <small>¡Escanea para más info!</small>			
			
Proyecto: Excursiones y Glampin GoPs Equipo: Brayan Arley Rodríguez Vanegas Fecha: 02/03/2022			
ATRAER	CONVERTIR	ACERCAR	DELEITAR
<p>toda la publicidad se realizara en los canales regionales de Gomez plata y municipios aledaños, al igual que se realzaran en las emisoras.</p>	<p>nuestro blog sara actualizado constantemente con las novedades, tanto como tarifas y eventos que vayan a realizar en nuestro establecimiento y excursiones, contara con fotos y videos y tambien de opiniones de experiencia de nuestros visitantes atravez de videos</p>	<p>Nuestra tienda online ofrecera servicios de venta de boletería, separacion de cupos para nuestros servicios, accesorios como: gorras, chaquetas, morrales, mochilas accesorios. Adicional a esto tambien por este mismo medio podras adquirir estatuillas de nuestros sitios turisticos</p>	<p>Nuestros clientes podran acceder a una membresia con la cual estos pueden acceder a grandes beneficios y descuentos</p>
<p>En el municipio de gomez plata y aledaños se entregaran la publicidad en folletos los cuales, contendran informacion tanto de el municipio y sus sitios turisticos incluyendo nuestro proyecto como, el proyecto de gran impacto ademas este folleto tendra un codigo QR, en el cual podran visualizar nuestro sitio turistico atravez de videos.</p>	<p>Nuestra pagina de facebok al igual que el blog, contendra nuestras novedades y experiencias de nuestros servicios, adicional contaremos como iremos en constante desarrollo y crecimiento</p>	<p>nuestros clientes para mejor atencion y oportuna del servicio siempre tendran canales habilitados como numero telefonico, whatsapp, telegram, facebook, instagram. Ya que nuestras redes tambien serviran como canales de contacto e informacion personalizada</p>	<p>Se ofreceran planes super economicos como 2x1, solo pagan los adultos y niños gratis, paquete completo incluyendo tanto el glampin como la excursion por la region.</p> <p>Las redes sociales seran fundamentales en toda la informacion referente a nuestro proyecto ya que, estas son un medio masivo de informacion, siempre se mantendran actualizadas para prestarles siempre el mejor servicio a nuestros usuarios</p>

Nota: fuente: elaboración propia (2022).

**La sustentación de los aportes sociales que genera y cuál sería la población beneficiada.**

El aporte más significativo de este estudio a nivel social y productivo, radica en brindar una posible solución a la necesidad del turista actual haciendo posible que más clientes gocen de vivir la experiencia que ofrece el Glamping, servicio innovador que permite el disfrute de la naturaleza sin perder la comodidad y el lujo. Particularmente, se realiza también con el fin de proponerlo como nuevo enfoque de negocio para emprendimiento.

Desde el ámbito laboral, se fomenta la generación de empleo en la región y el reclutamiento de capital intelectual que impactará en la competitividad del sector turístico. A nivel personal, el desarrollo de este proyecto ayudará a incrementar y aplicar los conocimientos adquiridos durante las respectivas carreras trabajando de manera interdisciplinaria, creando lazos de comunicación que mejoren los resultados en todos los proyectos académicos. Así mismo, la satisfacción de contribuir con esfuerzo propio y coadyuvar a minimizar el riesgo en la correcta toma de decisiones de una posible inversión dentro del sector del turismo de naturaleza.

Es de hacer mención que el impacto social que genera este proyecto es el económico tanto a nivel local como regional y además se potenciara el sistema comercial y cultural, se beneficiara desde el tendero y comerciante de a pie, hasta los grandes comercializadores de la región, habrá más fuentes de empleo, ya que al incrementar la circulación de personas mediante el turismo, tendremos que tener ofertas de calidad en todo, en la alimentación, en hotelería, infraestructura, atención al cliente etc. El impacto y desarrollo económico mediante la generación de empleo a la comunidad en general.

Los aportes sociales que ofrece es darles a los clientes una buena atención, experiencias con toda la familia, beneficios y descuentos para todos aquellos que tengan la membresía y que

todos los que vayan a las excursiones se sientan seguros de que van a pasar un rato agradable en compañía de todas las personas que los acompañan y que nuestros sitios turísticos tienen personal apto y capacitado a la hora de darles una asesoría.

Las personas beneficiadas con esta propuesta son los grupos familiares, grupos de trabajo, estudiantes, comunidad en general del municipio y región.

## **Innovación Social.**

### **Innovación.**

Actualmente; el turismo se expande a nivel mundial y local, la demanda de vacaciones íntimas al aire libre sin comprometer el confort, la comodidad del hogar va en aumento.

Excursiones y Glamping GoPs: Implementar cambios significativos en el proyecto lo que implica el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados esperados ya que sería de gran impacto social y económico porque así se genera empleo a las personas de la región del municipio Gómez Plata con los turistas porque les gustaría volver al territorio ya que sería el primer y único hasta el momento de toda la región, lo que atraería a más personas para disfrutar de sus paisajes y de un día distinto al cotidiano. El Glamping, es una innovadora tendencia turística a nivel mundial, esta nueva y moderna tendencia genera un alto valor agregado para los destinos turísticos, esta tendencia global que cuenta con distintas propuestas en variados destinos del país, donde es posible combinar lujo (glamour) en alojamientos bajo tiendas de campaña y domos en plena naturaleza.

El Glamping se trata de que las personas se alojen en zonas naturales, por lo tanto, las construcciones y servicios deben causar el menor impacto posible en el ambiente. Algunos de los establecimientos alrededor del mundo destacan su compromiso y respeto por el espacio natural en donde se encuentran, construyendo y manteniendo sus establecimientos con materiales de la zona y elementos reciclados que brindan un entorno cómodo y acogedor.

La incomodidad de acampar en un lugar lejos de la ciudad es un espacio limita a varias personas en cuanto a la experiencia de convivir con la naturaleza y todo lo que le rodea. En el Glamping, cada una de sus modalidades ofrece al huésped total confort, sin importar que la estructura sea relativamente pequeña.

Dentro del Glamping también se toman en cuenta estructuras ya conocidas como son las cabañas y sus diferentes formas, los albergues, las villas y casas del árbol. Pero lo que les diferencia de las comunes, son los materiales utilizados, su decoración, su distribución, su comodidad y lujo. Por ejemplo, existen cabañas de lona o cabañas elevadas, que brindan al huésped una experiencia totalmente diferente, al alojarse en una habitación suspendida en el aire.

Una de las características que les llama mayor atención a los turistas es que existen Glamping en lugares donde menos se los espera, y hace que sea una modalidad llena de creatividad e innovación. El Glamping te permite conectar con la naturaleza, te brinda confort en sitios lejanos de la ciudad, te ayuda a darte un respiro, te ofrece relajación en momentos de estrés.

Las personas jamás imaginaron hospedarse en cuevas bajo tierra, en graneros, vagones de tren, chozas, torres, faros, molinos, iglús o estructuras sobre el agua, ahora es posible con todas las comodidades que se espera tener en un hotel, sin importar la temperatura, el espacio o el entorno, lo importante es vivir una experiencia inolvidable, que sea diferente y que se acomode a la necesidad de disfrutar del contacto de la naturaleza con toda la comodidad y lujo.

El proyecto Glamping no se ha desarrollado dentro del municipio, de ahí parte la idea de innovación. Se debe tener en cuenta que Glamping 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. En otras palabras, es una fusión de las palabras glamour y camping.

Aunado a esta idea se tendrá la opción de que los asistentes puedan dar un recorrido tipo excursión por la zona donde se encontrará ubicado, logrando disfrutar de la naturaleza, y de los bellos paisajes que ofrece el municipio. Ofreciendo planes de ecoturismo para satisfacer las necesidades de los turistas.



## **Impacto social**

En la actualidad, el turismo es uno de los sectores económicos más dinámicos e importantes, no sólo por su nivel de inversión, participación en el empleo de aportación de entrada de divisas y la creación de empleo directo e indirecto de la región, también por la contribución al desarrollo regional. Según la OMT (Organización Mundial del Turismo);

“el turismo contribuye directamente con el 10% del PIB mundial y genera uno de cada diez empleos, Además de esto estima que para el año 2030 se alcanzará una cifra de 1.800 millones de turistas internacionales en el mundo”.

El turismo es un motor para el progreso socioeconómico debido a que experimenta un continuo crecimiento y diversificación, se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional y representa una de las principales fuentes de ingreso para los países emergentes.

Según el Ministerio de Industria y Turismo de Colombia, “entre los meses de enero a septiembre del año 2017, se registraron 1.204.894 visitas a Parques Naturales”. Confirmando lo anterior, el periódico EL TIEMPO afirma: “Durante el 2015, 969.792 turistas visitaron los Parques Nacionales Naturales de Colombia, alcanzando el índice más alto de personas que transitaron por las áreas protegidas del país en los últimos tres años”. “El ecoturismo viene mostrando resultados positivos y se ha convertido en una estrategia de conservación que contribuye a que los colombianos conozcan y valoren el patrimonio natural y los servicios ambientales que los Parques Nacionales Naturales les prestan”, afirmó Julia Miranda, directora de Parques Nacionales Naturales de Colombia, quien destacó el apoyo de Fon tur y del Viceministerio de Comercio, Industria y Turismo.” (2016).

El significativo impacto del turismo sobre la economía colombiana sugiere la necesidad de políticas públicas que apoyen las iniciativas de desarrollo turístico de las potenciales atracciones que tiene el país y que incrementan la demanda turística internacional y local.

Este proyecto tiene un enfoque cualitativo descriptivo, debido a que se pone especial interés en la descripción de las características del Glamping como modalidad turística, destacando las ventajas para la sustentabilidad de la región. Además de los beneficios con el cuidado del ambiente y la materia prima que se utilizará que será amigable con el medio ambiente, la comunidad del municipio se verá beneficiada ya que, en primer lugar, generará un reconocimiento siendo una idea innovadora que aún no está en la región; en segundo lugar, generará empleo a nivel local siendo un emprendimiento que busca que las personas de la región puedan generar ingresos para sí mismos; en tercer lugar, hará que el municipio se convierta en un atractivo turístico siendo reconocido y que los turistas visiten el departamento.

**Figura 4.** *Construcción de un Glamping.*



Nota: Fuente: elaboración propia (2022).

**Figura 5.** *Glamping tipo domo.*



Nota: Fuente: elaboración propia (2022).

**Factor productivo (haciendo una presentación general de los insumos, recursos y materiales que se requieren para su puesta en marcha).**

El Glamping trata de que las personas se alojen en zonas naturales, por lo tanto, las construcciones y servicios deben causar el menor impacto posible en el ambiente. Algunos de los establecimientos alrededor del mundo destacan su compromiso y respeto por el espacio natural en donde se encuentran, construyendo y manteniendo sus establecimientos con materiales de la zona y elementos reciclados que brindan un entorno cómodo y acogedor. Al igual que las aplicaremos en nuestro proyecto.

