

**Evaluación financiera de proyecto de emprendimiento  
Eco Granja y Glamping Pueblo Viejo Moniquirá**

Laura Patricia Vargas Pinzón

Liceth Lorena Tovar Cedano

Luis Alejandro Suarez Cuatin

**Universidad Piloto de Colombia**

**Especialización en Gerencia y Administración Financiera**

**Programa de Ingeniería Financiera**

**2022.**



## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a los emprendedores, a los profesores, a estudiantes, a nuestras familias y demás personas que leen esta publicación. Hemos alcanzado nuestros objetivos, día a día fue un momento diferente, estudiar después de vivir una pandemia no fue fácil, sin embargo, esto nos aportó a hacer esta especialización de manera virtual y hoy ser felices por nuestros objetivos cumplidos.

## **AGRADECIMIENTOS**

Inicialmente a Dios, por la oportunidad, a la vida por nuestra salud para vivir cada experiencia, a los profesores por su metodología virtual, a la universidad por la herramienta para ser de cada clase una nueva práctica, a nuestras familias por su apoyo incondicional, a nuestros hijos porque sacrificamos tiempo, a nuestras parejas por su compañía y apoyo para permitir escuchar y aprender en cada momento, y a cada una de las personas que aportaron y no mencionamos, ¡Gracias!

**Nota Aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Firmas de Jurados**

---

---

---

---

---

---

---

## Tabla de Contenido

Introducción.....	16
Delimitación del Ejercicio de Investigación.....	18
Problema.....	19
Hipótesis o pregunta del problema. ....	20
Objetivos.....	20
Objetivo general .....	20
Objetivos específicos.....	21
Marco de referencia .....	21
Marco Conceptual.....	21
Marco Teórico .....	23
Marco Legal.....	42
Capítulo 1: Estudio de Viabilidad Comercial.....	43
Capítulo 2: Propuesta de negocio de hospedaje para evaluar la viabilidad financiera del proyecto. ....	59
Capítulo 3: Simulaciones financieras que permitan la sostenibilidad del proyecto en el corto, mediano y largo plazo.....	62
Conclusiones.....	97
Recomendaciones .....	99
Bibliografía.....	100
Anexos .....	103

### Lista de tablas

Tabla 1 Modelo financiero _____	61
Tabla 2 Modelo financiero _____	61
Tabla 3 Balance general _____	63
Tabla 4 Adquisición activos fijos proyecto Eco Glamping Pueblo Viejo _____	65
Tabla 5 Amortización de la deuda 2022 - 2027 _____	66
Tabla 6 Detalle de utilidades 2022 - 2027 _____	66
Tabla 7 Estado de resultados _____	67
Tabla 8 Clasificación temporadas alta y baja para un año. _____	68
Tabla 9 Proyección tarifa hospedaje _____	68
Tabla 10 Proyección ocupación hospedaje con escenario optimista, realista y pesimista. _____	69
Tabla 11 Proyección ventas pasadía _____	70
Tabla 12 Proyección ocupación pasadía con escenario optimista, realista y pesimista	70
Tabla 13 Proyección costos variables para hospedaje y pasadía _____	71
Tabla 14 Flujo de efectivo Eco Glamping Pueblo Viejo 2022 – 2027 _____	72
Tabla 15 Indicadores de liquidez _____	74
Tabla 16 Ciclos de rotación _____	76
Tabla 17 Indicadores de apalancamiento _____	79
Tabla 18 Indicadores de endeudamiento _____	80
Tabla 19 Indicadores de rentabilidad _____	82
Tabla 20 Margen operacional _____	84
Tabla 21 Rentabilidad de patrimonio ROE _____	85
Tabla 22 Rentabilidad del activo ROA _____	86

Tabla 23 Margen EBITDA	87
Tabla 24 EBIT	88
Tabla 25 Estructura de capital	89
Tabla 26 WACC	90
Tabla 27 Indicadores de viabilidad	91
Tabla 28 Flujos de caja optimista	91
Tabla 29 Flujos de caja real	92
Tabla 30 Flujos de caja pesimista	92
Tabla 31 Valor residual	93
Tabla 32 Sensibilidad de las variables	96



**Lista de Figuras**

Figura 1 Margen EBITDA _____	87
Figura 2 EBIT _____	88
Figura 3 Estructura de capital _____	89
Figura 4 WACC _____	90

### Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Diseño glamping _____	18
Ilustración 2 Diseño glamping _____	18
Ilustración 3 Cuadro de la sostenibilidad en el tiempo _____	19
Ilustración 4 Modelo CANVAS _____	20
Ilustración 5 Tipos de domos _____	22
Ilustración 6 Tipo de establecimiento _____	28
Ilustración 7 Servicios complementarios _____	29
Ilustración 8 Capacidad de recepción _____	29
Ilustración 9 Ubicación _____	31
Ilustración 10 Mapa de Moniquirá _____	32
Ilustración 11 Ubicación geográfica _____	33
Ilustración 12 Edad _____	34
Ilustración 13 Genero y permanencia _____	35
Ilustración 14 Procedencia y motivación _____	36
Ilustración 15 Numero de lugares visitados y actividades _____	37
Ilustración 16 Difusión y transporte _____	38
Ilustración 17 Dificultad de llegada y personas por grupos _____	39
Ilustración 18 Característica del grupo y gasto diario _____	40
Ilustración 19 Satisfacción y necesidades _____	41
Ilustración 19 Rango de edad _____	45
Ilustración 21 Frecuencia de los sitios turísticos _____	46
Ilustración 22 Sabe que es un glamping? _____	47
Ilustración 19 Ha tenido experiencia en alguna modalidad de Glamping y pasadía ____	47
Ilustración 24 Frecuencia de visita a glamping _____	48

Ilustración 25 Le gusta disfrutar de una glamping _____	49
Ilustración 26 Cuanto dinero estaría dispuesto a gastase en alojamiento por noche __	50
Ilustración 27 Que actividades harías en nuestro glamping _____	50
Ilustración 28 Inclusión de animales como idea innovadora en los glamping _____	51
Ilustración 29 Elementos importantes para el alojamiento _____	52
Ilustración 30 Preferencia del tipo de construcción _____	52
Ilustración 31 Importancia de las mascotas en el glamping _____	53
Ilustración 32 Pagaría adicionalmente una tarifa adicional por la estadía de las mascotas _____	54
Ilustración 33 Bicicampamento la Gaitana. _____	55
Ilustración 34 Bicicampamento la Gaitana. _____	56
Ilustración 35 Hospedaje San Nicolás _____	57
Ilustración 36 Hospedaje San Nicolas _____	58

## Resumen

La Propuesta planteada en el siguiente trabajo de especialización, tiene como finalidad la estructuración de un modelo de negocio tipo Glamping ecológico en el municipio de Moniquirá (Boyacá).

Después de analizar la viabilidad del negocio de hospedaje tipo Glamping, el crecimiento del país en sus diferentes modalidades y analizando diferentes tesis científicas y negocios en marcha desde el año 2010; se concluye que tiene viabilidad financiera en los diferentes sectores del territorio colombiano.

Se presenta a continuación un negocio innovador donde se unen varios factores importantes en la actualidad mundial. El descanso, la integración familiar y la interacción con el medio ambiente.

Para el planteamiento de los problemas a solucionar se tomaron dos herramientas: La metodología de los cinco por qué y la lluvia de ideas para llegar al problema principal de la estructuración del modelo de negocio. Con ellas se logra fijar objetivos a estructurar en el horizonte a desarrollar para la finalidad del proyecto.

Se realizaron diferentes análisis del sector cultural, demográfico y sociológico del municipio de Moniquirá, análisis de la demanda y la oferta de los municipios cercanos en negocios tipo Glamping. Se observaron estudios turísticos de movilidad y una encuesta específica a los usuarios del negocio con un universo de 102 personas, la cual fue tabulada y con resultados interesantes para la oferta del negocio en factores de servicios y precios más buscados, la demanda que se quiere cautivar y los servicios alternos a ofrecer.

Luego de contar con estos factores importantes se procede por medio del modelo CANVAS a realizar el enfoque del negocio en los aspectos esenciales que se necesitan para la construcción de este, se desarrollan los objetivos específicos para la finalidad del proyecto.

Contando con los factores esenciales y el horizonte del negocio se plantea un modelo financiero de un negocio con estructura de 5 años inicialmente donde se aplican las herramientas esenciales de las finanzas y la administración, como estados financieros proyectados, indicadores financieros, Inductores de valor, matriz de Montecarlo, VPN, TIR, sensibilización de sus principales variables, planteamiento de tres escenarios y modelaje financiero.

En el último tramo del trabajo se obtiene un análisis financiero del proyecto y las conclusiones sobre la estructuración del modelo financiero del negocio, los resultados de las diferentes herramientas planteadas y los escenarios posibles en la ejecución de este, obteniendo el resultado residual de los años siguientes después del quinto año y revisando si tiene sostenibilidad en el corto mediano y largo plazo.

**Palabras clave:** Turismo, Senderismo, Naturaleza, Gastronomía, Sostenibilidad.

### **Abstract**

The Proposal raised in the following specialization work, has as its purpose the structuring of an ecological Glamping type business model in the municipality of Moniquirá (Boyacá).

After analyzing the viability of the Glamping type lodging business, the growth of the country in its different modalities and analyzing different scientific theses and businesses in progress since 2010; It is concluded that it has financial viability in the different sectors of the Colombian territory.

An innovative business is presented below where several important factors in today's medium come together. Rest, family integration and interaction with the environment.

Medium approach of the problems to be solved, two tools were taken: The methodology of the five whys and the brainstorming to reach the main medium of the structuring of the business model. With them, it is medium to set objectives to be structured in the horizon to be developed for the purpose of the medium.

Different analyzes of the cultural, demographic and sociological sector of the municipality of Moniquirá, medium of the demand and supply of nearby municipalities in Glamping-type businesses were carried out. Mobility tourism studies and a specific survey of business users were observed with a medium of 102 people, which was tabulated and with interesting results for the business offer in terms of services and prices most sought after, the demand that is wanted to captivate and the alternative services to offer.

After having these important factors, we proceed through the CANVAS model to focus the business on the essential aspects that are needed for its construction, the specific objectives for the purpose of the medium are developed.

With the essential factors and the business horizon, a financial médium a business with a 5-year structure is initially proposed, where the essential tools of finance and administration are applied, such as projected financial statements, financial indicators, value drivers, matrix of Montecarlo, NPV, IRR, awareness of its main variables, approach of three scenarios and financial modeling.

In the last section of the work, a financial médium of the médium and the conclusions on the structuring of the financial médium the business, the results of the different tools proposed and the médium scenarios in its execution are obtained, obtaining the residual médium of the following years. After the fifth year and reviewing whether it is sustainable in the short, médium and long term.

**Key words:** Tourism, Hiking, Nature, Gastronomy, Sustainability.

## Introducción

Este proyecto se realizará en el municipio de Moniquirá ubicado a 56 km de la capital del departamento de Boyacá, en la cabecera urbana del municipio, el proyecto es un emprendimiento familiar que surge de la necesidad del aprovechamiento de un terreno, buscando la mejor oportunidad de usufructuarlo, el terreno será entregado como aporte inicial del proyecto.

Se encuentra que el negocio tipo Glamping crece en su ocupación en porcentajes importantes en el país pasando del 45% al 65% en temporadas bajas y un 95% en temporadas altas, esta alternativa de hospedaje con glamur, pero rodeado de naturaleza está impactando positivamente el sector turístico. El uso de plataformas especializadas como AIR BNB y el grupo etario comprendido entre los 25 y 35 años muestran aceptación importante de esta modalidad de descanso y diversión en un 48% (Guio y Rosas, 2019).

El proyecto constara de 10 Glamping con capacidad para 4 personas cada uno, equipados con las comodidades necesarias para una estadía placentera, también se ofrece el servicio de pasadía y diferentes actividades enfocadas al entorno familiar, deportivo y ecológico.

El proyecto será financiado en un 30% por capital propio y se modelo una financiación externa del 70% en su fase inicial de construcción. Su ejecución se medirá en 3 etapas: construcción, desarrollo de portafolio y puesta en marcha al 100% de capacidad en un tiempo aproximado de 6 a 9 meses.

Se busca cautivar la demanda de los sectores aledaños a Boyacá y a la capital del país, se enfoca en el portafolio de servicios a los siguientes grupos sociales: familias, parejas y deportistas.

Al realizar alianzas estratégicas con proveedores de la región y medios de difusión del sector turístico para dar a conocer el proyecto, en los cuatro primeros años se buscará



llegar al punto de equilibrio y consolidar el portafolio establecido o realizar los cambios pertinentes que se acomoden mejor a la demanda.

Su personal operativo contara con la capacidad técnica y de servicio para atender los nichos de mercado que lleguen al Glamping, su sostenimiento a nivel financiero y operativo se solventara con los ingresos operacionales del negocio en la etapa 3 (puesta en marcha), y como matriz de riesgo se escogió el factor más determinante en la sostenibilidad del negocio a mediano y largo plazo: la ocupación promedio del negocio sobre el cual se modelaron varios escenarios basados en estudios de negocios similares de la región.

Sus principales competidores son negocios de campamento con glamur del sector, pero se espera que al ser enfocado a sectores familiares y deportivos sea innovador y llamativo para la demanda.

Como nichos de oferta adicionales se tendrán servicios de restaurante, tienda de víveres y contara con los parqueaderos, zonas verdes huerta, plantación de café e interacción con animales propios de estos entornos como gallinas, patos, vacas, entre otros.

A continuación, una breve muestra de los diseños arquitectónicos:



*Ilustración 1* Diseño glamping  
Fuente: arquitecto Jean Pierre Abello



*Ilustración 2* Diseño glamping  
Fuente: arquitecto Jean Pierre Abello

### **Delimitación del Ejercicio de Investigación**

El proyecto de investigación se desarrolla en el país de Colombia, municipio de Monquirá, modalidad Glamping ecológico con enfoque en familias, parejas y deportistas del ciclismo para poder conocer la delimitación de la investigación, se buscaron los factores fundamentales para el estudio del trabajo en la competencia, oferta, demanda y grupo etario en 250 km de distancia al municipio de Monquirá, se buscó el nivel de ocupación en tres escenarios posibles, pesimista, real y optimista; de este modo, vale

aclarar que el proyecto no busca la viabilidad de la modalidad de negocio en el país o los posibles resultados de la inversión, sino el sostenimiento en el corto mediano y largo plazo de una idea innovadora. Se ejecuta como un emprendimiento y la estructuración de un plan de negocios de hospedaje ecológico tipo Glamping.

### Problema

Se identifican por medio de una lluvia de ideas todos los factores importantes para el desarrollo del negocio y cuales sería el problema más sensible que se debe atacar en este emprendimiento: **SOSTENIBILIDAD EN EL TIEMPO.**



*Ilustración 3* Cuadro de la sostenibilidad en el tiempo

Fuente: Autoría propia

Después se establece la metodología de los cinco porqués para reafirmar la teoría de la lluvia de ideas:

¿Como escoger el portafolio en el tiempo?

¿Cuál es el nicho de mercado a cautivar?

¿Cuál será la ocupación promedio del sitio?

¿Cuánto flujo de caja tengo antes de la generación de ingresos?

¿La inversión inicial solventa la construcción del proyecto? (UNADE, 2021).

Teniendo la problemática más relevante y sensible se pasa a desarrollar la idea de negocio por medio del modelo CANVAS.

MODELO CANVAS				
ASOCIACIONES CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
* Proveedores de insumos * Alianzas con programas de turismo * Ingresar a plataformas de Hospedaje tipo glamping  * Fidelización con los clientes, incentivando el regreso y la motivación al	* Turismo de aventura. * Turismo rural. * Ecoturismo. * Turismo de ruta. * Hospedaje tipo glamping	de negocios de hospedaje ecológico tipo glamping en la ciudad de Moniquirá, que albergue las necesidades esenciales: comodidad, servicio, satisfacción y	información y servicios suministrados.  * Atención personalizada en ingreso al hospedaje. * Autores especializados para las actividades	* Grupos familiares  * Ciclistas
	<b>RECURSOS CLAVE</b>	<b>CANALES</b>	<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b>	<b>FUENTES DE INGRESOS</b>
	* Paisaje de la zona. * Cultura de la región. * Capital social. * Prestamo del sector bancario	Preventa y venta en sitio  * Venta de internet. * Membresías  * Ingreso a plataformas de compra	Metodología de costos ABC * Estructura de inversiones primaria, construcción del proyecto.  * Costo unitario por servicio, variable * Depreciación de los activos productivos según vida útil	* Venta de pasadías. * Venta de hospedajes * Venta de membresías  * Se va a tener medios de pago físicos y electrónicos

#### Ilustración 4 Modelo CANVAS

Fuente: Autoría propia con el modelo tomado de (Descargar Modelo, 2019).

Del modelo CANVAS se extraen las partes más esenciales para desarrollar nuestro proyecto y empezamos a ejecutar los diferentes objetivos para llevar a cabo los desarrollos específicos de la estructura de negocio (Carazo, 2022).

Hipótesis o pregunta del problema.

¿Cómo estructurar un plan de negocios tipo Glamping ecológico?

### Objetivos

#### Objetivo General

Estructurar un plan de negocios de hospedaje ecológico tipo Glamping en la ciudad de Moniquirá, que permita su sostenibilidad en el corto, mediano y largo plazo.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado del sector que permita identificar las necesidades que se tendrán en cuenta dentro del modelo de negocio.
- Presentar una propuesta de negocio de hospedaje para evaluar la viabilidad financiera del proyecto.
- Proyectar simulaciones financieras que permitan la sostenibilidad del proyecto en el corto, mediano y largo plazo.

### **Marco de referencia**

#### **Marco Conceptual**

Con la aceleración de la transformación digital en Colombia, el entorno emprendedor se ha innovado en el país.

“Según el más reciente estudio del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el 68,7% de los colombianos consideran que emprender es una elección de carrera profesional” (Forero, 2020). Basado en lo anterior y acorde a al proyecto se puede afirmar que el emprendimiento involucra a una comunidad de viajeros y anfitriones preocupados por la acelerada pérdida de biodiversidad en el mundo, que utiliza el turismo como una herramienta para unir a las personas, conectar y fortalecer a personas y empoderarlos para proteger la naturaleza.

Por ende, el turismo se presenta, como un elemento capaz de atraer emprendedores y trabajadores de diferentes profesiones.

En este caso el desarrollo sostenible es muy importante, ya que deberá asumir que la naturaleza y el medio ambiente no son una fuente perdurable de recursos, por lo que debemos educar, incentivar y proteger su protección y uso racional, promoviendo un crecimiento económico que genere riqueza para el municipio, sin afectar el medio ambiente.

A continuación, se muestran las definiciones de los términos de nuestro proyecto:

- **Turismo:** es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios (Organización Mundial del Turismo, 2022).
- **Glamping:** La definición de Glamping está ligada al cuidado del medio ambiente y a un concepto exclusivo de camping, lujo y viajes sostenibles. Aúna el ecoturismo o turismo sostenible y ecológico, de naturaleza o playa, con el cuidado de los detalles en alojamientos con encanto y hoteles diferentes. Los tipos de Glamping y el más conocido, es la tienda de campaña en sus múltiples variedades – tienda de safari, bell tent, pabellones - pero también se conocen como **Glamping** otros **tipos** de alojamientos: caravanas, eco lodge, yurta, casas en árbol, iglús o tipis (Exclusive Brands, 2021).



*Ilustración 5* Tipos de domos

Fuente: Autoría propia con el modelo tomado de (Multidomos, 2022).

- **Ecoturismo:** El **ecoturismo** o **turismo ecológico** es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la **naturaleza**. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la **ecología**; el ecoturismo está vinculado a un sentido de la **ética** ya

que, más allá del disfrute del viajero, intenta promover el bienestar de las comunidades locales (receptoras del **turismo**) y la preservación del medio natural. El turismo ecológico también busca incentivar el **desarrollo sostenible** (es decir, el crecimiento actual que no dañe las posibilidades futuras) (Pérez y Merino, 2009).

Es importante mencionar que la investigación se concentra en un proyecto diferente basado en la innovación de un espacio rural, acondicionado a vivir una experiencia familiar y deportiva en un espacio fuerte ambientalmente.

En este tipo de alojamiento permite conectar contigo mismo y con la naturaleza, experimentar la libertad, atreverse con nuevas experiencias, descubrir vistas increíbles, dormir en un lugar diferente, realizar escalada en la montaña cercana, montar en bicicleta, observar animales autóctonos o sumergirte en el agua y conocer lugares diferentes y maravillosos... todo ello sin perder la comodidad.

### **Marco Teórico**

La organización mundial de turismo OMT, hace referencia a que el turismo es la actividad de hospedaje que realizan los diferentes individuos de cualquier sector sociológico en un lugar diferente a su residencia habitual por un periodo menor a un año, desarrollando fines de descanso, trabajo o Diversión. Se demuestra según estudios de la OMT que el número de individuos movilizándose por el mundo asciende a 117 millos durante el primer trimestre del 2022 lo que proyecta un aumento interanual del 182% lo que sugiere que este sector tiene tendencia al crecimiento (Organizacion Mundial del Turismo, 2022).

Este aumento en las cifras de la movilización de turistas en Colombia conlleva a tener cuidado en enfatizar los principios de sostenibilidad y responsabilidad social con la

actividad en el país, para que no presente aspectos negativos en el entorno colombiano y consecuencias a nivel ambiental, cultural y sociológico que puedan ser irreversibles a largo plazo.

Enfocando los aspectos negativos del turismo en Colombia queremos acogernos a la vertiente del turismo sostenible para la región de Boyacá, basado en la naturaleza y el ecoturismo, aunque en el sector de la demanda o turistas lo ven de la misma manera tiene diferencias fundamentales ya que en el turismo sostenible se tienen los principios fundamentales de conservación de medio ambiente donde se realiza la actividad y la responsabilidad de salvaguardar las comunidades de su entorno, de impactos negativos.

Se evidencia que el turismo ecológico y sostenible no solo busca salvaguardar las comunidades y la conservación del medio ambiente, si no también ofrecer a sus visitantes la oportunidad de disfrutar de manera pasiva de los beneficios de este, lograr que encuentren una cercanía a la conservación concientización y valor de preservar los ecosistemas naturales del mundo y la región donde se desarrolla la actividad y a su vez lograr diversión y descanso de una manera responsable y sostenible.

En el desarrollo de la actividad del turismo ecológico y sostenible se evidencia un gran número de personas que no se sienten a gusto con lo ofrecido en las ofertas principales del turismo ecológico y sostenible, por eso surge la idea del turismo ecológico y sostenible de lujo para las personas que no quieren dejar sus lujos y comodidades y surge la idea de encontrar ese equilibrio entre la conservación el sostenimiento y la comodidad.

Para el desarrollo de los objetivos de este proyecto se aplicaron herramientas de diagnóstico: Modelo CANVAS, Matriz PESTEL, Metodología SMART y la información del sector turístico en el departamento de Boyacá y Colombia.



## **Turismo en Colombia**

Colombia es un país con un gran patrimonio cultural, diversidad climática, una exuberante geografía y una elevada biodiversidad natural (existen 311 ecosistemas) y paisajística gracias su riqueza natural, puesto que posee 3 cordilleras montañosas, 4 desiertos, una sábana tropical, 42 ríos, 4 tipos de selva y acceso a los dos océanos más grandes del mundo (Atlántico y Pacífico), costa caribeña. Ningún otro país en el mundo tiene más páramos o especies de aves (el 20% del total del mundo) y orquídeas y, según datos de la ONU, es el segundo país más biodiverso del mundo después de Brasil (ICEX, 2021).