Existen diferentes tipos de Glamping, todos estos modelos se pueden utilizar en el mismo proyecto y cada cliente escogerá la temática que más le guste o se acomode, diferenciando los aspectos y estructuras especiales. Entre ellos se tiene la casa en el árbol, yurtas, tiendas safari, auto caravana, tipis, casas domo, pods ecológicos, albergues, cuevas, graneros chozas, cabañas, villas, cabañas de madera, islas torres cabañas de lona, tiendas de campaña y cabañas elevadas.

Cada uno de ellos se enfoca en la comodidad, lujo, contacto con la naturaleza, cuidado ambiental y sobre el hecho de brindar una nueva experiencia a través de la generación de un valor agregado, mediante los materiales utilizados, decoración y distribución de espacios. Las características y formas van a distinguir las preferencias de huésped y sus propios requerimientos, pues será él quien elija su mejor opción de esta gran variedad.

**Tabla 1** Recursos, insumos y materiales.

<b>Recursos</b>	<b>Insumos y Materiales</b>
Económicos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sierra, taladro, martillos, caladora, torno.</li> </ul>
Humanos. (gerentes, diseñadores, operarios de corte y ensamble)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metro, pegamento, lijas, prensa.</li> </ul>
Tecnológicos. (AutoCadd, Microsoft Excel, Photoshop)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Madera, hierro y acero.</li> <li>• Telas de poliéster de alta resistencia.</li> <li>• Cama.</li> <li>• Colchón, sábanas, cobijas y cojines.</li> <li>• Juego de baño.</li> <li>• Lámparas.</li> <li>• Cortinas y alfombras.</li> <li>• Cocina.</li> </ul>

Nota: Listado de recursos, insumos y materiales para puesta en marcha del proyecto.

Fuente: Elaboración propia (2022).

**Financiación (pensando en la fuente de recursos económicos para la puesta de la propuesta).**

Es muy importante crear un producto sostenible, ya que armoniza la infraestructura ofrecida con los sistemas desarrollados al interior del producto de alojamiento en Glamping con los ecosistemas, además potencia las estrategias de marketing y agrega valor a la construcción de marca atrayendo a la audiencia deseada y facilitando la decisión de compra ya sea motivada por un impulso o por preferencia y gusto.

La mayoría de las infraestructuras dentro del Glamping utilizan poco dinero para realizar sus construcciones y tienen un tamaño compacto, por lo que el impacto ambiental es mínimo y se trabaja con preocupación al momento de implementar servicios higiénicos, tratar desperdicios residuales y usar energías renovables.

Este proyecto será financiado una parte por recursos propios y el restante con un crédito de libre inversión de una entidad financiera. Los recursos propios serán de \$150.000 COP y el excedente por \$100.000 COP financiados por la entidad financiera.

- Fondo emprendedor del municipio.
- Líneas de crédito Bancóldex.
- Ahorros anticipados.
- Socios capitalistas.
- Convenios que tenga la alcaldía y la gobernación para temas de emprendimiento
- Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia.
- Entidades que brinden financiamiento a emprendimientos.

### **Mercado objetivo**

El mercado objetivo serán turistas nacionales y extranjeros amantes de la naturaleza que quieran conocer la región y su cultura, que buscan un servicio cómodo, exclusivo con ambientes modernos con lujo e innovación, preservando el medio ambiente.

Según el Bureau de Medellín, que es la oficina que promueve el turismo, “entre 2016 y 2019 han ingresado a la ciudad más de 2.900.000 visitantes, lo que evidencia un incremento del 50% en los últimos 5 años”. Aunque en los últimos 2 años el turismo ha mermado debido a la pandemia Covid-19, se espera que esta industria tenga un mayor impulso y superar toda cifra ya establecida.

Los visitantes generalmente con edades entre los 18 y 75 años con nivel socio económico medio alto, que disfruten de la naturaleza, que viajen preferiblemente en pareja y utilicen plataformas en internet como medio para reservar sus alojamientos.

Todas las personas pueden acceder a este servicio que se ofrecerá, ya que, se pretende organizar reservas de cumpleaños, aniversario, y cualquier ocasión especial donde participen niños, familias, esposos, novios, amigos, y familias enteras que quieran disfrutar de un espacio agradable, de comida de la región, de paisajes naturales, de excursión aledaña mostrando los platos típicos, las artesanías propias de la región brindando la oportunidad de que conozcan nuestra cultura y nuestro departamento crezca a nivel turístico.

Los aportes sociales que ofrece es darles a los clientes una atención buena, experiencias con toda la familia, beneficios y descuentos para todos aquellos que tengan la membresía y que todos los que vayan a las excursiones se sientan seguros de que van a pasar un rato agradable en compañía de todas las personas que los acompañan y que nuestros sitios turísticos tienen personal apto y capacitado a la hora de darles una asesoría.

## Formulación de la propuesta de valor

Cada estudiante selecciona una técnica/herramienta para el desarrollo del proyecto.

**Tabla 2.** *Cuadro de distribución de técnica/herramienta por estudiante.*

Estudiante	Técnica/herramienta
Esneider de Jesús Cárdenas y Omar Alexander Jaramillo	Empatiza e ideación
Rosalba Gómez Echavarría y Brayan Arley Rodríguez	Prototipa y testea

Nota: Fuente: elaboración propia (2022)



## Fase Empatiza

Esta es la parte más importante del proceso ya que es el cual hay que ponerse en los zapatos del cliente y vivir una experiencia, no solo a través de la observación y la descripción sino actuar como si estuviéramos en el papel del cliente y vivir con él esta experiencia.

Esta fase tiene tres procesos cada uno de ellos aporta algo importante:

- Realizar trabajos previos como lo es la entrevista u observaciones mapa de actores de empatía o mapa de usuarios.
- Realizar inmersión cognitiva en la que se actúa como el usuario y nos ponemos en sus zapatos.
- Todas las técnicas en las que hacemos observación de los usuarios reales como lo es la observación encubierta utilizando los focos grupo o las entrevistas en profundidad.

Figura 6. herramienta Empatiza.

**Técnica: Lienzo del modelo de negocio**  
Se usa en Empatiza e Ideación

Proyecto:

Episodio: Mayrae Arley Rodríguez Viqueira

Fecha:

**Sección Clave**  
Nuestra sección clave, un grupo de actividades cruciales dentro del mismo modelo de negocio, también por parte de IPD a través de ayudas en cuanto a actividades clave y demás elementos que nos sirven para la generación del medio ambiente y la base, nuestros inventivos inventan parte de su capital propio para la construcción de la red y además muchos de los otros ya tienen la experiencia en cuanto a modelos de negocio de este tipo, también a través de bases con préstamos para impulsar el capital para realizar un establecimiento para todos los personas.

**Actividades clave**  
Para nosotros nuestros clientes, siempre serán lo más importante ya que gracias a ellos nuestra empresa crece y por lo tanto los mejores negocios, también los que más le ayudan a crecer. Todas las actividades y los recursos en nosotros son gracias a los recursos y personas que están con nosotros, por eso nosotros como empresa queremos darle lo que el cliente y nosotros: que el cliente y nosotros somos los que se lo merecen.

**Propuesta de valor**  
Nos diferenciamos con la competencia porque nosotros nos seguimos adaptando con los cambios de los clientes y cada día tratamos de hacer un mejor modelo de negocio y servicios.

**Relaciones con el cliente**  
Para todos nuestros clientes tenemos los mismos canales de información, se que para nosotros, todos nuestros clientes son importantes, también nosotros en todos los momentos, cada día que estamos en contacto, los hacemos empresas de nosotros y siempre para que sea el mejor negocio para todos.

**Segmentos de clientes**  
Nosotros a través de los importantes con todos, se que siempre vamos a tener a nuestros clientes por que siempre vamos a tener los mejores servicios, siempre vamos a dar el mejor servicio, para que nuestros clientes y nosotros podamos a darles de nosotros servicios que cada día mejoramos y más.

**Recursos clave**  
Primariamente es necesario, establecer un margen de ganancia y también los costos permitidos y en el caso de los costos, los costos deben ser los mejores servicios se tenga mejor en el lugar donde se producen como los ingresos económicos, lo cual permitirá tener a nuestros clientes, relaciones y servicios.

**Canales**  
Los canales que utilizamos para contactar con nuestros clientes, son los canales digitales, como Facebook, whatsapp, Instagram, Twitter, correo electrónico, teléfono de contacto y varios canales, siempre tratamos de estar en contacto con nuestros clientes de día, cada día tenemos personas, acompañar de como fueron las experiencias de ellos en la empresa y saber como podemos mejorar en nuestro servicio.

**Estructura de costes**  
Fuentes de ingresos

**Ampliar**

**dingo**

Nota: fuente: elaboración propia (2022).

### **Herramienta de empatiza.**

Esta podemos hacerla a través de los cambios que está pasando el mundo actualmente ya que nos llevan a la búsqueda de nuevas cosas de ir a lugares diferente, conocer nuevas formas de diversión en familia esto hace que el mercado se dinamice y encuentre poca variedad en la oferta de pasar un fin de semana ya sea en familia, en grupos de amigos o solo es por esto por lo que ofrecemos este tipo de actividades al aire libre.

Vemos que ahora está incursionando bastante en el mercado el turismo que es un motor para el progreso socioeconómico debido a que experimenta un continuo crecimiento y diversificación, se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional y representa una de los principales actores del comercio internacional y representa una de las principales fuentes de ingreso para los países emergentes, el turismo actúa como un motor de desarrollo a través de la entrada de divisas y la creación de empleo directo e indirecto de la región es por esto que se va a utilizar la herramienta empatiza

## Fase Define

Durante la fase de Define, debemos filtrar toda la información recopilada durante la fase de Empatiza y quedarnos con lo que realmente aporta valor y nos lleva al alcance de nuevas perspectivas interesantes. Identificaremos problemas cuyas soluciones serán clave para la obtención de un resultado innovador.

Existen diferentes tipos de Glamping, todos estos modelos se pueden utilizar en el mismo proyecto y cada cliente escogerá la temática que más le guste o se acomode, diferenciando los aspectos y estructuras especiales. Entre ellos se tiene la casa en el árbol, yurtas, tiendas safari, auto caravana, tipis, casas domo, pods ecológicos, albergues, cuevas, graneros chozas, cabañas, villas, cabañas de madera, cabañas de lona, tiendas de campaña, cabañas elevadas, islas torres. Y sus propios requerimientos, pues será él quien elija su mejor opción de esta gran variedad. Como en la construcción de las casas de domo, que es una construcción moderna, esta es elaborada con madera, hierro, acero, telas de poliéster de alta resistencia y con tecnologías de última calidad que cuidan el ambiente enumerados de la siguiente manera.

1. Recursos económicos, tecnológicos y recursos humanos.
2. Un terreno adecuado donde se ubicará el Glamping, este lugar debe tener una finca aledaña que cuente con paisaje, y zonas adecuadas para la excursión de los visitantes.
3. Los domos donde se ubicarán las habitaciones de los visitantes y éstas deben incluir cama cómoda, una estufa de leña, velas y lámparas, cortinas acogedoras y una alfombra

### Herramienta define.

Esta fase debe responder a tres preguntas;

**¿Qué busca el usuario?**

**Figura 7.** *Glamping tipo domo.*



Nota: fuente: elaboración propia (2022).