Así lo demuestran los numerosos premios y reconocimientos recibidos como, por ejemplo, los Country Brand Awards, que designó a Colombia como mejor marca país de Latinoamérica 2020 en la categoría “Doing Tourism”, o su página web colombia.travel como la mejor web de viajes a nivel mundial 2020 según los Webby Awards, y ProColombia a la mejor agencia de promoción turística, según los World Travel Awards. Estos prestigiosos premios (conocidos como los “Óscar del Turismo”) le concedieron también 8 galardones, destacándose los premios como Destino Líder Culinario y LGBT en Suramérica. A pesar de las debilidades que presenta el país, principalmente una red de infraestructuras terrestres precaria, necesidad de mayor conectividad aérea y seguridad, Colombia está invirtiendo grandes esfuerzos económicos para convertirse en un destino turístico de prestigio y liderazgo internacional. De hecho, su gran apuesta es aprovechar su valor máspreciado, sus recursos naturales únicos, para diversificar así su oferta de productos turísticos adaptándola a todo tipo de visitantes (ICEX, 2021). De esta manera, se destacan los siguientes segmentos:

**Turismo de naturaleza.** Colombia se beneficia de sus 59 áreas naturales (equivalentes al 15,2% del territorio nacional), siendo un destino ideal para los amantes del ecoturismo. Los Parques Nacionales más visitados son Los Nevados, Isla Gorgona, Amazonas y Alta Guajira (ICEX, 2021).

**Turismo de deporte y aventura.** Las actividades de aventura más practicadas son el trekking, buceo, turismo ecuestre y pesca deportiva (Colombia Travel , 2022).

**Turismo de negocios.** Colombia es un destino ideal para eventos y convenciones internacionales, donde ciudades como Medellín, Bogotá, Cali y Barranquilla organizan múltiples feria, congresos y convenciones internacionales cada año.

**Turismo cultural.** La historia del país cuenta con un rico pasado del que aún se conservan costumbres, tradiciones, arquitectura ferias y fiestas singulares, producto de su gran diversidad cultural. Uno de sus iconos por excelencia es Cartagena de Indias, Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, quien ha sido elegida como el 2° destino de Latinoamérica preferido para viajar en 2021, según el prestigioso Ranking Forbes (ICEX, 2021).

**Turismo de bienestar y salud.** Las actividades de bienestar que más realizan los turistas son los masajes tradicionales con productos locales y los programas holísticos. El turismo de salud en Colombia se concentra en la medicina curativa y la estética. Destaca la especialización del capital humano en áreas de complejidad como son el área cardiovascular, bariátrica, ortopedia y estética odontológica. Se prevé que este sector crezca en los próximos años y según Colombia Productiva, se espera que Colombia sea conocida para 2025 como uno de los líderes mundiales en turismo de salud (ICEX, 2021).

**Turismo de cruceros.** Colombia se ha convertido en uno de los puertos más visitados debido a su ubicación geográfica privilegiada, siendo Cartagena el puerto

principal, seguido de Santa Marta. En 2020 se recibieron 73 cruceros y se destaca el turismo náutico por su gran potencial de crecimiento (ICEX, 2021).

**Turismo gastronómico.** Colombia es un país con una amplia oferta gastronómica gracias a la diversidad de climas y culturas en las distintas zonas del país, que permite que en cada departamento existan platos típicos y muy diferentes entre sí. Destaca su café, sus frutas y el chocolate, productos de gran calidad y conocidos a nivel internacional. Según la OMT la gastronomía supone un 30% de los ingresos económicos de un destino y los platos colombianos son un aspecto muy representativo de su economía, identidad y cultura (Ministerio de Industria Comercio y Turismo, 2022).

### **Turismo Departamento Boyacá y Moniquirá**

Está ubicado en el centro-este del país, en la región andina, limitando al norte con Santander y Norte de Santander, al noreste con Venezuela y Arauca, al este con Casanare, al sur con Cundinamarca y al oeste con Caldas y Antioquia. El departamento de Boyacá está dividido en 123 municipios, 123 corregimientos, 185 inspecciones de policía, así como, numerosos caseríos y sitios poblados, los cuales están distribuidos en 13 provincias, un distrito fronterizo y una zona de manejo especial. Este departamento parece haber quedado atrapada en el tiempo de la colonia, el departamento es conocido por la belleza de sus paisajes y por sus riquezas arquitectónicas. Sus principales municipios son Tunja (su capital), Sogamoso, Duitama, Chiquinquirá, Paipa y Villa de Leyva la cual se caracteriza por conservar su arquitectura de estilo colonial (SITUR Boyacá, 2021).

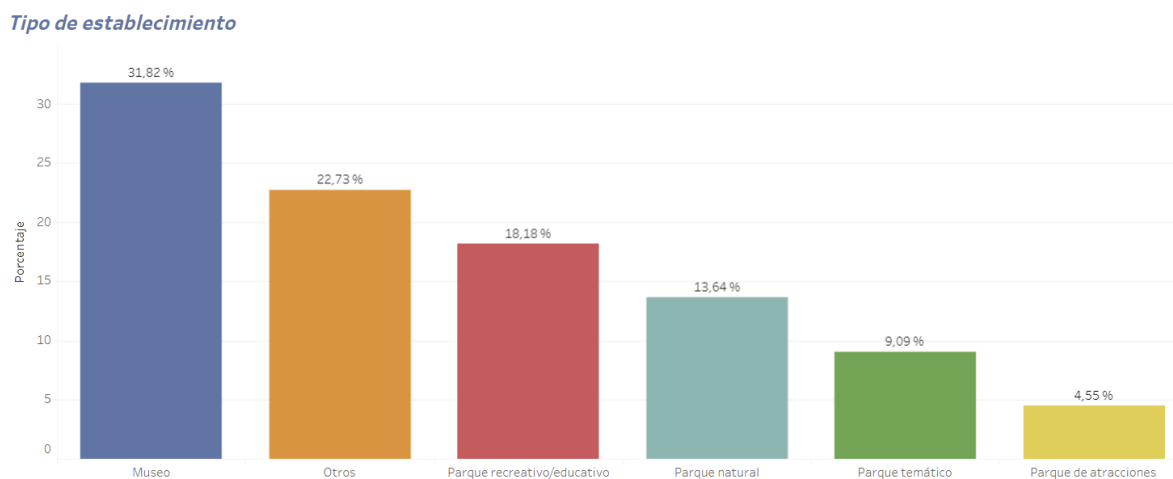
- Turismo Receptor:

El SITUR Boyacá cuenta con un equipo especializado de encuestadores que se encuentran ubicados en los atractivos turísticos más importantes del departamento. Ellos

abordan al turista, le hacen una encuesta corta para que luego los visitantes de vuelta en casa llenen un formulario que caracteriza por completo su experiencia en Boyacá.

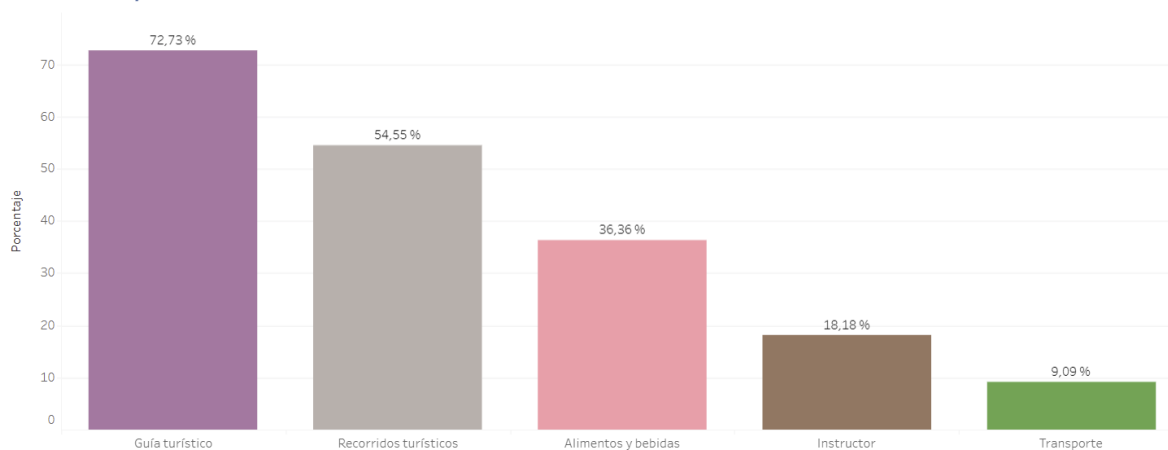
Las estadísticas acá presentadas son un insumo indispensable en la toma de decisiones, para el sector público y privado y sus dependencias dedicadas al turismo de la región. Permite conocer los indicadores que caracterizan los viajes turísticos de los visitantes que ingresan al departamento, tendencias, destinos favoritos, actividades que se realizan, los gastos, entre otros. También son una excelente herramienta de investigación para estudiantes universitarios.

Según un estudio realizado por la gobernación de Boyacá a Marzo de 2019, se puede observar la oferta frente a los sitios de interés, en donde se observa la siguiente gráfica:



*Ilustración 6* Tipo de establecimiento  
Fuente: tomada de (SITUR Boyacá, 2021)

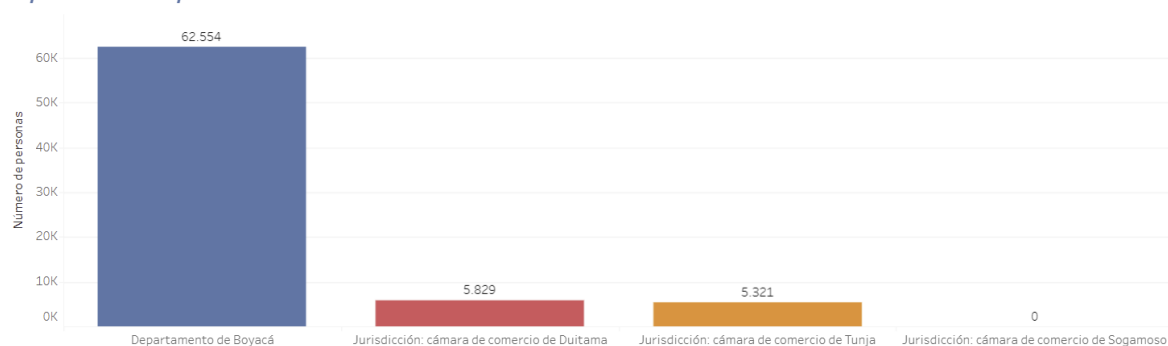
### Servicios complementarios



### Ilustración 7 Servicios complementarios

Fuente: tomada de (SITUR Boyacá, 2021).

### Capacidad de recepción



### Ilustración 8 Capacidad de recepción

Fuente: tomada de (SITUR Boyacá, 2021).

Teniendo en cuenta que los Glamping son un tipo de alojamiento diferencial y nuevo, se realizó una búsqueda de información relacionada a alojamiento, en donde se evidenció que el tipo de hospedaje que más usan los turistas en esta región son:

Hoteles: 45.37%

Casas familiares y de amigos 23.46%

Finca agroturística 4.89%.

Hostales albergues/refugios 4.82%

Posadas turísticas 4.52%

Zonas de camping el 4.37%

Centro vacacionales el 1.18%

Apartamentos arrendados – AIRBNB- 1.18%








Casa o cabaña propia el 1.04%





Habitación arrendada en vivienda familiar 0.74%

Otros 8.44%.