**¿Cómo lo busca?**

**Figura 8.** *Confort en un Glamping.*



Nota: fuente: elaboración propia (2022)

**¿Por qué?**

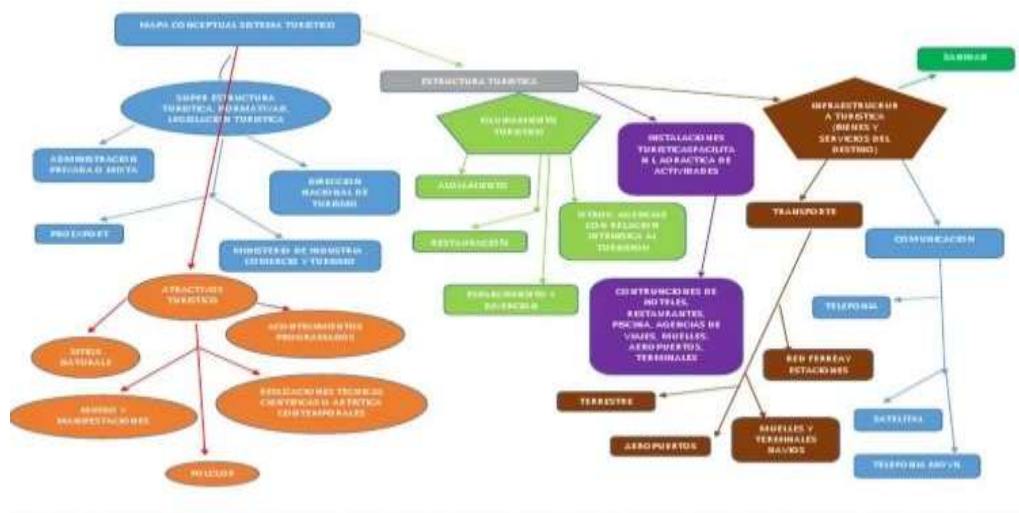
**Figura 9.** *Beneficios de un Glamping.*



Nota: fuente: elaboración propia (2022)

Mapas del concepto.

Figura 10. Mapa de concepto turismo en Colombia.



Nota: fuente: [https://www.google.com/search?q=MAPA+DE+CONCEPTOS+TURISMO+EN+COLOMBIA&sxsrf=APq-WBsQhaFMFG\\_NHnK6SiPHiP1jK\\_3PA:1650215260080&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwj04Tzypv3AhX9RjABHcdBDOc\\_Q\\_AUoAXoECAEQAw#imgcr=NxnmDRLtoSxj1M&imgdii=idX6XWB1sw-h8M](https://www.google.com/search?q=MAPA+DE+CONCEPTOS+TURISMO+EN+COLOMBIA&sxsrf=APq-WBsQhaFMFG_NHnK6SiPHiP1jK_3PA:1650215260080&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwj04Tzypv3AhX9RjABHcdBDOc_Q_AUoAXoECAEQAw#imgcr=NxnmDRLtoSxj1M&imgdii=idX6XWB1sw-h8M)

### **Factores económicos**

Este proyecto será financiado una parte por recursos propios y el restante con un crédito de libre inversión de una entidad financiera. Los recursos propios serán de \$150.000 COP y el excedente por \$100.000 COP financiados por la entidad financiera, también va enfocado mucho en que sea financiado por la empresa Epm ya que está muy vinculada con el sector productivo y de ahí también pueden salir recursos que nos ayuden a la creación de la empresa tales como.

1. Fondo emprender del municipio.
2. Líneas de crédito Bancóldex.
3. Ahorros anticipados.
4. Socios capitalistas.
5. Convenios que tengan la alcaldía y la gobernación para temas de emprendimiento.
6. Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia.

### **Análisis de la competencia**

Cuando hablamos de este sector podemos observar que la competencia va a estar bastante alta ya que hay más empresas que se dedican a esto hace años, pero nosotros venimos innovando en nuestro sector estamos en constante crecimiento. Ya que Todas las personas pueden acceder a este servicio que se ofrecerá, ya que, se pretende organizar reservas de cumpleaños, aniversario, y cualquier ocasión especial donde participen niños, familias, esposos, novios, amigos, y familias enteras que quieran disfrutar de un espacio agradable, de comida de la región, de paisajes naturales, de excursión aledaña mostrando los platos típicos y brindando una oportunidad de descanso.



12. Técnicas creativas para impulsar la generación de innovación

Figura 12. Herramienta Idea.

**Técnica: Lienzo del modelo de negocio**  
Se usa en Empatía e Ideación

Proyecto:

Equipo:

Fecha:

**Socios Clave**  
¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes nos ayudan? ¿Quiénes nos ayudan?

Nuestros socios serán, un grupo de inversionistas asociados dentro del mismo municipio, también por parte de EPIM a través de ayudas en cuanto a artículos concretos y demás elementos que nos sirven para la preservación del medio ambiente y la fauna, nuestros inversionistas invertirán parte de su capital arrojado para la construcción de la misma y además resulta de hecho ya tienen la experiencia en cuanto a modelos de negocio de esta tipo, también a través de bancos son prestamos para incrementar capital para realizar un establecimiento para todas las personas.

**Actividades clave**  
¿Qué actividades clave necesitamos para realizar nuestra propuesta de valor? ¿Qué actividades clave necesitamos para el desarrollo de nuestra propuesta de valor? ¿Qué actividades clave necesitamos para el desarrollo de nuestra propuesta de valor?

- Se realizarán promociones para las familias de las zonas.
- Se implementarán nuevas acciones de marketing.
- Se ofrecerá clases o cursos de supervivencia.
- Campañas de prensa.
- Se entregará kits de supervivencia en el curso.
- Se seleccionará a los participantes como beneficiarios por medio de sorteos en todas las asociaciones.

**Recursos clave**  
¿Qué recursos clave necesitamos para realizar nuestra propuesta de valor? ¿Qué recursos clave necesitamos para el desarrollo de nuestra propuesta de valor? ¿Qué recursos clave necesitamos para el desarrollo de nuestra propuesta de valor?

El primer paso es la necesidad, establecer un margen de ganancia y tenerlo en los reales permisos o tener todo eso, las instalaciones, ya que entre un mejor servicio se tenga mejor el el negocio tanto de personas como de ingreso mensual, lo cual permitirá iniciar e incrementar nuestros establecimientos y servicios.

**Propuesta de valor**  
¿Qué valor agregado o ventajas ofrecemos? ¿Qué ventajas ofrecemos y por qué nos distinguimos de la competencia?

Para nosotros nosotros el hecho, siempre ser lo más importante ya que gracias a ellos nuestra empresa creciera y podrá brindar los mejores servicios, siempre buscaremos la mejor manera de resolver todos sus inquietudes y de mejorar en nuestros servicios gracias a los ingresos de y ganancias que estos nos realicen, porque tenemos una atención personalizada la cual es el motivo de brindarles un excelente servicio al cual se agregan los dudas y cualquier comentario con lo que se los brinda.

**Relaciones con el cliente**  
¿Cómo vamos a relacionarnos con nuestros clientes? ¿Cómo vamos a relacionarnos con nuestros clientes? ¿Cómo vamos a relacionarnos con nuestros clientes?

Para todos nuestros clientes tenemos los mismos niveles de atención, ya que para nosotros, todos nuestros clientes son importantes, todos reciben un trato profesional, cada día que más se actualiza los realicemos con todos los detalles y p regios para que así podamos mejorar cada día más.

**Segmentos de clientes**  
¿Quiénes son nuestros segmentos de clientes? ¿Quiénes son nuestros segmentos de clientes? ¿Quiénes son nuestros segmentos de clientes?

Nuestros clientes más importantes son todos, ya que siempre tratamos a nuestros clientes por igual ya todos están en todos los detalles de pasar un día agradable en nuestra instalación, siempre tratamos de brindar el mejor servicio, para que nuestros clientes y futuros clientes a disfrutar de nuestros servicios que cada día mejoramos más y más.

**Estructura de costes**  
¿Cuáles son los costes más importantes de nuestro modelo de negocio?

**Fuentes de ingresos**  
¿Qué fuentes de ingresos esperamos obtener?

**Canales**  
¿Cómo vamos a llegar a nuestros clientes? ¿Cómo vamos a llegar a nuestros clientes? ¿Cómo vamos a llegar a nuestros clientes?

Los canales que utilizaremos para comunicarnos con nuestros clientes, son las redes sociales, como Facebook, whatsapp, Instagram, Tiktok, correo electrónico, telefonos de contacto a canales telefónicos... siempre realizamos esto con el fin de mantener a nuestros clientes al día, sobre nuestras promociones, así como de como hacer las experiencias las ofrecibles en la web y otras como podemos mejorar en nuestro servicio.

destacados:

**dingo**

Nota: fuente: elaboración propia (2022).

**Fase Prototipa**

Esta fase permite enfocar la innovación en entornos inciertos de forma ágil y ayuda a reducir los riesgos que a cada rato van ligados al desarrollo del proyecto o del servicio. Dan solución a las necesidades reales de los usuarios y está enfocado hacia un estilo colaborativo interactivo.



## **¿Cómo lo creamos?**

### **Prototipar**

Comenzamos creando, experimentado, fallo de forma económica, El propósito es crear versión reducida del producto que nosotros vamos a ofrecer, la clave es ser rápidos y poco costoso para el usuario

### **Herramienta Prototipar.**

Usuarios extremos. Personas en edades entre los 18 y 75 años con nivel socio económico medio alto, que disfruten de la naturaleza, que viajen preferiblemente en pareja y utilicen plataformas en internet como medio para reservar sus alojamientos ya que nuestro propósito es interactuar con usuarios extremos, no desarrollar soluciones si no identificar los problemas que los usuarios puedan tener y que no lo pueden expresar para así darle la solución inmediata, esto dará origen a nuevas oportunidades que los usuarios masivos no consideran.

### **Fase Testea**

Este es el momento definitivo donde le mostramos a los usuarios lo que tenemos para él, lo que hemos hecho pensando en ellos, ya que es el final de un recorrido de una generación de ideas que se han llevado a un prototipo, ideas que aún partido de una investigación previa y definición de focos de acción pensados en el usuario.

### **Juego de roles.**

Coordinador de los eventos. Este es el más importantes en este proyecto ya que si no hace una buena coordinación de la empresa esta no podrá seguir avanzando y trabajando en el

emprendimiento que nos lleva a mejorar la seguridad de la localidad en el municipio de Gómez Plata, sería el primer y único hasta el momento de toda la región y que lo pueda llevar a otras regiones.

### **Logística.**

Estos son los que hacen un análisis y puntos de la investigación generan alianzas con un beneficio social ya que las construcciones y servicios deben causar el menor impacto posible en el ambiente. Algunos de los establecimientos alrededor del mundo destacan su compromiso y respeto por el espacio natural en donde se encuentran, construyendo y manteniendo sus establecimientos con materiales de la zona y elementos reciclados que brindan un entorno cómodo y acogedor.

### **Motivador**

Este realiza las charlas de motivación a todos los grupos que tenemos en especial los jóvenes que van a trabajar con nosotros, es también muy importantes tener dentro a los jóvenes ya que están dispuestos a darle una transformación al proyecto y le traen mucho beneficios para sus vidas, la familia y las personas de las regiones.