### En el contexto de Moniquirá

	UBICACIÓN	El municipio de Moniquirá está ubicado al norte del departamento de Boyacá sobre la cordillera Oriental. Su extensión es de 200 Km <sup>2</sup> . Su altitud es de 1.700 msnm. Su temperatura media anual esta entre 19 y 20°C.
	POBLACION	Su población actual es de 9.778 habitantes en la zona urbana y 14.318 en el área rural (que cuenta con 33 veredas), para una población total de 24.096 habitantes.
	HISTORIA	Su fundación data al inicio del encuentro de los dos mundos, puntualmente al año 1.556. Su poblado se asentó en tiempos anteriores a su fundación en la hoy establecida vereda Ubaza, junto al río Saravita (actualmente río Ubaza) y fue gobernado por el cacique Susa por lo que se considera un pueblo de origen Muisca. Luego, su población se estableció en el sitio conocido como Pueblo Viejo y en 1.556, con su fundación, se trasladó al sitio en el cual hoy se encuentra su población urbana. En el año de 1.788 se fundó la parroquia, que hoy por hoy se mantiene ubicada en el parque principal. Moniquirá, fue establecida como Villa Republicana el 26 de marzo de 1.825 y en 1.880 se erigió como municipio.
	DIVISION GEOGRAFICA	Moniquirá, es la capital de la provincia de Ricaurte Bajo, que está conformada además por los municipios de Arcabuco, Chitaraque, Santana, San José de Pare y Togúí, que junto con la provincia de Ricaurte Alto, conformada por los municipios de Villa de Leyva (capital de la provincia), Gachantivá, Ráquira, Sáchica, Santa Sofía, Sutamarchán y Tinjacá, conforman la provincia de Ricaurte. Esta región crea una concentración espacial bastante amplia, de habitantes y visitantes, y teniendo en cuenta también su cercanía con el departamento de Santander, la región de Vélez, Tunja, Paipa, Duitama, Sogamoso, Bogotá y en general el centro-oriente del país, se ha convertido en un corredor económico, social, cultural y turístico por excelencia de Boyacá y la región.

	AGRICULTURA	Siembra de caña panelera, guayaba, café, mora, lulo, yuca, entre otros productos.
	AGRO INDUSTRIA	La agroindustria se puede reflejar en: los molinos para la producción de caña panelera; fábricas de bocadillo; tostadoras de café; producción de lácteos; embotellamiento de agua para el consumo humano, entre otras.
	PASTOREO	Es una actividad que se desarrolla de manera amplia, ya que la carne del municipio tiene una fama a nivel regional, de ser de un excelente sabor y calidad.
	AGRO Y ECO TURISMO	En Monquirá, se pueden evidenciar hoteles ecoturísticos, condominios campestres, posadas campestres y viviendas rurales.
	CULTURAL	En la parte cultural, se cuentan con actividades inmateriales como las Ferias y Fiestas del Dulce y el Bocadillo, el Festival de Verano, Semana de la Cultura y Día de la Moniquireñidad, el Festival Nacional de Cuento y Poesía Jairo Aníbal Niño, Semana Santa, Festival del Mararay, Concurso del Burro, Feria Regional Micro Empresarial, entre otras. También se cuenta con un patrimonio material, como el puente colonial llamado Puente Minas, el Santuario La Cumbre y el Alto del Mazamorral y su Obelisco, construido como memoria histórica de la guerra de los mil días.
	PAISAJES Y SITIOS NATURALES	Monquirá cuenta con un paisaje excepcional para la realización del turismo de naturaleza. Lo bañan dos ríos, Monquirá y Ubaza, que además se nutren de varias quebradas y riachuelos. En sus rondas hídricas hay senderos, cascadas, aguas termales, y sitios para disfrutar baños en comunidad.
	CARRETERAS Y VIAS	El municipio está ubicado en sobre la Ruta Nacional 62 y la Transversal del Carare, que conecta el centro oriente del país, desde Tunja hasta Bucaramanga. Cuenta con vías principales, secundarias y terciarias. Cuenta con un espacio que se utiliza como terminal de transporte. Está a una hora de distancia en vehículo la capital boyacense. Varias empresas intermunicipales prestan el servicio desde distintos puntos como Bogotá, Tunja, Arcabuco, Santa Sofía, Togui, Gachantiva y Barbosa, además, cuenta con dos empresas de servicio público municipal y servicios periódicos, hacia las zonas rurales.

	INSTALACIONES	Se puede destacar el siguiente equipamiento: Parque Principal Simón Bolívar; el Parque Santander; el Centro de Acopio; La Basílica Menor Nuestra Señora del Rosario; el Coliseo Cubierto Municipal; la Piscina Olímpica Subacuática; el Estadio Municipal, Plataforma de Bungee Jumping Alto del Granadillo, Torre de la Licorera, entre otras.
	SANIDAD	Se cuenta con recolección diaria de basura y barrido de calles, cuenta con canecas para depositar basura, sobre todo en el parque principal. Se cuenta con alcantarillado urbano con cobertura del 100% y algunos alcantarillados rurales. Cuenta con colectores de agua lluvia en todo la parte urbana. Cuenta con acueducto con 100% de cobertura urbana y algunos acueductos para la zona rural. Cuenta con el Hospital Regional San José.
	COMUNICACIONES	Cuenta con servicio de Internet, telefonía local y telefonía móvil. Además, de un canal comunitario, MoniTV y tres emisoras locales Hit Stereo, Policía Nacional y La Consentida.
	ENERGIA	Cuenta con alumbrado público en el 100% del área urbana y una parte en la zona rural. Cuenta con red domiciliaria urbana en un 100% y en un gran porcentaje en la zona rural.

### Ilustración 9 Ubicación

Fuente: Elaboración propia con información tomada de (Icutuder, 2022).



Ilustración 10 Mapa de Moniquirá

Fuente: Elaboración propia con información tomada de (Icutuder, 2022).

El turismo es una de las actividades más destacadas con la que cuenta el Municipio, debido a la favorabilidad del clima, los centros recreacionales y la oferta que se tiene en cuanto a hoteles y bebidas, además de los sitios turísticos, en su mayoría recursos naturales.

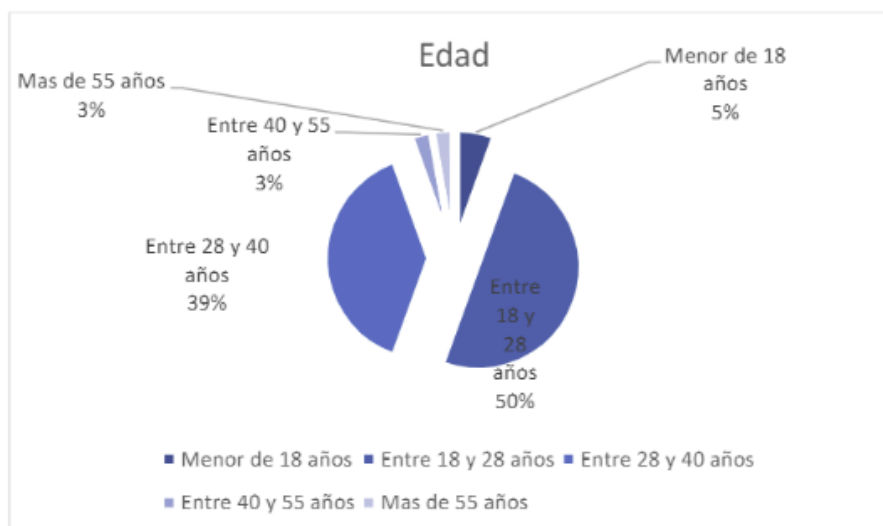




*Ilustración 11* Ubicación geográfica

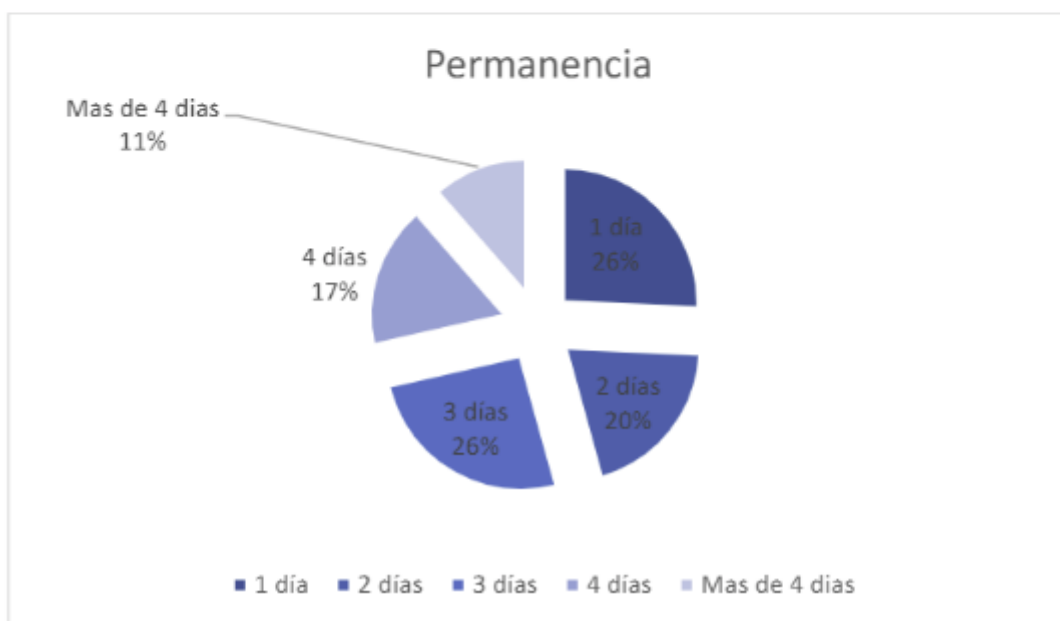
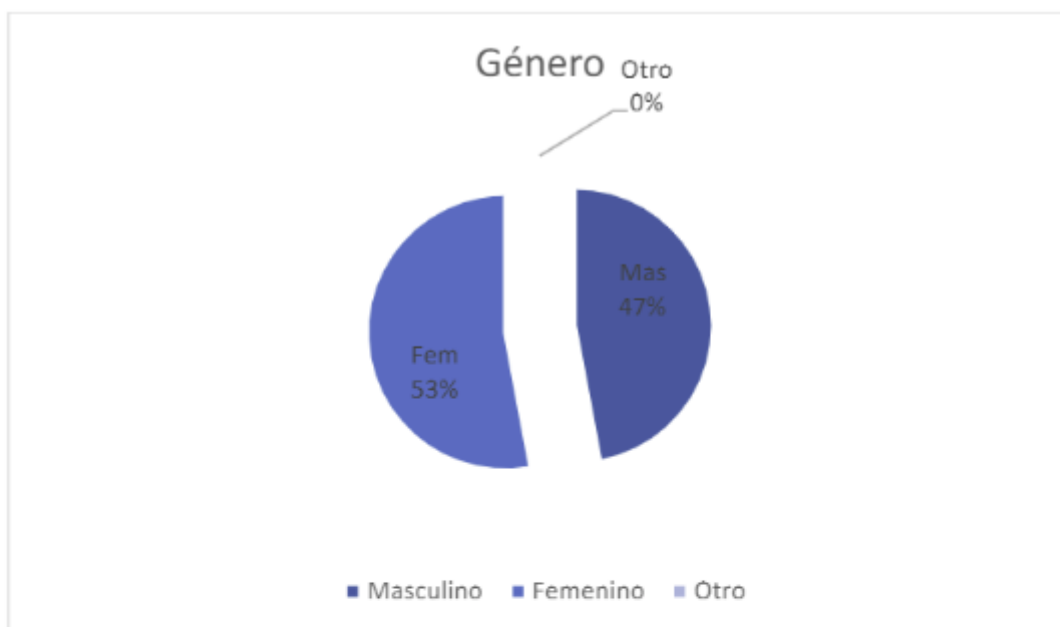
Fuente: Elaboración propia con información tomada de (Icutuder, 2022).

¿Mercado Quienes visitan Moniquirá?