### **Producto que vamos a ofrecer**

Este se beneficiará toda la comunidad y sobre todo a los usuarios porque disfrutaran al máximo los paisajes y las atracciones, en especial la comunidad del municipio porque se les ofrecerá una fuente de empleo en este municipio, y con la creciente del proyecto se le brindaran más empleos porque la idea es seguir creciendo y más adelante ofrecer más servicios.

### **Descripción de Atributos**

El Glamping es una creciente tendencia mundial que combina la experiencia de acampar al aire libre pero conservando el bienestar y la comodidad que brindan los hoteles, cuyos orígenes están relacionados con los viajes que realizaban los reyes hace varios siglos, porque cuando surgía la necesidad de viajar, ya sea para visitar regiones que estaba bajo su dominio, conquistar territorios o liderar a sus ejércitos de guerra, la tienda o carpa del rey, contaba con todas las comodidades del palacio, aún en condiciones que se consideraban poco convencionales.

Alojarse en el medio de la naturaleza en estado puro puede ser una manera muy original para las celebraciones de todo tipo de eventos y momentos importantes de la vida, porque muchos sitios de Glamping ofrecen, como parte de sus servicios, organización de aniversarios, bodas, luna de miel, noches románticas o cumpleaños.

Grupo objetivo del proyecto (identificar y caracterizar el grupo de consumidores que aceptarían y tienen la capacidad de compra)

El mercado objetivo serán turistas nacionales y extranjeros amantes de la naturaleza que quieran conocer la región y su cultura, que buscan un servicio cómodo, exclusivo con ambientes modernos con lujo e innovación, preservando el medio ambiente.

Los visitantes generalmente con edades entre los 25 y 60 años con nivel socio económico medio alto entre los estratos 1, 2 y 3, y lo más importante que disfruten de la naturaleza, que viajen preferiblemente en pareja y utilicen plataformas en internet como medio para reservar sus alojamientos

**Tabla 3.** *Perfil del cliente objetivo*

Perfil del Cliente Objetivo	
<b>Género:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hombre y Mujer</li> </ul>
<b>Edad:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 25 – 60 años.</li> </ul>
<b>Nacionalidad:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colombiano</li> </ul>
<b>Nivel de Educación:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional en Proceso en adelante</li> </ul>
<b>Nivel de Ingresos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más de 4 SMLMV</li> </ul>
<b>Estado Civil:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indiferente</li> </ul>
<b>Intereses:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viajes</li> </ul>
<b>Aficiones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deportes</li> <li>• Viajar</li> <li>• Animales</li> <li>• Naturaleza</li> <li>• Dinámica</li> <li>• Tranquila</li> <li>• Sociable</li> <li>• Extrovertido</li> </ul>
<b>Localización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todas las ciudades del país</li> </ul>
<b>Relaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familia</li> <li>• Amigos</li> <li>• Pareja</li> <li>• Grupos Laborales</li> </ul>

Nota: fuente: elaboración propia donde se explica más detalladamente el grupo objetivo (2022).

### **Segmentación geográfica**

En el municipio Gómez Plata, en la cual vimos una región rodeada de hermosos paisajes son la atracción de muchos extranjeros y personas de la localidad, el departamento de Antioquia tiene zonas muy privilegiadas que son subutilizadas, la economía es muy precaria, Gómez Plata es un municipio regionalmente conocido por la cultura y el calor humano que le brindan las personas de esta población, pero también es rico en paisajes y lugares son especiales para conocer cada lugar de estos tiene una historia que contar pero sobre todo al amaño el cual trasmite para estar y volver a cada uno de los lugares que se visite.

Segmentación demográfica: Colombia, pero principalmente sus regiones como en este caso el municipio de Gómez plata, puede ser un gran negocio de turismo si explotamos al máximo los recursos de nuestras tierras y nuestras culturas ya que en Gómez plata cuenta no solo con hermosos paisajes sino también con tierras las cuales se pueden utilizar para la siembra.

Segmentación socioeconómica: está dirigida a todas las personas que deseen disfrutar cosas diferentes y disfrutar de aire puro y de las emociones extremas.

Identificar la competencia (analizar los posibles competidores que existan en la región donde pretendemos desarrollar el proyecto, entendiendo competidores como organizaciones que satisfacen la misma necesidad que nosotros pretendemos satisfacer)

Se encuentran en las zonas varios proyectos que son nuestra competencia directa.

Bacoa Hostal: Habitaciones de 3 m<sup>2</sup>. El Bacoa Hostal se encuentra en Guatapé y ofrece restaurante, bar, salón compartido y jardín. El alojamiento ofrece entretenimiento nocturno y mostrador de información turística.

Celeste Glamping Guatapé: El Celeste Glamping Guatapé se encuentra en Guatapé, a 45 km de Itagüí, y ofrece bar y Wifi gratuita. Hay aparcamiento privado. Todos los días se sirve un desayuno americano en el tented camp.

Cardinal Glamping: El Cardinal Glamping se encuentra en Guatapé y ofrece vistas al jardín, restaurante, bar, salón compartido, jardín y terraza. El alojamiento dispone de aire acondicionado y bañera de hidromasaje.

Identificar los aliados clave del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento social y proponer acciones de cooperación como alianzas estratégicas.

Los principales aliados son los comerciantes locales y EPM, ya que a través de los comerciantes podremos aliarnos con ayudas económicas y nosotros como beneficiarios de ellos ofreceremos sus productos y servicios a través de propaganda y ventas de sus productos dentro del mismo proyecto, y EPM nos brindaría los espacios y recursos como activos fijos para hacer de nuestro proyecto un espacio a confort para nuestros clientes.

Se tiene planteado realizar eventos especiales con agentes de viajes, directores o gerentes generales y de talento humano de las principales empresas de la región.

De manera directa en el momento en el que cliente desee tomar el servicio.

Telefónicamente el cliente podrá adquirir el servicio con previa reserva y el pago del 100% del servicio a tomar.

Manejar una base de datos de los posibles clientes para el hotel y hacer tele mercadeo con ellos ofreciendo los servicios y exclusividades.

Realizar eventos en los cuales invitemos personalidades importantes dentro del gremio, logrando así convenios, alianzas, patrocinios.

## Estrategias

Proponer estrategias de Mercadeo tanto tradicionales como digitales que permitan comunicar y cautivar un mercado específico, se debe proponer al menos una acción por tipo de estrategia:

### Estrategia de comunicación

La imagen publicitaria está compuesta por el slogan "De mis raíces para el mundo" este busca que el cliente sienta que está en buenas manos y que nos preocupamos por su comodidad y seguridad durante su estancia ya que desde las raíces vamos a mostrarle al mundo que se está haciendo y como nos enfocamos en qué cada uno de los que vayan sientan la comodidad y el descanso.

**Tabla 4.** *Redes sociales.*

Redes sociales	\$0
Avisos publicitarios en emisoras como es olímpica, Tropicana, el mega y los 40 principales (1 voz, 12 segundos, frecuencia cada 2 horas)	\$1'000.000 (anual)
Páginas de internet (wooking, kayak y trivago)	\$2'000.000
<b>Total</b>	<b>\$3'000.000</b>

Nota: fuente: elaboración propia (2022).

### **Estrategia de Posicionamiento**

Gracias al buen servicio que se les brindara a las personas, la idea principal es que la voz corra a través de nuestros clientes para así realizar cada vez más distintas promociones, para todas las personas no un cliente en específico, se darían descuentos especiales a las personas o entidades a de acuerdo a los planes que deseen tomar como por ejemplo, estratos 1,2,3 podrán tener descuentos del 10% a través de los servicios públicos, las empresas se les daría descuento por la cantidad de las personas en este caso un 8% por persona, y las entidades como cajas de compensación familiar como lo es Comfenalco y Comfama un 15% por núcleo familiar.

Desarrollar estrategias para que se incrementen las visitas como actividad promocional en eventos y medios de comunicación masiva.

### **Estrategia de Diferenciación**

Mantener nuestros precios sujetos al público cada día de darán más y más beneficios en cuanto a promociones por descuentos y cada vez que se abra una nueva atracción se realizarán descuentos del 50% en esa atracción.

Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales. (YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter), se debe describir el propósito de cada acción dentro del proyecto de emprendimiento social

YouTube: brindara los videos y descripción a través de los mismo de cómo es nuestro proyecto, donde observaran todas nuestras atracciones, y entrevistas a nuestros visitantes de cómo les pareció los espacios y la experiencia vivida en nuestros servicios.



LinkedIn: será uno de nuestros canales para ofrecer las ofertas de empleo, en todas las dependencias de nuestro proyecto.

Facebook: Competiremos fotos, recuerdos y evidencias de nuestros visitantes con el fin de que atraiga más personas.

Twitter: este canal brindara información de noticias de nuestro proyecto sea cuando se realicen promociones o cuando se abra un nuevo espacio o atracción.

Construcción de la página web para el proyecto (se recomienda wix) en la que se presente los siguientes puntos:

1. Marca, imagen y slogan
2. Vínculos de información de la empresa y sus productos o descripción del servicio.
3. Vínculos de contacto con el prospecto, se puede solicitar Login al navegante.
4. Vínculos a las redes sociales: a los perfiles y grupos.
5. Enlace de atención al cliente
6. Enlace de compras y pagos en línea

**<https://barodriguezv.wixsite.com/excursiones-y-glampi>**

## Recursos operativos

### Tamaño del proyecto:

Este proyecto está ubicado en el municipio Gómez Plata consta de un área de 6000m<sup>2</sup>, de los cuales un área está ya organizada ya que es al aire libre un 35%, lo que nos garantiza una gran posibilidad de expansión a futuro, uno de los grandes objetivos que se tiene es poder crecer gradualmente de acuerdo al comportamiento que tenga el proyecto al interior de la zona donde va a estar ubicado, el volumen de ocupación es de 5 personas por Glamping, este número es relativamente bajo debido a las restricciones que se dan por la emergencia sanitaria que estamos viviendo actualmente.

También podemos decir que en Colombia hay uno de los principales retos es el programa Turismo y Paz que busca transformar más de 132 municipios que fueron afectados por el conflicto armado y convertirlos en destinos turísticos, para promoverlos junto al turismo de naturaleza: 19 departamentos con alto potencial para desarrollar 11 experiencias turísticas relacionadas con el avistamiento de aves, el ecoturismo y los parques nacionales.

1. **Aventura, ecológico:** (de montaña (deportivo/rural), verde (con mayor interés científico), fluvial, rural, agroturismo, residencial)
2. **Por afinidad:** (científico, negocios, de incentivo, de familiarización, de congresos y convenciones, de gestión político)
3. **Especializado:** (deportivo, activo)
4. **Cultural:** (histórico, histórico/artístico monumental, de arquitectura popular, de exposiciones, étnico, étnico folklore)

- 5. Costumbres y tradiciones:** (religioso, de formación, de acontecimientos singulares, lúdico-festivo, literario, gastronómico, industrial, de compras o shopping)

**Glamping GOPS:**

Este Glamping ofrece un alojamiento con vistas a la montaña y jardín en el municipio. A continuación, se muestra una imagen del Glamping.

**Figura 13.** Glamping GOPS



- a. En los últimos tiempos la concepción del mundo globalizado, la facilidad en el acceso a la información, el desarrollo de nuevas tecnologías en el transporte y telecomunicaciones, son factores que han fortalecido el turismo y han contribuido a cambiar las preferencias de los consumidores y a diversificar la oferta turística, en la que se destaca la adaptación de patrimonios culturales y naturales.

Es de suma importancia saber que el tipo de tecnología aplicada a este proyecto va enfocado a lo social. Lo que nos lleva la inclusión directa de las herramientas digitales que le permitan un mayor acceso a todas las alternativas de alojamiento tipo ecológicos.

**Tabla 5.** *Capacidad instalada*

<b>Conceptos</b>	<b>Unidad de medida</b>
Área	3900 m <sup>2</sup> (35%)
% espacio utilizado	2100 m <sup>2</sup>

- b. Disponibilidad insumos: Descripción de los insumos y si es necesario contar con un stock o no de inventarios, así como revisar cada cuando se haría la rotación de estos. Esto con la finalidad de identificar los recursos económicos que se vayan requiriendo para realizar el stock de la materia prima.

Los elementos que necesitamos para realizar el proyecto son los siguientes:

1. Sierra, taladro, martillos, caladora, torno.
2. Metro, pegamento, lijas, prensa.
3. Madera, hierro y acero.
4. Telas de poliéster de alta resistencia.
5. Cama.
6. Lámparas.
7. Cortinas y alfombras.
8. Cocina.

Elementos de papelería como: resmas tamaño oficio y carta, sobres de papel.

1. Elementos de aseo: Colchón, sábanas, cobijas y cojines, escobas, traperos, recogedores, jabón, desinfectante, aromatizantes, jabón líquido, elementos para la limpieza de los baños.

## 2. Juego de baño.

Si se llegara a requerir se hará uso de pagos de impuestos y arrendamientos.

Ficha técnica del producto (bien o servicio) en donde se detalla las características para evocar los actividades, infraestructura y recursos adicionales que se necesitan. Por ejemplo, el tipo de infraestructura. En otras palabras, la intención es visualizar los diferentes procesos que se requieren desde la concepción del servicio hasta su entrega al cliente final.

Descripción de la maquinaria o instalaciones necesarias para la puesta en marcha del proyecto, así como los demás elementos que se requieren para el funcionamiento del proyecto. Por ejemplo, tipo de maquinaria, condiciones del local es caso de ser un servicio, entre otros. Se debe hacer una proyección de la cantidad de recursos económicos y del porcentaje de aprovechamiento. Presentar la información en una tabla similar a la siguiente

**Tabla 6.** *Descripción de maquinaria y elementos operativos*

<b>Descripción de maquinaria y elementos operativos</b>				
<b>Conceptos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	
manto acrílico 120 x 150cm	100	\$49.990	\$4.999.000	
juego de sabanas hotelera blancas doble 1.40 x 1.90 x 25	100	\$59.500	\$5.950.000	
Almohadas hoteleras 50 x 70 Set x2 Fibra Sintética	100	\$69.900	\$6.990.000	
base cama dividida de lujo King side	15	\$719.900	\$10.798.500	
colchón King vital advanced	15	\$1.489.900	\$22.348.500	
cobija franel	100	\$99.990	\$9.999.000	

colchón sencillo Dublín intermedio	15	\$499.900	\$7.498.500
base cama sencilla moaco 195	15	\$286.900	\$4.303.500
kit toalla de manos blanco	100	\$32.782	\$3.278.200
Toalla de cuerpo 550	100	\$43.900	\$4.390.000
lavadora automática de 19 kg gris Mabe	3	\$2.727.900	\$8.183.700
<b>Total</b>			\$88.738.900

*Infraestructura*

<b>Infraestructura</b>			
<b>Conceptos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
cabaña prefabricada estilo madera cuadrada de 6m x 6m	10	\$15.000.000	\$150.000.000
cabaña prefabricada estilo burbuja circular 4m x 4m	10	\$18.000.000	\$180.000.000
cabaña prefabricada estilo indio con forma triangular de 4m x 4m	10	\$8.000.000	\$80.000.000
Jacuzzi 2m x 2m	20	\$6.000.000	\$120.000.000
Parqueaderos en piedra	10	\$500.000	\$5.000.000
Parqueaderos cubiertos	20	\$600.000	\$12.000.000
Colchón sencillo Dublín intermedio	15	\$499.900	\$7.498.500
<b>Total</b>			\$554.498.500

- a. Realizar las proyecciones de distribución en planta
- b. Descripción de los cargos, presentación del organigrama y las necesidades de personal con sus respectivas proyecciones de sueldos. Se debe relacionar los costos parafiscales.

*Proyecciones***8,52%**

Vinculado al proceso	Cantidad personas	Sueldo x persona	Prest. y aportes	Total / mes
Gerente	1	\$2.500.000	\$213.050	\$2.713.050
Administrador de HOTEL	1	\$1.200.000	\$102.264	\$1.302.264
Secretaria	1	\$1.200.000	\$102.264	\$1.302.264
Call center	1	\$1.200.000	\$102.264	\$1.302.264
	<b>Total</b>			<b>Total</b>
	4			\$6.619.842

**\* Personal de operación:****8,52%**

Vinculado al proceso	Cantidad personas	Sueldo x persona	Prest. y aportes	Total / mes
Cocinero	2	\$1.500.000	\$127.830	\$3.255.660
Meseros	5	\$1.200.000	\$102.264	\$6.511.320
Servicios generales	5	\$1.200.000	\$102.264	\$6.511.320
Guía Turístico	3	\$1.300.000	\$110.786	\$4.232.358
Celador	2	\$1.200.000	\$102.264	\$2.604.528
	<b>Total</b>			<b>Total</b>
	17			\$23.115.186

c. Descripción de equipos de oficina, como su nombre lo indica se relaciona los elementos que se necesitan para la operatividad de los cargos administrativos. En caso de ser un servicio, estarán en el numeral anterior.

**Tabla 7. Descripción equipos de oficina**

Descripción de equipos de oficina					
Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Costo total	Costo instalación	Valor total
computador de escritorio marca del	4	\$2.000.000	\$8.000.000	\$ -	\$8.000.000
mesas de oficina en madera de pino	4	\$700.000	\$2.800.000	\$200.000,00	\$3.000.000
Silla oficina ergonómica	4	\$570.000	\$2.280.000	\$250.000,00	\$2.530.000
impresora hp con scanner	4	\$450.000	\$1.800.000	\$ -	\$1.800.000
<b>TOTAL</b>					\$15.330.000

Procesos pre operativos, se describen las acciones preliminares para iniciar labores, como permisos, registro de la empresa, seguros, entre otros.

Se realiza el registro del proyecto frente a la cámara de comercio, se diligencia todos los formularios respectivos, presentando el nombre, el logo y el slogan para que se compruebe que este sea completamente original.

Se valida las alianzas estratégicas con la entidad que se encarga de la presentación del proyecto.

En segundo lugar, se presenta el documento privado de constitución debidamente reconocido por los socios o accionistas ante un funcionario competente, o en su defecto, todos ellos deberán realizar diligencia de presentación personal ante la secretaría de la Cámara de Comercio. Este procedimiento puede realizarse virtualmente en la página web del Centro de Atención Empresarial (CAE), a través del portal [www.crearempresa.com.co](http://www.crearempresa.com.co), iniciando con el registro y siguiendo los pasos de consulta, diligencia de formularios y formalización de trámites. Adicionalmente se deben diligenciar los formularios de Registro Único Empresarial y Social (RUES).

Posteriormente, es necesario ir a la DIAN y tramitar el RUT definitivo adjuntando los siguientes documentos: Cédula de Ciudadanía del representante legal con su respectiva copia, la versión previa del registro mercantil y la constancia de titularidad de cuenta bancaria.

Finalmente, solicitar la resolución de facturación y firma digital a través de un formulario que puede ser descargado en la página de la DIAN, llevar la cédula del representante legal (original y copia), y el registro mercantil definitivo. Con el RUT se podrá terminar el registro en la cámara de comercio, así como el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.



Además, un asesor especializado del CAE realiza la verificación de Uso de Suelo, dependiendo de la actividad económica a desarrollar y de la ubicación del establecimiento de la sociedad, y brinda orientación acerca de las medidas de seguridad a tener en cuenta. Finalmente debe diligenciarse en Registro Nacional de Turismo (RNT) que se lleva a cabo únicamente de manera virtual a través de la página web [www.camarabogota.org.co](http://www.camarabogota.org.co), opción Servicios Virtuales, opción Registro Nacional de Turismo. Este registro es obligatorio para el funcionamiento De la Empresa y Debe actualizarse anualmente durante el primer trimestre del año.

Localización, descripción del ámbito territorial donde se montará el proyecto (bien o servicio) sustentando las ventajas y desventajas. Por ejemplo, vías de acceso, proximidad con los clientes, costos de los espacios, seguridad, disponibilidad de espacios, entre otros aspectos que considere claves.

Ámbito territorial: Excursiones y Glamping GOPS, es una región rica en geografía, la memoria de Gómez Plata guarda el compromiso de ser la tierra donde nació la luz que ilumino a Colombia y al departamento de Antioquia, puesto que en sus territorios yace una vasta cadena de embalses y centrales de generación de energía, la cual es orgullo nacional, ya que con el descubrimiento del potencial eléctrico del rio Guadalupe.

Ventajas: Este proyecto va a estar bien ubicado en el municipio ya que cuenta con buenas vías de acceso tanto urbanas como rurales por lo que la facilidad para que los clientes lleguen es muy buena.

Desventajas: Seria el transporte ya que para que vayan allí tocara implementar un medio para ir a la localidad.

### Proyecciones de ventas

Para definir las proyecciones de ventas se parte analizar el comportamiento actual de demanda, con el objetivo de determinar el volumen de productos bienes o servicios que se estarían dispuestos a adquirir, en este sentido, se parte por la recopilación de datos sobre sus gustos, preferencias, motivos de compra y costumbres. En el caso que el producto o servicio, sea el sustituto de uno actual se puede tomar datos sobre las proyecciones de consumo actual de dicho producto o servicio. El objetivo es sustentar con cifras la existencia de un mercado real.

**Tabla 8..** *Cálculo de la demanda*

<b>Población Objetivo</b>	<b>Niños, familias, esposos, novios, amigos</b>
Consumo promedio (mensual o anual)	10 grupos por mes
Total consumo	5 meses por año
% de captura (mercado al que desean llegar)	1
<b>Total demanda potencial</b>	50 personas por fin de semana

**Tabla 9.** *Proyecciones de ventas (unidades)*

<b>Tipo de cabañas</b>	<b>Total cabañas</b>	<b>Valor noche</b>	<b>Total x Cabañas</b>	<b>IVA</b>
Cabañas en madera tipo indio	10	\$170.000	\$1.700.000	\$32.300
Cabañas estilo burbuja	10	\$240.000	\$2.400.000	\$45.600
Cabaña en madera cuadrada	10	\$380.000	\$3.800.000	\$72.200
<b>Total de cabañas</b>	30	<b>Total</b>	\$7.900.000	

En caso de que, la demanda del producto sea estacional se debe sustentar cuáles son y en qué meses se podría presentar.