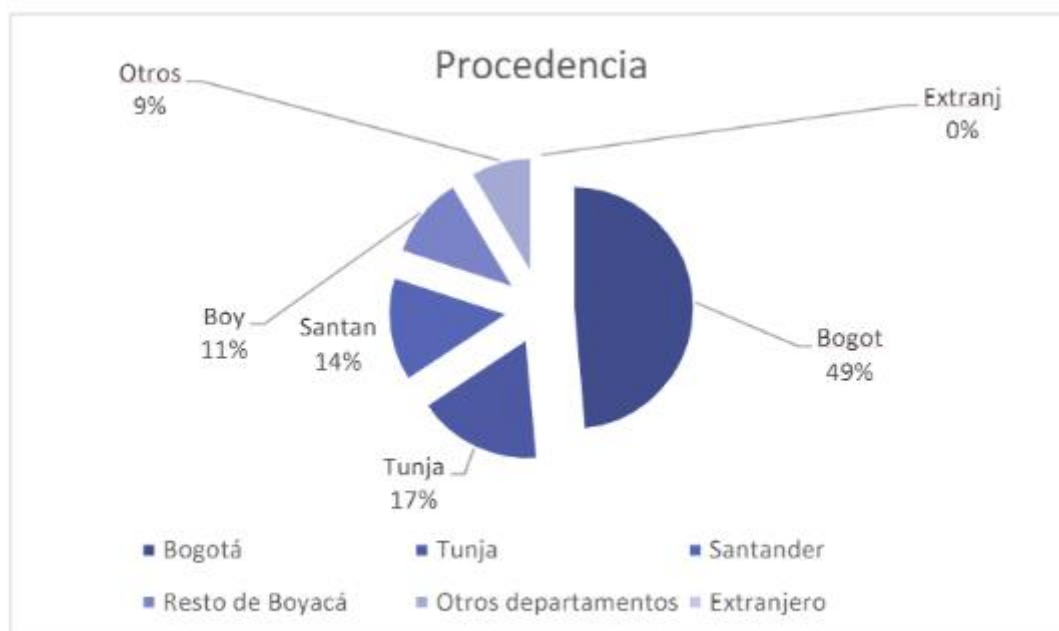


*Ilustración 12* Edad

Fuente: tomada de (ICUTUDER, 2011)



*Ilustración 13* Género y permanencia  
Fuente: tomada de (ICUTUDER, 2011)



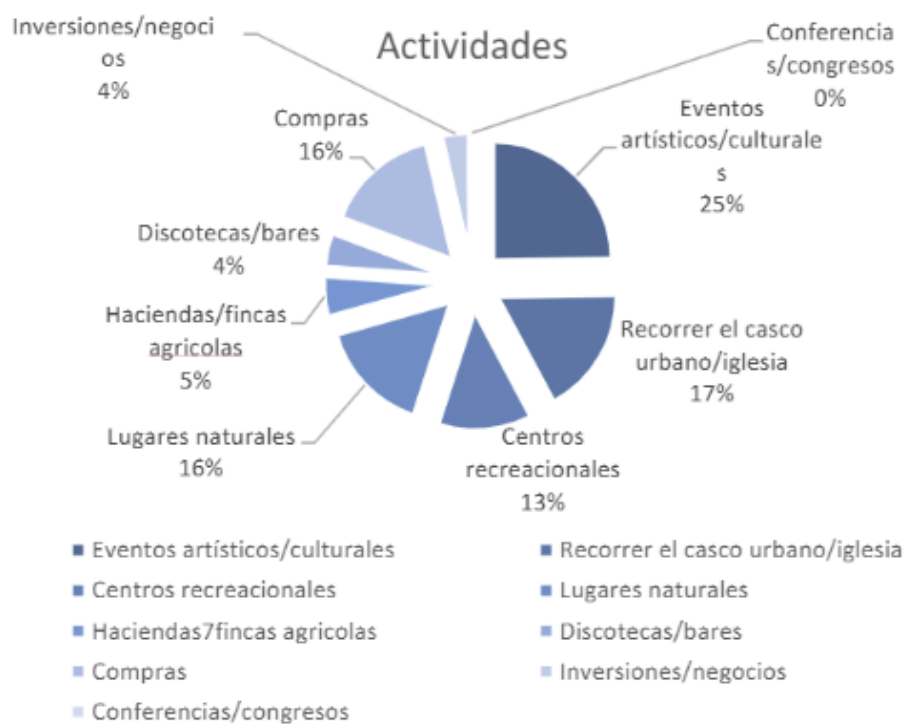
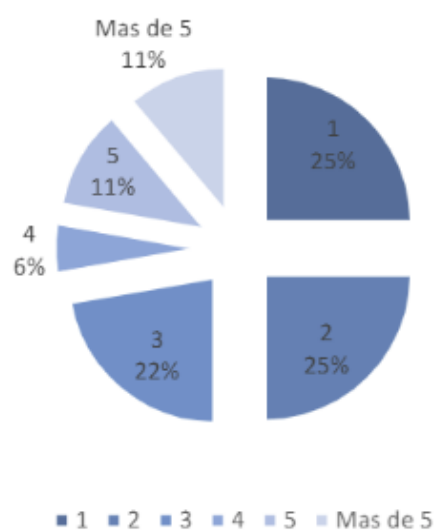
### Mercado - ¿Por qué está viniendo?



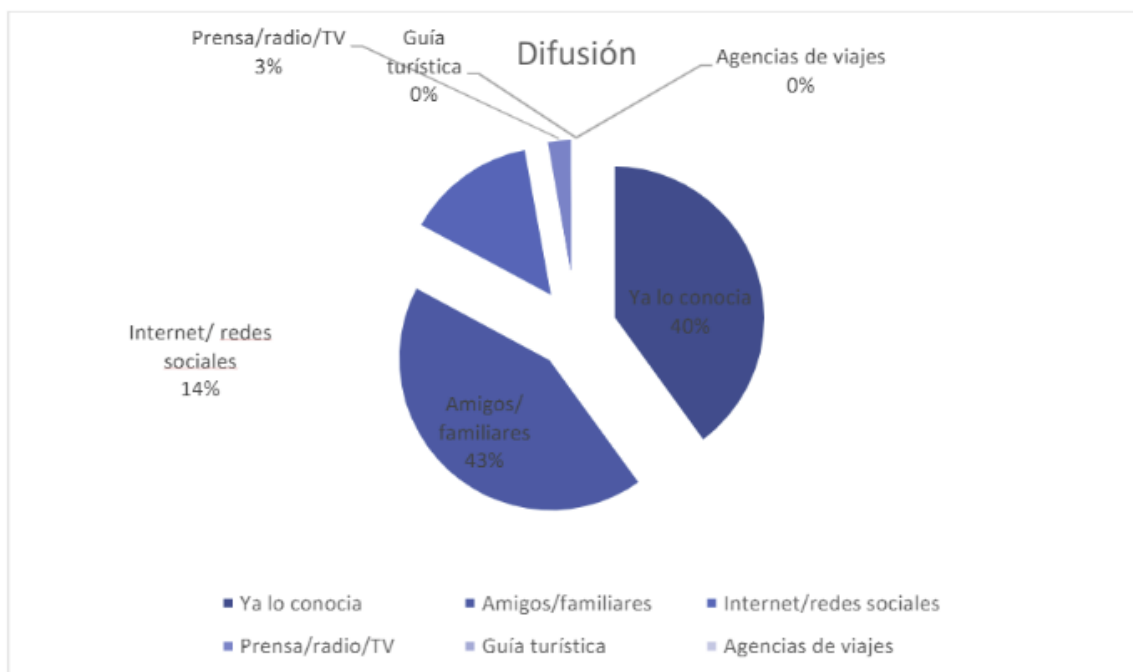
*Ilustración 14* Procedencia y motivación

Fuente: tomada de (ICUTUDER, 2011)

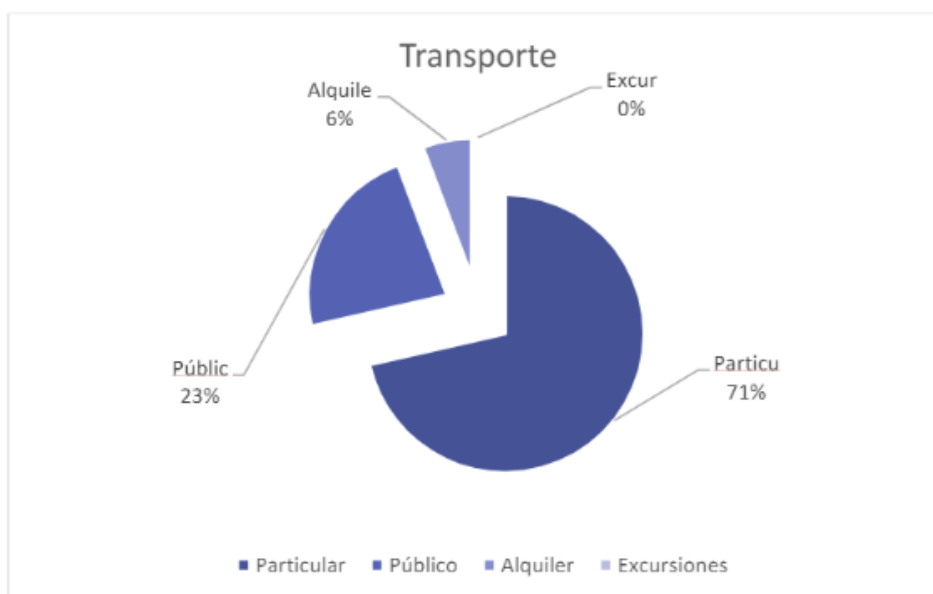
### Número de lugares visitados



*Ilustración 15* Numero de lugares visitados y actividades  
Fuente: tomada de (ICUTUDER, 2011).



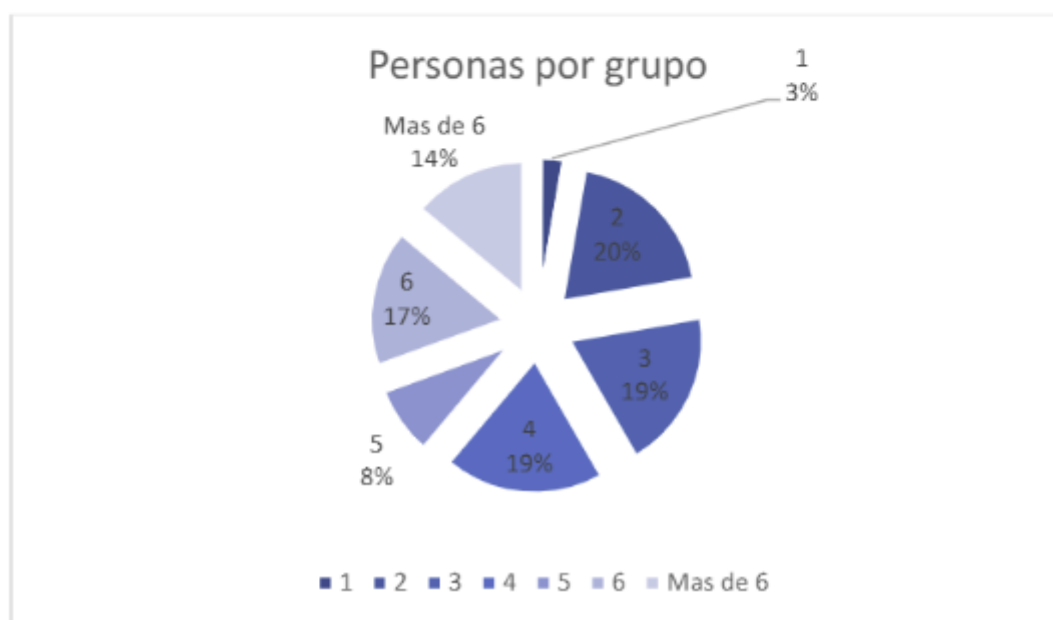
### Mercado - ¿Cómo está llegando?



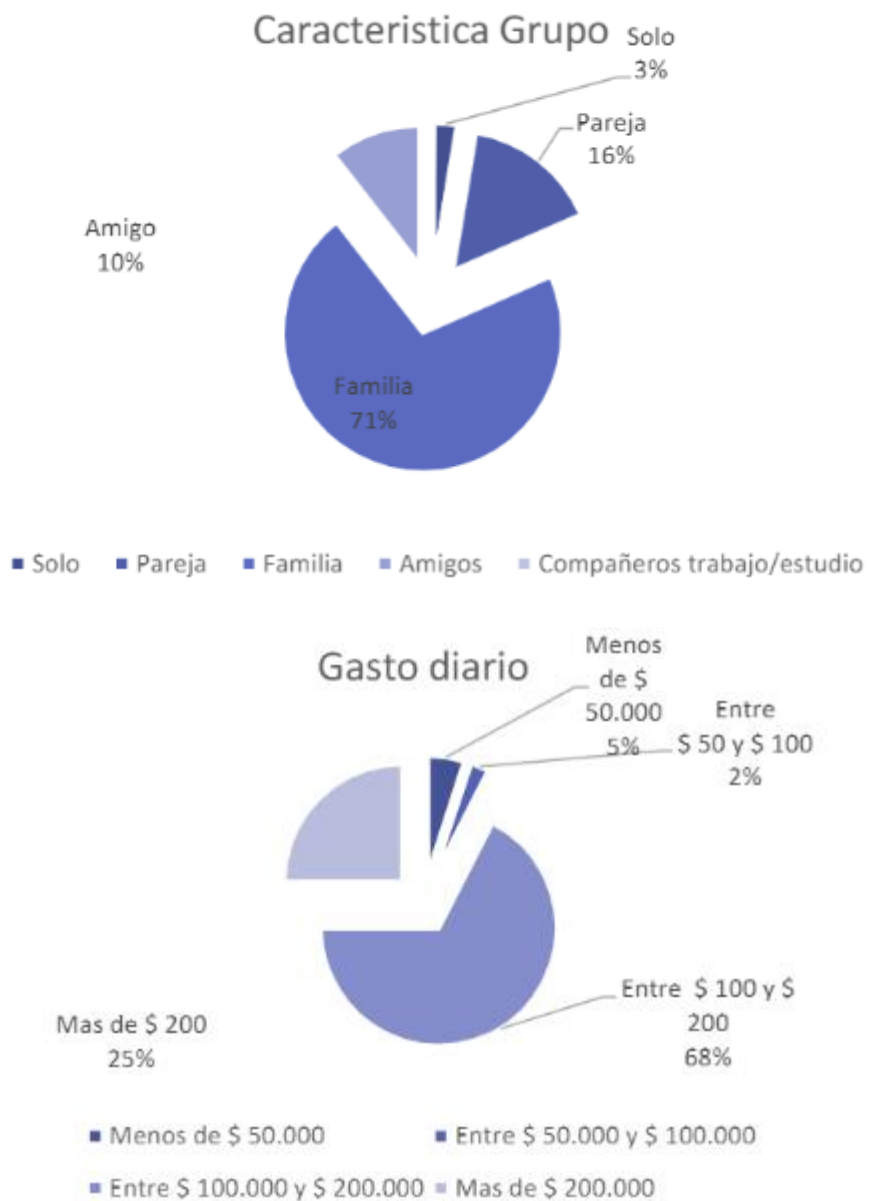
*Ilustración 16* Difusión y transporte  
Fuente: tomada de (ICUTUDER, 2011)



### ¿Cómo está viniendo?

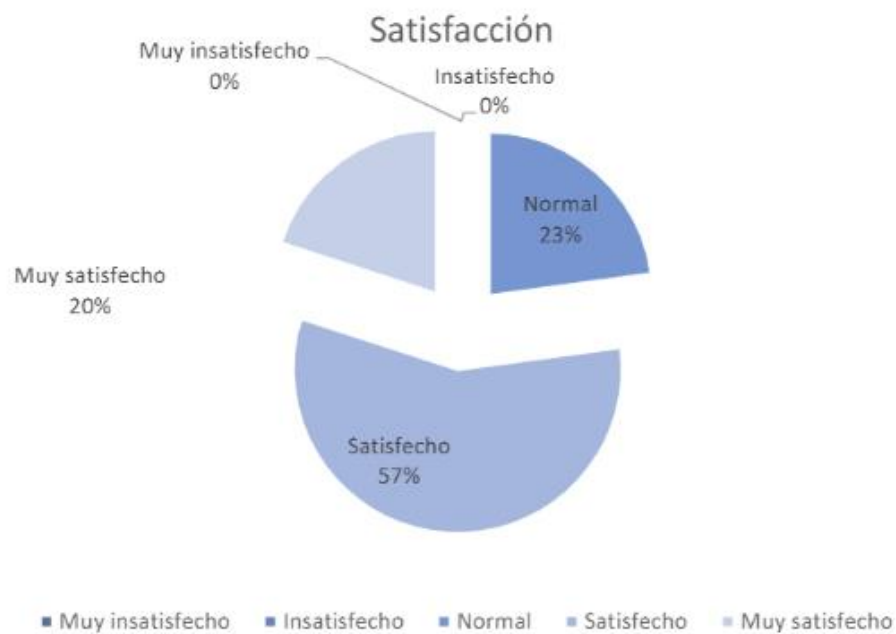


*Ilustración 17* Dificultad de llegada y personas por grupos  
Fuente: tomada de (ICUTUDER, 2011).



*Ilustración 18* Característica del grupo y gasto diario  
 Fuente: tomada de (ICUTUDER, 2011).





*Ilustración 19* Satisfacción y necesidades

Fuente: tomada de (ICUTUDER, 2011)

**Marco Legal.**

Para la construcción del negocio tipo Glamping s deben cumplir con los siguientes permisos legales y requisitos.

De constitución se debe cumplir con la inscripción al registro mercantil ante cámara de comercio y la respectiva actividad comercial, uso de suelos, bomberos, sanidad y registro único tributario actualizado.

Se debe cumplir con el RNT registro nacional de turismo.

Se debe cumplir con la debida contratación según la actividad a desarrollar a todos los colaboradores de la compañía en las diferentes ramas de labores, (laborales, prestadores de servicios y contratistas).

Se debe cumplir con la política de pagos justos, acuerdos comerciales y actividades de cumplimiento de protocolos ambientales y sostenibilidad.

## **Capítulo 1: Estudio de Viabilidad Comercial**

Acorde al objetivo de esta capítulo, se desarrollará el estudio de la viabilidad comercial de nuestro Eco Glamping en Moniquirá. Para lograr lo anterior, se tienen en cuenta varias fuentes de investigación para conocer la viabilidad de nuestro proyecto. Dentro de la investigación se realiza una encuesta a diferentes personas Nacionales, de diferentes edades que nos permitirán obtener diferentes puntos en cuenta para el desarrollo de nuestro proyecto.

Otro aspecto que tuvimos en cuenta fue la oportunidad de un Glamping, en el Municipio de Moniquirá teniendo en cuenta que no existe este tipo de Hospedaje para el Municipio.

Dentro de nuestra investigación también se consulta la página de SITUR (Sistema de Información Turística de Boyacá), donde pudimos observar algunas debilidades que podríamos convertir en fortalezas logrando un diferencial en nuestro Eco Glamping.

### **Encuesta:**

Como procedimiento para esta investigación se diseña una encuesta que permita la recolección de información, a fin de conocer la opinión de los turistas y/o personas frente al servicio de hospedaje tipo Glamping. Para realizar la encuesta fue necesario la siguiente información:

- **Segmento:**

Después de haber analizado las preguntas, que le aportaran a la investigación, se utilizaron herramientas vía digitales para llegar a una cantidad importante.

No se determina una población específica en cuanto a su edad, ya que el turismo Glamping ha venido desarrollando un número importante frente al turismo en Colombia.

Dentro de la encuesta se plantean 13 Preguntas que permitirán observar varias apreciaciones de los turistas, lo que se considera y no importante, esto asociado a que podrá aportar en la investigación a realizar un enfoque de Glamping Diferencial.

- **Numero de Encuestas**

Se determina el número de encuestas, el cual permita obtener un panorama frente a las nuevas experiencias que le permitan al turista una nueva oportunidad de Glamping, para ello esta encuesta fue de 102 Personas.

- **Procedimiento y ejecución**

El objetivo principal de la encuesta fue validar y ratificar algunos aspectos importantes que generan los turistas al momento de buscar un sitio turístico. Para ello y según la investigación se inicia con la búsqueda e inclusión de Glamping en Colombia, luego de ello la viabilidad de un Glamping en un Municipio de Boyacá, en donde no hay este tipo de alojamiento.

Los datos permitirán generar ese valor agregado a un Glamping Familiar diferente, el muestreo permite incluir aspectos importantes para la proyección del proyecto y la toma de decisiones.

- **Preguntas de nuestra Encuesta:**

1. ¿Qué edad tiene?
2. ¿Frecuenta a menudo de sitios Turísticos?
3. ¿Sabe usted que es un Glamping?
4. ¿Ha tenido experiencia con hospedaje en alguna modalidad de Glamping y Pasadía?
5. ¿Con que frecuencia visita Glamping?
6. ¿Les gustaría disfrutar de un Glamping?

7. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a gastarse en este tipo de alojamiento por noche?
8. ¿Qué tipo de actividades harías en nuestro Glamping?
9. ¿Considera usted que una idea innovadora de un Glamping, podría ser la inclusión de animales propios de la Región?
10. Indique que elemento considera importantes para su alojamiento
11. ¿En qué tipo de construcción prefiere hospedarse?
12. ¿Considera Importante la Inclusión de Mascotas en nuestro Glamping?
13. Si su respuesta anterior es "SI". ¿estaría dispuesto a pagar una tarifa de aseo adicional?

### **Análisis de la información**

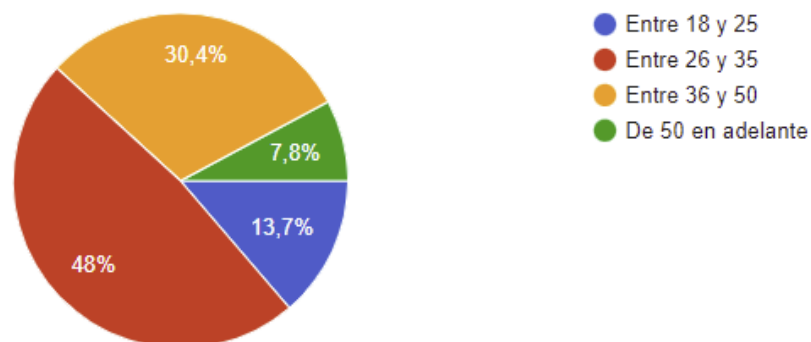
#### **Análisis de la información gráfica circular**

#### **Encuesta**

#### **Pregunta 1.**

Que edad tiene?

102 respuestas



*Ilustración 20* Rango de edad

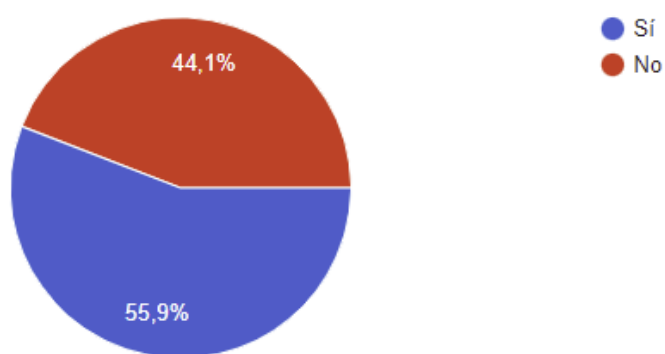
Fuente: producto de la investigación con usando como herramienta los formularios de Google.

Respecto a las 102 Respuestas, se identifica que la encuesta esta segmentada a personas Entre 26 y 35 años, el cual ratifica según la investigación las edades de las personas que más frecuenta este tipo de sitios turísticos.

### Pregunta 2.

Frecuenta a menudo de sitios Turísticos?

102 respuestas



### Ilustración 21 Frecuencia de los sitios turísticos

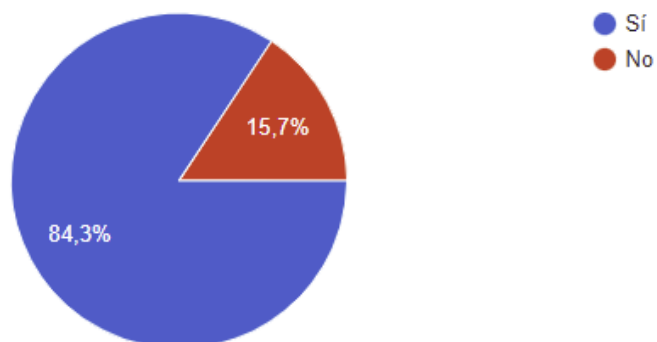
Fuente: producto de la investigación con usando como herramienta los formularios de Google.