Precio de venta

Se debe presentar el precio de venta que se tendrá para el producto o servicio. Desde la perspectiva de costos el precio de venta deberá permitir los costos fijos y variables de la empresa y dejar un margen de utilidad. No obstante, es necesario considerar otros aspectos como:

El precio promedio de productos sustitutos o productos similares en el mercado

El precio estimado que estarían dispuestos a pagar por el producto en el mercado

Las estrategias de mercadeo enfocadas al precio.

Tabla 10. Punto de equilibrio

Describir los costos fijos y variables en tablas adicionales año 2023

GLAMPIN												
BALANCE GENERAL (miles \$)												
INGRESOS	AÑO 2023											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
ingreso de estadia	\$ 100.725.000	\$ 67.150.000	\$ 53.720.000	\$ 26.860.000	\$ 20.145.000	\$ 80.580.000	\$ 100.725.000	\$ 76.551.000	\$ 53.720.000	\$ 67.150.000	\$ 80.580.000	\$ 107.440.000
ingresos de convenio	\$ 459.000	\$ 306.000	\$ 244.800	\$ 122.400	\$ 91.800	\$ 367.200	\$ 459.000	\$ 348.840	\$ 244.800	\$ 306.000	\$ 367.200	\$ 489.600
<b>Subtotal ingreso corriente</b>	<b>\$ 101.184.000</b>	<b>\$ 67.456.000</b>	<b>\$ 53.964.800</b>	<b>\$ 26.982.400</b>	<b>\$ 20.236.800</b>	<b>\$ 80.947.200</b>	<b>\$ 101.184.000</b>	<b>\$ 76.899.840</b>	<b>\$ 53.964.800</b>	<b>\$ 67.456.000</b>	<b>\$ 80.947.200</b>	<b>\$ 107.929.600</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 101.184.000</b>	<b>\$ 67.456.000</b>	<b>\$ 53.964.800</b>	<b>\$ 26.982.400</b>	<b>\$ 20.236.800</b>	<b>\$ 80.947.200</b>	<b>\$ 101.184.000</b>	<b>\$ 76.899.840</b>	<b>\$ 53.964.800</b>	<b>\$ 67.456.000</b>	<b>\$ 80.947.200</b>	<b>\$ 107.929.600</b>
<b>EGRESOS Y PATRIMONIO</b>												
impuesto de IVA por ventanas	\$ 19.137.750	\$ 12.758.500	\$ 10.206.800	\$ 5.103.400	\$ 3.827.550	\$ 15.310.200	\$ 19.137.750	\$ 14.544.690	\$ 10.206.800	\$ 12.758.500	\$ 15.310.200	\$ 20.413.600
proveedores nacionales	\$ 734	\$ 279										
impuesto de renta por pagar	\$ 372	\$ -										
gastos administrativos	\$ 7.016.842	\$ 7.016.842	\$ 7.016.842	\$ 7.016.842	\$ 7.016.842	\$ 7.016.842	\$ 7.016.842	\$ 7.016.842	\$ 7.016.842	\$ 7.016.842	\$ 7.016.842	\$ 7.016.842
gastos operativos	\$ 25.395.186	\$ 25.395.186	\$ 25.395.186	\$ 25.395.186	\$ 25.395.186	\$ 25.395.186	\$ 25.395.186	\$ 25.395.186	\$ 25.395.186	\$ 25.395.186	\$ 25.395.186	\$ 25.395.186
otros pasivos corrientes	\$ 517	\$ 1.912										
<b>Subtotal egreso corriente</b>	<b>\$ 51.551.401</b>	<b>\$ 45.172.719</b>	<b>\$ 42.618.828</b>	<b>\$ 37.515.428</b>	<b>\$ 36.239.578</b>	<b>\$ 47.722.228</b>	<b>\$ 51.549.778</b>	<b>\$ 46.956.718</b>	<b>\$ 42.618.828</b>	<b>\$ 45.170.528</b>	<b>\$ 47.722.228</b>	<b>\$ 52.825.628</b>
prestamo bancario	\$ -	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003
<b>TOTAL EGRESO</b>	<b>\$ 51.551.401</b>	<b>\$ 50.109.722</b>	<b>\$ 47.555.831</b>	<b>\$ 42.452.431</b>	<b>\$ 41.176.581</b>	<b>\$ 52.659.231</b>	<b>\$ 56.486.781</b>	<b>\$ 51.893.721</b>	<b>\$ 47.555.831</b>	<b>\$ 50.107.531</b>	<b>\$ 52.659.231</b>	<b>\$ 57.762.631</b>
infraestructura	\$ 554.498.500											
equipos de oficina	\$ 15.330.000											
dotación de habitaciones	\$ 88.738.900											
redes sociales	\$ 28.600.000											
Arriendo lote x 3 años	\$ 25.000.000											
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 712.167.400</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL EGRESO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 763.718.801</b>	<b>\$ 50.109.722</b>	<b>\$ 47.555.831</b>	<b>\$ 42.452.431</b>	<b>\$ 41.176.581</b>	<b>\$ 52.659.231</b>	<b>\$ 56.486.781</b>	<b>\$ 51.893.721</b>	<b>\$ 47.555.831</b>	<b>\$ 50.107.531</b>	<b>\$ 52.659.231</b>	<b>\$ 57.762.631</b>
<b>INGRESOS - EGRESOS</b>	<b>\$ 49.632.599</b>	<b>\$ 17.346.278</b>	<b>\$ 6.408.969</b>	<b>\$ -15.470.031</b>	<b>\$ -20.939.781</b>	<b>\$ 28.287.969</b>	<b>\$ 44.697.219</b>	<b>\$ 25.006.119</b>	<b>\$ 6.408.969</b>	<b>\$ 17.348.469</b>	<b>\$ 28.287.969</b>	<b>\$ 50.166.969</b>
<b>INGRESOS - EGRESOS - PATRIMONIO, acumulado</b>	<b>\$ -662.534.801</b>	<b>\$ -645.188.523</b>	<b>\$ -638.779.553</b>	<b>\$ -654.249.584</b>	<b>\$ -675.189.365</b>	<b>\$ -646.901.395</b>	<b>\$ -602.204.176</b>	<b>\$ -577.198.057</b>	<b>\$ -570.789.087</b>	<b>\$ -553.440.618</b>	<b>\$ -525.152.649</b>	<b>\$ -474.985.679</b>

## Costos fijos y variables en tablas adicionales año 2024

AÑO 2024											
ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
\$ 121.803.385	\$ 85.978.860	\$ 71.649.050	\$ 42.989.430	\$ 35.824.525	\$ 100.308.670	\$ 121.803.385	\$ 96.009.727	\$ 71.649.050	\$ 85.978.860	\$ 100.308.670	\$ 128.968.290
\$ 489.753	\$ 326.502	\$ 261.202	\$ 130.601	\$ 97.951	\$ 391.802	\$ 489.753	\$ 372.212	\$ 261.202	\$ 326.502	\$ 391.802	\$ 522.403
\$ 122.293.138	\$ 86.305.362	\$ 71.910.252	\$ 43.120.031	\$ 35.922.476	\$ 100.700.472	\$ 122.293.138	\$ 96.381.939	\$ 71.910.252	\$ 86.305.362	\$ 100.700.472	\$ 129.490.693
\$ 122.293.138	\$ 86.305.362	\$ 71.910.252	\$ 43.120.031	\$ 35.922.476	\$ 100.700.472	\$ 122.293.138	\$ 96.381.939	\$ 71.910.252	\$ 86.305.362	\$ 100.700.472	\$ 129.490.693
\$ 23.142.643	\$ 16.335.983	\$ 13.613.320	\$ 8.167.992	\$ 6.806.660	\$ 19.058.647	\$ 23.142.643	\$ 18.241.848	\$ 13.613.320	\$ 16.335.983	\$ 19.058.647	\$ 24.503.975
\$ 7.486.970	\$ 7.988.597	\$ 8.523.833	\$ 9.094.930	\$ 9.704.291	\$ 10.354.478	\$ 11.048.228	\$ 11.788.459	\$ 12.578.286	\$ 13.421.031	\$ 14.320.240	\$ 15.279.697
\$ 27.096.663	\$ 27.096.663	\$ 27.096.663	\$ 27.096.663	\$ 27.096.663	\$ 27.096.663	\$ 27.096.663	\$ 27.096.663	\$ 27.096.663	\$ 27.096.663	\$ 27.096.663	\$ 27.096.663
\$ 57.726.277	\$ 51.421.244	\$ 49.233.816	\$ 44.359.585	\$ 43.607.614	\$ 56.509.789	\$ 61.287.535	\$ 57.126.971	\$ 53.288.269	\$ 56.853.678	\$ 60.475.551	\$ 66.880.335
\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003
\$ 62.663.280	\$ 56.358.247	\$ 54.170.819	\$ 49.296.588	\$ 48.544.617	\$ 61.446.792	\$ 66.224.537	\$ 62.063.974	\$ 58.225.272	\$ 61.790.681	\$ 65.412.554	\$ 71.817.338
\$ 62.663.280	\$ 56.358.247	\$ 54.170.819	\$ 49.296.588	\$ 48.544.617	\$ 61.446.792	\$ 66.224.537	\$ 62.063.974	\$ 58.225.272	\$ 61.790.681	\$ 65.412.554	\$ 71.817.338
\$ 59.629.858	\$ 29.947.115	\$ 17.739.433	\$ -6.176.557	\$ -12.622.141	\$ 39.253.681	\$ 56.068.601	\$ 34.317.966	\$ 13.684.980	\$ 24.514.681	\$ 35.287.918	\$ 57.673.355
\$ -415.355.821	\$ -385.408.706	\$ -367.669.273	\$ -373.845.831	\$ -386.467.972	\$ -347.214.291	\$ -291.145.690	\$ -256.827.725	\$ -243.142.745	\$ -218.628.064	\$ -183.340.145	\$ -125.666.790