Después de vivir la experiencia de una pandemia mundial y según los estudios realizado, hoy en día las personas aprovechan al máximo salir de la ciudad, se observa en la respuesta que de la población de 102 Respuesta el 55.9% Frecuenta sitios turísticos.

### Pregunta 3.

Sabe usted que es un Glamping?

102 respuestas



*Ilustración 22* sabe que es un glamping?

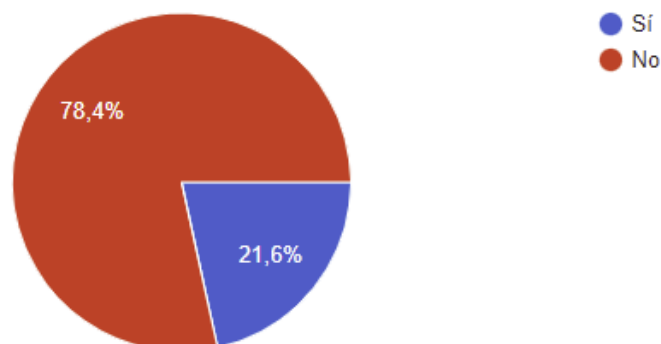
Fuente: producto de la investigación con usando como herramienta los formularios de Google.

Aunque es muy frecuente y la respuesta indique que el 84% de las personas saben que es un Glamping, en la perspectiva colombiana este tipo de turismo está orientado a Parejas.

#### **Pregunta 4.**

Ha tenido experiencia con hospedaje en alguna modalidad de Glamping y Pasadía?

102 respuestas



*Ilustración 23* ha tenido experiencia en alguna modalidad de Glamping y pasadía

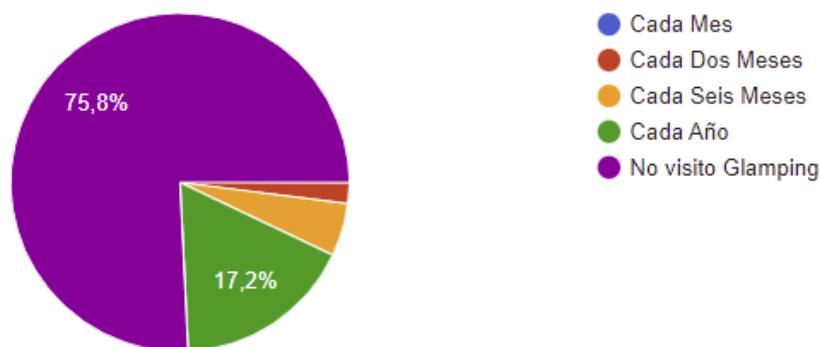
Fuente: producto de la investigación con usando como herramienta los formularios de Google.

Como se observa en esta gráfica, aunque ya es muy frecuente el hospedaje tipo Glamping, el 78.4% no ha tenido la oportunidad de vivirla, como se indicó anteriormente, en la mayoría de Glamping esta enfatizado a un Hospedaje para parejas.

### Pregunta 5

Con que frecuencia visita Glamping?

102 respuestas



*Ilustración 24* frecuencia de visita a glamping

Fuente: producto de la investigación con usando como herramienta los formularios de Google.

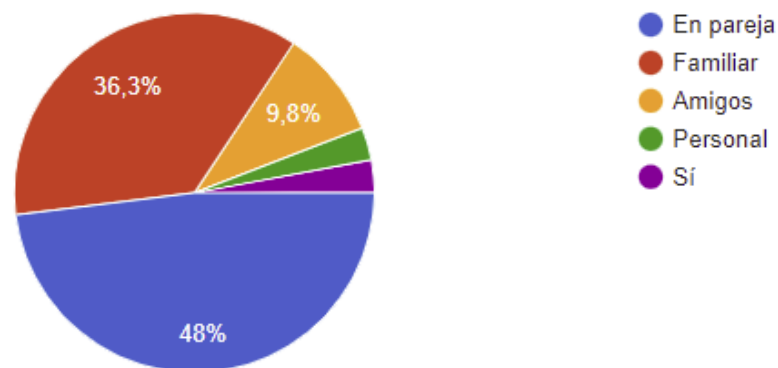
Aunque en esta respuesta el 75,8% de las personas no visita Glamping el 17,2% lo visita cada año, aquí es importante incluir estrategias de marketing para lograr una alta participación en el mercado del hospedaje campestre.



## Pregunta 6

Les gustaría disfrutar de un Glamping?

102 respuestas



*Ilustración 25* le gusta disfrutar de una glamping

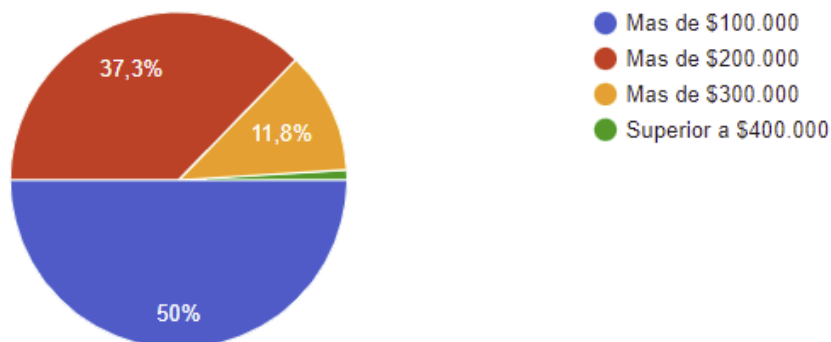
Fuente: producto de la investigación con usando como herramienta los formularios de Google.

Como se informó en las anteriores respuestas el 48% de las personas prefieren disfrutar de este tipo de Hospedaje en Pareja, sin embargo y el valor agregado es un lugar incluyente para las familias y este basado en un 36.3%.

### Pregunta 7

¿Cuánto dinero estaría dispuesto a gastarse en este tipo de alojamiento por noche?

102 respuestas



*Ilustración 26* Cuanto dinero estaría dispuesto a gastarse en alojamiento por noche

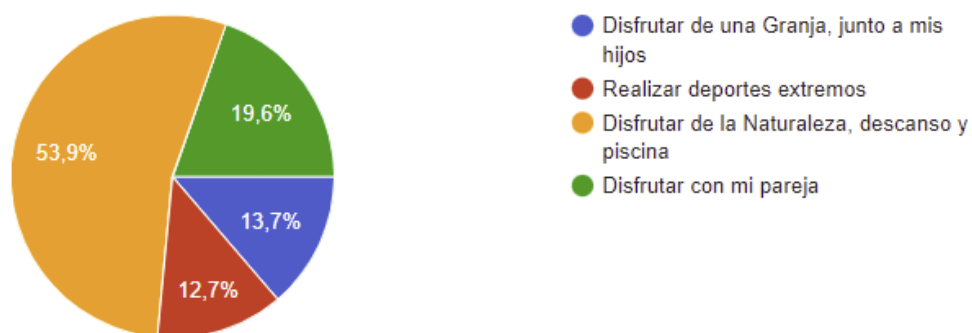
Fuente: producto de la investigación con usando como herramienta los formularios de Google.

Estas respuestas están muy orientadas a la pregunta anterior, y basado en pagar más de \$ 100.000 para el 50%, que consideran que es el precio justo para dos personas. Esta información es muy importante y se tendrá en cuenta en el estudio financiero, para establecer Servicio y calidad como valor agregado a la investigación.

### Pregunta8

Que tipo de actividades harías en nuestro Glamping?

102 respuestas



*Ilustración 27* Que actividades harías en nuestro glamping

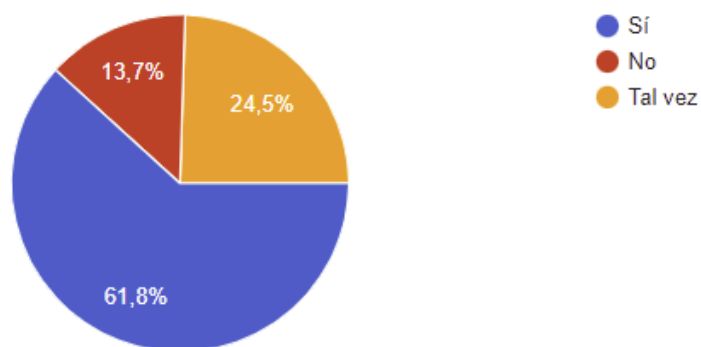
Fuente: producto de la investigación con usando como herramienta los formularios de Google.

Estas preguntas a los diferentes servicios que consideramos incluir en este proyecto, cada uno con una participación significativa y por lo cual se puede generar un valor agregado a este tipo de turismo.

### Pregunta 9

Considera usted que una idea innovadora de un Glamping, podría ser la inclusión de animales propios de la Region?

102 respuestas



*Ilustración 28* inclusión de animales como idea innovadora en los glamping

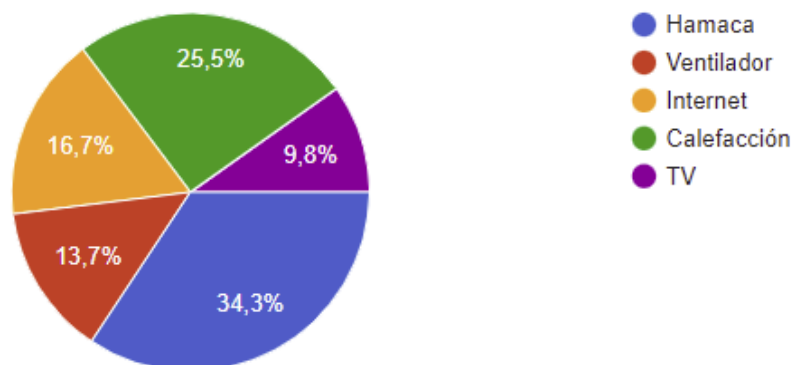
Fuente: producto de la investigación con usando como herramienta los formularios de Google.

En atención a este 61.8% esta es una estrategia para que los niños y sus familias puedan disfrutar de un ecosistema diferente y autóctono de la región, la gente disfrutaría de esta idea innovadora.

### Pregunta 10

Indique que elemento considera importantes para su alojamiento

102 respuestas



*Ilustración 29* Elementos importantes para el alojamiento

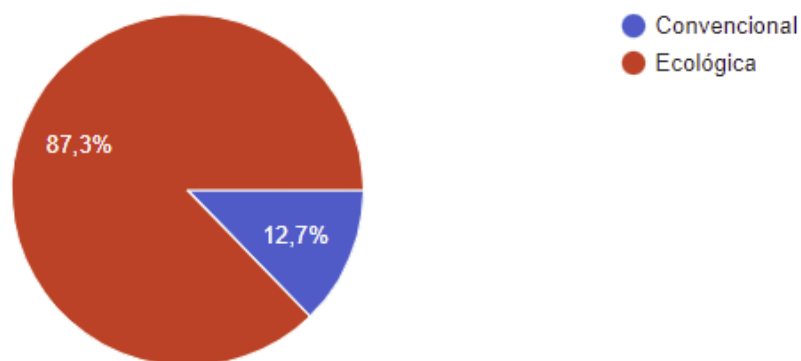
Fuente: producto de la investigación con usando como herramienta los formularios de Google.

Esta pregunta fue orientada para descubrir que desean las personas al momento de buscar un lugar de descanso, sin embargo, las personas quieren disfrutar de lo básico como la Hamaca en un 34,3% y una buena calefacción con el 25,5%.

**Pregunta 11**

¿En qué tipo de construcción prefiere hospedarse?