## Costos fijos y variables en tablas adicionales año 2025 / enero 2026

AÑO 2025													AÑO 2026	
ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO		
\$ 136.133.195	\$ 100.308.670	\$ 85.978.860	\$ 57.319.240	\$ 50.154.335	\$ 114.638.480	\$ 136.133.195	\$ 110.339.537	\$ 85.978.860	\$ 100.308.670	\$ 114.638.480	\$ 143.298.100	\$ 136.133.195		
\$ 522.566	\$ 348.378	\$ 278.702	\$ 139.351	\$ 104.513	\$ 418.053	\$ 522.566	\$ 397.151	\$ 278.702	\$ 348.378	\$ 418.053	\$ 557.404	\$ 522.566		
\$ 136.655.761	\$ 100.657.048	\$ 86.257.562	\$ 57.458.591	\$ 50.258.848	\$ 115.056.533	\$ 136.655.761	\$ 110.736.688	\$ 86.257.562	\$ 100.657.048	\$ 115.056.533	\$ 143.855.504	\$ 136.655.761		
\$ 136.655.761	\$ 100.657.048	\$ 86.257.562	\$ 57.458.591	\$ 50.258.848	\$ 115.056.533	\$ 136.655.761	\$ 110.736.688	\$ 86.257.562	\$ 100.657.048	\$ 115.056.533	\$ 143.855.504	\$ 136.655.761		
\$ 25.865.307	\$ 19.058.647	\$ 16.335.983	\$ 10.890.656	\$ 9.529.324	\$ 21.781.311	\$ 25.865.307	\$ 20.964.512	\$ 16.335.983	\$ 19.058.647	\$ 21.781.311	\$ 27.226.639	\$ 25.865.307		
\$ 16.303.436	\$ 17.395.766	\$ 18.561.283	\$ 19.804.889	\$ 21.131.816	\$ 22.547.648	\$ 24.058.340	\$ 25.670.249	\$ 27.390.156	\$ 29.225.296	\$ 31.183.391	\$ 33.272.679	\$ 35.501.948		
\$ 28.912.140	\$ 28.912.140	\$ 28.912.140	\$ 28.912.140	\$ 28.912.140	\$ 28.912.140	\$ 28.912.140	\$ 28.912.140	\$ 28.912.140	\$ 28.912.140	\$ 28.912.140	\$ 28.912.140	\$ 28.912.140		
\$ 71.080.883	\$ 65.366.554	\$ 63.809.406	\$ 59.607.684	\$ 59.573.280	\$ 73.241.099	\$ 78.835.787	\$ 75.546.901	\$ 72.638.279	\$ 77.196.084	\$ 81.876.842	\$ 89.411.457	\$ 90.279.395		
\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003	\$ 4.937.003		
\$ 76.017.886	\$ 70.303.556	\$ 68.746.409	\$ 64.544.687	\$ 64.510.283	\$ 78.178.102	\$ 83.772.790	\$ 80.483.904	\$ 77.575.282	\$ 82.133.086	\$ 86.813.845	\$ 94.348.460	\$ 95.216.398		
\$ 76.017.886	\$ 70.303.556	\$ 68.746.409	\$ 64.544.687	\$ 64.510.283	\$ 78.178.102	\$ 83.772.790	\$ 80.483.904	\$ 77.575.282	\$ 82.133.086	\$ 86.813.845	\$ 94.348.460	\$ 95.216.398		
\$ 60.637.876	\$ 30.353.491	\$ 17.511.153	\$ -7.086.096	\$ -14.251.434	\$ 36.878.431	\$ 52.882.971	\$ 30.252.784	\$ 8.682.280	\$ 18.523.961	\$ 28.242.688	\$ 49.507.044	\$ 41.439.364		
\$ -65.028.914	\$ -34.675.423	\$ -17.164.270	\$ -24.250.366	\$ -38.501.800	\$ -1.623.369	\$ 51.259.603	\$ 81.512.386	\$ 90.194.667	\$ 108.718.628	\$ 136.961.316	\$ 186.468.360	\$ 227.907.724		

## Proyecciones ingresos por ventas

**Tabla 11. Proyecciones de ingresos por ventas (mensual) 2023**

PROYECCIONES DE VENTAS AÑO 2023												
MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Porcentaje de ocupación	75%	50%	40%	20%	15%	60%	75%	57%	40%	50%	60%	80%
<b>Total estadia</b>	<b>\$ 100.725.000</b>	<b>\$ 67.150.000</b>	<b>\$ 53.720.000</b>	<b>\$ 26.860.000</b>	<b>\$ 20.145.000</b>	<b>\$ 80.580.000</b>	<b>\$ 100.725.000</b>	<b>\$ 76.551.000</b>	<b>\$ 53.720.000</b>	<b>\$ 67.150.000</b>	<b>\$ 80.580.000</b>	<b>\$ 107.440.000</b>
Porcentaje de convenio	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%
Rutas de ciclomontañismo												
alquiler de bicicleta	\$ 81.000	\$ 54.000	\$ 43.200	\$ 21.600	\$ 16.200	\$ 64.800	\$ 81.000	\$ 61.560	\$ 43.200	\$ 54.000	\$ 64.800	\$ 86.400
Deportes acuaticos	\$ 162.000	\$ 108.000	\$ 86.400	\$ 43.200	\$ 32.400	\$ 129.600	\$ 162.000	\$ 123.120	\$ 86.400	\$ 108.000	\$ 129.600	\$ 172.800
Ruta ecologica	\$ 40.500	\$ 27.000	\$ 21.600	\$ 10.800	\$ 8.100	\$ 32.400	\$ 40.500	\$ 30.780	\$ 21.600	\$ 27.000	\$ 32.400	\$ 43.200
Avistamiento de aves	\$ 67.500	\$ 45.000	\$ 36.000	\$ 18.000	\$ 13.500	\$ 54.000	\$ 67.500	\$ 51.300	\$ 36.000	\$ 45.000	\$ 54.000	\$ 72.000
Restaurantes en la cabecera municipal	\$ 33.750	\$ 22.500	\$ 18.000	\$ 9.000	\$ 6.750	\$ 27.000	\$ 33.750	\$ 25.650	\$ 18.000	\$ 22.500	\$ 27.000	\$ 36.000
Cabalgata y alquiler de caballo	\$ 74.250	\$ 49.500	\$ 39.600	\$ 19.800	\$ 14.850	\$ 59.400	\$ 74.250	\$ 56.430	\$ 39.600	\$ 49.500	\$ 59.400	\$ 79.200
<b>Total Convenio</b>	<b>\$ 459.000</b>	<b>\$ 306.000</b>	<b>\$ 244.800</b>	<b>\$ 122.400</b>	<b>\$ 91.800</b>	<b>\$ 367.200</b>	<b>\$ 459.000</b>	<b>\$ 348.840</b>	<b>\$ 244.800</b>	<b>\$ 306.000</b>	<b>\$ 367.200</b>	<b>\$ 489.600</b>
<b>6,70% Anual</b>												
AÑO 2024												
MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Porcentaje de ocupación	85%	60%	50%	30%	25%	70%	85%	67%	50%	60%	70%	90%
<b>Total</b>	<b>\$ 121.803.385</b>	<b>\$ 85.978.860</b>	<b>\$ 71.649.050</b>	<b>\$ 42.989.430</b>	<b>\$ 35.824.525</b>	<b>\$ 100.308.670</b>	<b>\$ 121.803.385</b>	<b>\$ 96.009.727</b>	<b>\$ 71.649.050</b>	<b>\$ 85.978.860</b>	<b>\$ 100.308.670</b>	<b>\$ 128.968.290</b>
Porcentaje de convenio	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%
Rutas de ciclomontañismo												
alquiler de bicicleta	\$ 86.427	\$ 57.618	\$ 46.094	\$ 23.047	\$ 17.285	\$ 69.142	\$ 86.427	\$ 65.685	\$ 46.094	\$ 57.618	\$ 69.142	\$ 92.189
Deportes acuaticos	\$ 172.854	\$ 115.236	\$ 92.189	\$ 46.094	\$ 34.571	\$ 138.283	\$ 172.854	\$ 131.369	\$ 92.189	\$ 115.236	\$ 138.283	\$ 184.378
Ruta ecologica	\$ 43.214	\$ 28.809	\$ 23.047	\$ 11.524	\$ 8.643	\$ 34.571	\$ 43.214	\$ 32.842	\$ 23.047	\$ 28.809	\$ 34.571	\$ 46.094
Avistamiento de aves	\$ 72.023	\$ 48.015	\$ 38.412	\$ 19.206	\$ 14.405	\$ 57.618	\$ 72.023	\$ 54.737	\$ 38.412	\$ 48.015	\$ 57.618	\$ 76.824
Restaurantes en la cabecera municipal	\$ 36.011	\$ 24.008	\$ 19.206	\$ 9.603	\$ 7.202	\$ 28.809	\$ 36.011	\$ 27.369	\$ 19.206	\$ 24.008	\$ 28.809	\$ 38.412
Cabalgata y alquiler de caballo	\$ 79.225	\$ 52.817	\$ 42.253	\$ 21.127	\$ 15.845	\$ 63.380	\$ 79.225	\$ 60.211	\$ 42.253	\$ 52.817	\$ 63.380	\$ 84.506
<b>Total Convenio</b>	<b>\$ 489.753</b>	<b>\$ 326.502</b>	<b>\$ 261.202</b>	<b>\$ 130.601</b>	<b>\$ 97.951</b>	<b>\$ 391.802</b>	<b>\$ 489.753</b>	<b>\$ 372.212</b>	<b>\$ 261.202</b>	<b>\$ 326.502</b>	<b>\$ 391.802</b>	<b>\$ 522.403</b>
<b>6,70% Anual</b>												

*Proyecciones de ingresos por ventas (mensual) 2025*

AÑO 2025												
MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Porcentaje de ocupación	95%	70%	60%	40%	35%	80%	95%	77%	60%	70%	80%	100%
<b>Total</b>	<b>\$ 136.133.195</b>	<b>\$ 100.308.670</b>	<b>\$ 85.978.860</b>	<b>\$ 57.319.240</b>	<b>\$ 50.154.335</b>	<b>\$ 114.638.480</b>	<b>\$ 136.133.195</b>	<b>\$ 110.339.537</b>	<b>\$ 85.978.860</b>	<b>\$ 100.308.670</b>	<b>\$ 114.638.480</b>	<b>\$ 143.298.100</b>
Porcentaje de convenio	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%
Rutas de ciclomontañismo												
alquiler de bicicleta	\$ 92.218	\$ 61.478	\$ 49.183	\$ 24.591	\$ 18.444	\$ 73.774	\$ 92.218	\$ 70.085	\$ 49.183	\$ 61.478	\$ 73.774	\$ 98.365
Deportes acuaticos	\$ 184.435	\$ 122.957	\$ 98.365	\$ 49.183	\$ 36.887	\$ 147.548	\$ 184.435	\$ 140.171	\$ 98.365	\$ 122.957	\$ 147.548	\$ 196.731
Ruta ecologica	\$ 46.109	\$ 30.739	\$ 24.591	\$ 12.296	\$ 9.222	\$ 36.887	\$ 46.109	\$ 35.043	\$ 24.591	\$ 30.739	\$ 36.887	\$ 49.183
Avistamiento de aves	\$ 76.848	\$ 51.232	\$ 40.986	\$ 20.493	\$ 15.370	\$ 61.478	\$ 76.848	\$ 58.404	\$ 40.986	\$ 51.232	\$ 61.478	\$ 81.971
Restaurantes en la cabecera municipal	\$ 38.424	\$ 25.616	\$ 20.493	\$ 10.246	\$ 7.685	\$ 30.739	\$ 38.424	\$ 29.202	\$ 20.493	\$ 25.616	\$ 30.739	\$ 40.986
Cabalgata y alquiler de caballo	\$ 84.533	\$ 56.355	\$ 45.084	\$ 22.542	\$ 16.907	\$ 67.626	\$ 84.533	\$ 64.245	\$ 45.084	\$ 56.355	\$ 67.626	\$ 90.168
<b>Total Convenio</b>	<b>\$ 522.566</b>	<b>\$ 348.378</b>	<b>\$ 278.702</b>	<b>\$ 139.351</b>	<b>\$ 104.513</b>	<b>\$ 418.053</b>	<b>\$ 522.566</b>	<b>\$ 397.151</b>	<b>\$ 278.702</b>	<b>\$ 348.378</b>	<b>\$ 418.053</b>	<b>\$ 557.404</b>



**Tabla 12.** *Proyecciones de ingresos por convenios*

<b>Convenios Empresas aliadas</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>% por convenio</b>
Rutas de ciclomontañismo alquiler de bicicleta	\$ 60.000	\$ 6.000
Deportes acuáticos	\$ 120.000	\$ 12.000
Ruta ecológica	\$ 30.000	\$ 3.000
Avistamiento de aves	\$ 50.000	\$ 5.000
Restaurantes en la cabecera municipal	\$ 25.000	\$ 2.500
Cabalgata y alquiler de caballo	\$ 55.000	\$ 5.500

## Capital de trabajo

Una vez se pone en marcha un proyecto, se presenta diferencia de tiempo de producción, venta y cobro que hace que la empresa no siempre empiece a recibir dinero desde su apertura, sin embargo, si necesita recursos para responder a los costos y gastos presentes, así que es necesario contar con un flujo de caja, que permita solventarlos.

Contablemente el capital de trabajo es la diferencia entre activos y los pasivos corrientes. Entonces, para calcularlo, simplemente siga la fórmula:  $NWC = CA - CL$ . Los activos corrientes se refieren al efectivo en caja, inversiones financieras, cuentas por pagar y por cobrar, acciones, gastos, materias primas, valores, depósitos bancarios, transacciones bancarias y gastos prepagos. Por lo tanto, son los activos y derechos que pueden convertirse en efectivo a corto plazo. Los pasivos corrientes son todas las obligaciones que normalmente deben pagarse dentro de un año, como préstamos bancarios, deudas con proveedores internos y externos, provisiones y ciertas cuentas por pagar.

El capital de trabajo es un presupuesto inicial necesario para realizar las operaciones cotidianas antes de obtener ingresos suficientes que sirvan para cubrir los egresos. En general, entre otros, los recursos del capital de trabajo servirán para pagar los siguientes gastos:

1. Remuneraciones del personal
2. Materias primas e insumos
3. Agua, electricidad
4. Alquiler local
5. Teléfono

6. Internet
7. Seguros
8. Comisiones
9. Publicidad
10. Otros

El capital de trabajo se determinará elaborando el flujo de caja mensual para el primer año del negocio:

6.7% anual

**Tabla 13.** *Flujo de caja mensual*

<b>Gastos administracion</b>	<b>Vr. / mes</b>
Personal de administración (*)	\$ 6.619.842
Caja menor	\$ 200.000
Depreciación muebles y enseres	\$ 100.000
Depreciación equipos de cómputo	\$ 67.000
Papelería	\$ 30.000
<b>Total</b>	<b>\$ 7.016.842</b>

**Tabla 14.** *Saldos acumulados (en miles)*

	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>JN</b>	<b>JL</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>
Flujo mensual	7900000	7900000	7900000	7900000	7900000	7900000	7900000	7900000	7900000	7900000	7900000	7900000
Flujo acumulado						658333000						

A partir del cuadro anterior se puede determinar el monte de capital de trabajo que se requiere.

### Inversiones

La inversión inicial, descripción los conceptos que incluyen este rubro y presentar su respectiva tabla. Por ejemplo, inversión en activos fijos, inversión en gastos de instalación y puesta en marcha e inversión en capital de trabajo.

**Tabla 15.** *Equipos de oficina*

Descripción equipos oficina					
Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Costo total	Costo instalación	Valor total
Computador de escritorio marca dell	4	\$ 2.000.000	\$ 8.000.000	\$ -	\$ 8.000.000
Mesas de oficina en madera de pino	4	\$ 700.000	\$ 2.800.000	\$ 200.000,00	\$ 3.000.000
Silla oficina ergonómica	4	\$ 570.000	\$ 2.280.000	\$ 250.000,00	\$ 2.530.000
impresora hp con escaner	4	\$ 450.000	\$ 1.800.000	\$ -	\$ 1.800.000
<b>TOTAL</b>					\$ 15.330.000

**Tabla 16.** *Maquinaria y elementos operativos*

Descripción maquinaria y elementos operativos			
Conceptos	Cantidad	Valor u	Valor t
manto acrílico 120 x 150cm	100	\$ 49.990	\$ 4.999.000
juego de sabanas hotelera blancas doble 1.40 x 1.90 x 25	100	\$ 59.500	\$ 5.950.000
Almohadas hoteleras 50 x 70 Set x2 Fibra Sintética	100	\$ 69.900	\$ 6.990.000
base cama dividida de lujo king side	15	\$ 719.900	\$ 10.798.500
colchón king vital advanced	15	\$ 1.489.900	\$ 22.348.500

cobija franel	100	\$ 99.990	\$ 9.999.000
colchón sencillo dublín intermedio	15	\$ 499.900	\$ 7.498.500
base cama sencilla moaco 195	15	\$ 286.900	\$ 4.303.500
kit toalla de manos blanco	100	\$ 32.782	\$ 3.278.200
Toalla de cuerpo 550	100	\$ 43.900	\$ 4.390.000
lavadora automatica de 19 kg gris mabe	3	\$ 2.727.900	\$ 8.183.700
<b>Total</b>			\$ 88.738.900

**Tabla 17. Infraestructura**

<b>Infraestructura</b>			
<b>Conceptos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
cabaña prefabricada estilo madera cuadrada de 6m x 6m	10	\$ 15.000.000	\$ 150.000.000
cabaña prefabricada estilo burbuja circular 4m x 4m	10	\$ 18.000.000	\$ 180.000.000
cabaña prefabricada estilo indio con forma triangular de 4m x 4m	10	\$ 8.000.000	\$ 80.000.000
Jacuzzi 2m x 2m	20	\$ 6.000.000	\$ 120.000.000
Parqueaderos en piedra	10	\$ 500.000	\$ 5.000.000
Parqueaderos cubiertos	20	\$ 600.000	\$ 12.000.000
colchón sencillo dublín intermedio	15	\$ 499.900	\$ 7.498.500
<b>Total</b>			\$ 554.498.500

**Tabla 18. Redes sociales**

<b>Redes sociales</b>			
<b>Conceptos</b>	<b>Cantidad</b>		<b>Valor total</b>
Instagram	4	\$	1.200.000
Facebook	4	\$	1.200.000
Influencers	4	\$	20.000.000
Publicidad	3	\$	5.000.000
Youtube	4	\$	1.200.000
<b>Total</b>			\$ 28.600.000

**Tabla 19. Inversión Total**

<b>Inversión total</b>			
<b>Rubro</b>	<b>Concepto</b>		<b>Valor</b>
Activos fijos	Maquinaria y elementos operativos	\$	88.738.900
	Equipo de oficina	\$	15.330.000
	infraestructura	\$	554.498.500
<b>Instalaciones y puesta en marcha</b>			
Capital de trabajo	Gastos legales de constitución	\$	6.000.000
	Marketing	\$	28.600.000
	Arriendo predio	\$	25.000.000
<b>Total</b>			\$ 718.167.400

a. Fuentes de capital de inversión donde se relaciona cuáles las opciones para la conformación del dinero necesario para empezar a operar. Es decir, si será capital propio o a través de un tercero y si es éste último proyecciones de costo de capital.

## Conclusiones

Cuando hablamos de un proyecto de investigación decimos que esta es una gran parte que surge de una idea de negocio ya que este conlleva a todo el concepto que nos encamina hacia un producto final estructurado y con bases sólidas, el cual va enfocado a adentrarnos en el mundo del mercado para obtener conocimiento y entendimiento tanto del consumidor como del sector a los que se van a beneficiar.

El Glamping en Colombia ha ido en aumento y ya es una gran ventaja de negocio ya que muchas personas buscan salir de sus rutinas y buscar un alojamiento cómodo por lo que podemos decir que este sector va en aumento y va a generar un impacto social y económico al país, junto a la oferta y a la demanda que tenemos actualmente va en crecimiento. Por tanto, impacto interesante para las organizaciones locales en la medida en que ellos se convierten en prestadores de los servicios turísticos complementarios y alternativos para el servicio de Glamping en Colombia ya que las regiones cada día van en crecimiento con respecto a otros tiempos.

Al estar en el sector turístico hotelero, las plataformas como Trivago y BooKing, son plataformas tecnológicas que cuentan con un alto número de clientes que buscan una alternativa más clara y que sea confiable a la hora de buscar alojamiento, siendo estas plataformas canales claves, complementarios y alternativos, para el proyecto y con este mecanismo alcanzar a llegar a más personas interesadas en este tipo de servicios que se van a ofrecer.

El desing thinking es una metodología que está inspirada en la práctica creativa de los problemas o cuestionamiento objetivos que nos lleven a conseguir un mejor resultado es como la capacidad esencial de combinar la empatía, la creatividad y a racionalidad para dar satisfacción a las necesidades del cliente y el éxito de la empresa.

En este proyecto La proyección es demasiado importante a la hora de realizar los estados financieros ya que es una parte fundamental en el mundo empresarial y especialmente en las pequeñas y medianas empresas por lo que va en aumento y cuando se demuestra que existe una oportunidad de negocio, resulta más factible adquirir los recursos necesarios para acometer el proyecto y llevarlo a un buen término.



## Bibliografía

- Alcaldía de Medellín & COMFAMA. (2012). *Revisión conceptual sobre emprendimiento social*. En *Empresas sociales (P 3-29)*. Recuperado de:  
[https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi\\_n\\_conceptual\\_sobre\\_el\\_empre](https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi_n_conceptual_sobre_el_empre)
- Camacho, L. D. (2020). *Empresas sociales*. Recuperado de:  
<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31810>
- Colombia Joven [Colombia Joven]. (2014). *¿Qué es Innovación Social?* [Archivo de video].  
Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=MKFltzF6ToA>
- Curto Grau, Marta (2012). *Los emprendedores sociales. Innovación al servicio del cambio*.  
Recuperado de: <http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/>
- De Barrera Ernesto (2007). *La empresa social y su responsabilidad social*. Revista Innovar. No. 30, abril 2007. ISSN: 0121-5051. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v17n30/v17n30a05.pdf>
- Domanski, D. (Ed.), Monge, N. (Ed.) y Quitiaquez, G. (Ed.). (2016). *Innovación social en Latinoamérica (capítulo 1 y 5)*. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/126053>
- Gloria Pérez Serrano. (2016). *Diseño de Proyectos Sociales: Aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación*. Narcea Ediciones. (pp.31-100). <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/46246>

*Iberoamérica*. Recuperado de: <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/44577](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/44577)

Mapa de atracción de clientes - Design Thinking en Español

Mejía Martínez, A. (19,11,2018). *OVI UNIDAD 2 Innovación Social*. [Archivo de video].

Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10596/21688>

Mejía Martínez, A. (28,06,2017). *OVI Unidad dos. El emprendimiento social*. [Archivo de

video]. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10596/12450>

Merino de Diego. (2014). *El emprendimiento social: un territorio de aprendizaje para la*

*superación de un modelo en crisis*. *Revista ICADE*. N° 91, págs. 173-199, enero -abril de

2014. ISSN: 1889-7045. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11531/20217>

Meza Orozco, J. de J. (2010). Evaluación financiera de proyectos (pp.113-145). Vol. 2. ed. Ecoe ediciones.

<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=478467&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Pablo, J. D., & Uribe, J. (2017). *Experiencias de emprendimiento social en*