102 respuestas



*Ilustración 30* Preferencia del tipo de construcción

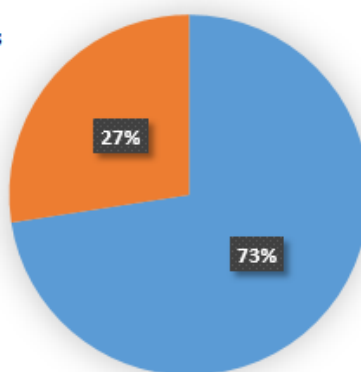
Fuente: producto de la investigación con usando como herramienta los formularios de Google.

En esta respuesta las personas quieren algo natural, esperan encontrarse con algo no tan elaborado, si no construcciones que le permitan la conexión con la Naturaleza.

### Pregunta 12

Considera Importante la Inclusion de Mascotas en nuestro Glamping?

102 respuestas



### *Ilustración 31* Importancia de las mascotas en el glamping

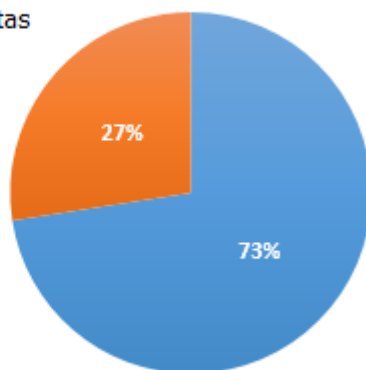
Fuente: producto de la investigación con usando como herramienta los formularios de Google.

La inclusión de mascotas en las Familias Colombianas ha crecido en gran capacidad, sin embargo y acorde a los estudios realizados la inclusión de mascotas en los sitios turísticos genera valor agregado importante, brindando este beneficio que permite mayor tranquilidad a los turistas. El resultado del 73% es acorde a la viabilidad comercial según estudios de mercadeo.

### Pregunta 13

Si su respuesta anterior es "SI" estaría dispuesto a pagar una tarifa de aseo adicional?

102 respuestas



*Ilustración 32* pagaría adicionalmente una tarifa adicional por la estadía de las mascotas

Fuente: producto de la investigación con usando como herramienta los formularios de Google.

Casualmente las mismas personas que indicaron “SI” en la respuesta anterior estarían dispuestos a pagar una tarifa adicional.

- **COMPETENCIA**

Teniendo en cuenta que el promedio de tasa de ocupación de la provincia de Tunja en la subregional de Cámara de Comercio: Se obtiene que el total de turistas hospedados en alojamientos en el municipio fue **350 personas** por mes. Significando un **20%** en temporada baja, o resto del año del total, el 80% restante son turismo que no necesita hospedaje o alquiler turístico. Durante los meses de diciembre, Enero, Abril Marzo, Junio, Julio Se registra un **45%** de ocupación en promedio, obteniendo un total **780 personas** por mes.

Basados en la información anterior se realiza un análisis de este tipo de Hospedaje, se consultan a través de diferentes páginas de turismo y redes sociales y se encuentran las siguientes opciones que tienen similitud con nuestro proyecto.

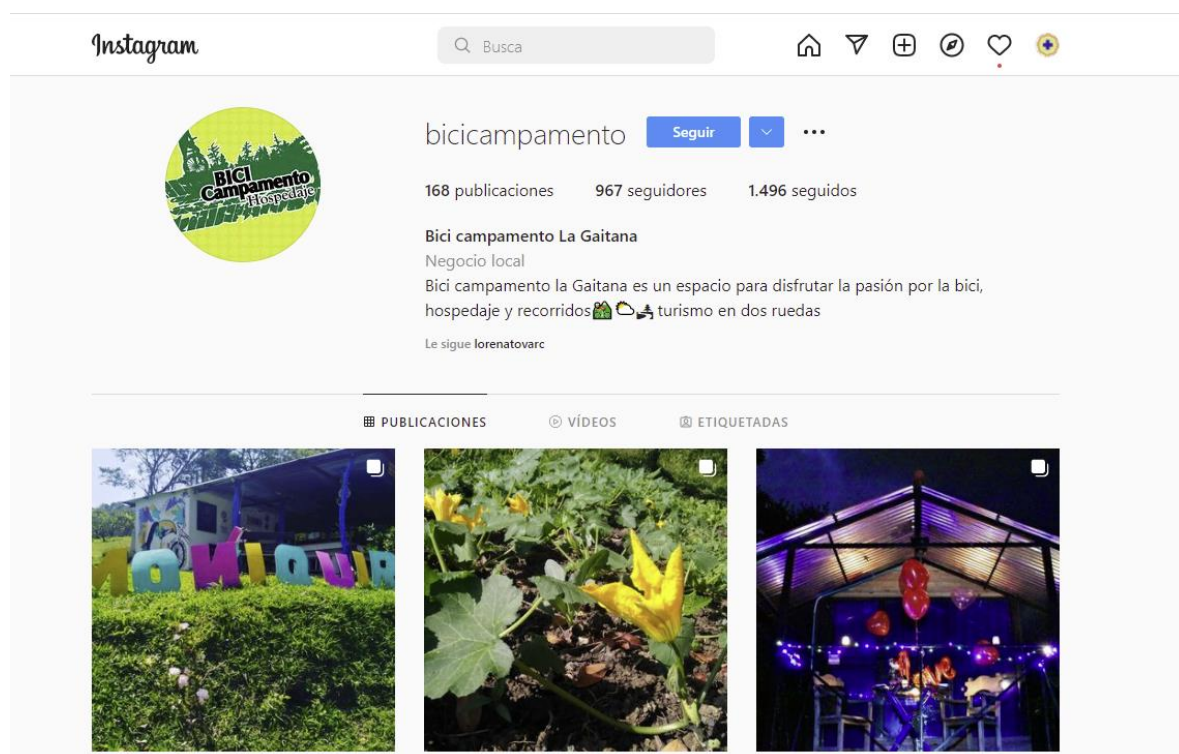
A continuación, observaremos fortalezas y debilidades de los lugares encontrados:

✓ **BICI CAMPAMENTO LA GAITANA:**

Este tipo de Glamping es una de las opciones más cercanas a este Proyecto, sin embargo, sus servicios están orientados a planes en pareja y/o grupos Deportistas en especial Ciclistas.

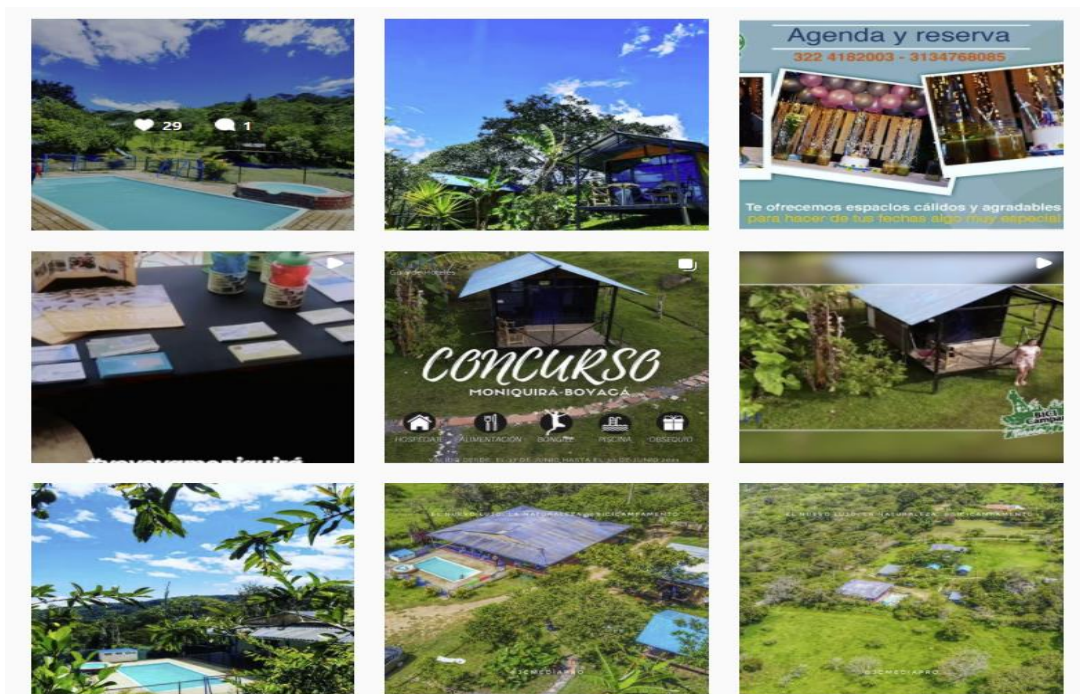
“un espacio para los ciclistas que buscan una buena estadía y unas buenas rutas”

Dentro de sus servicios ofrecidos Hospedaje, Alquiler de Bicicletas, Recorridos guiados, Zona de camping y Zona deportiva. Dentro de la investigación realizada sus líneas de negocio son muy parecidas a las nuestras su tipo de Hospedaje es convencional.



*Ilustración 33* Bicicampamento la Gaitana.

Fuente: tomado de (Bicicampamento la Gaitana, 2022)



*Ilustración 34* Bicicampamento la Gaitana.

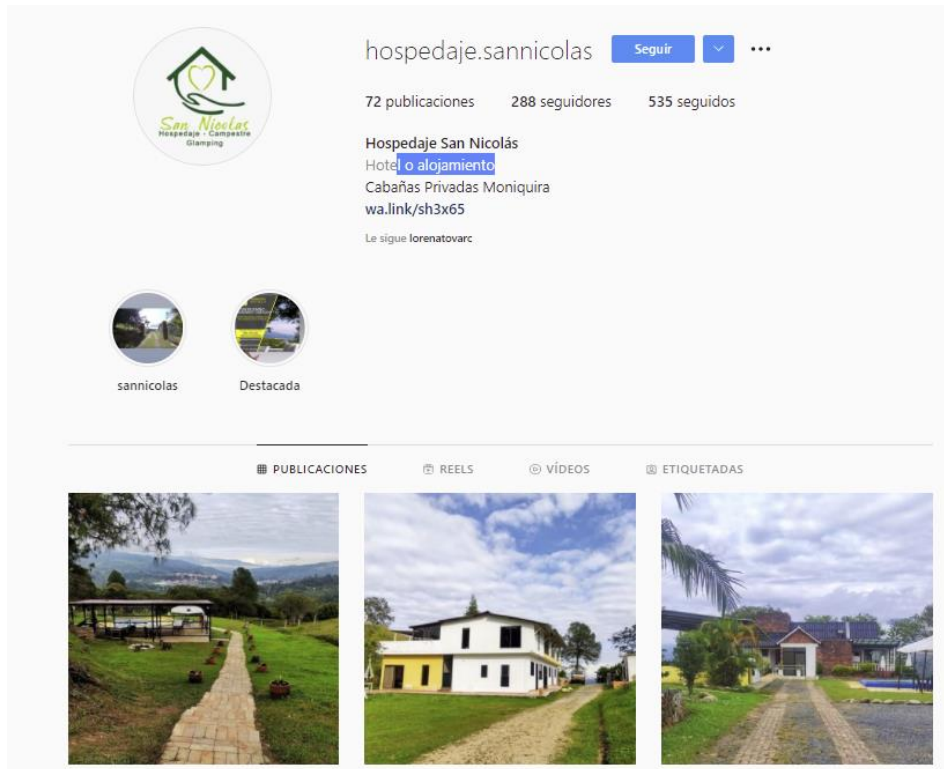
Fuente: tomado de (Bicicampamento la Gaitana, 2022)

#### ✓ **HOSPEDAJE SAN NICOLAS:**

Este es otro tipo de Hospedaje muy nombrado en Monquirá, y se alinea a algunos servicios complementarios que se incluirán en este Glamping, sin embargo y como se observa es un tipo de Hospedaje asociado al tipo normal de Hospedaje del cualquier lugar.

No brinda un determinado segmento de personas, su estructura también es convencional.





*Ilustración 35* Hospedaje San Nicolás  
 Fuente: tomado de (Hospedaje San Nicolas, 2022).



*Ilustración 36* Hospedaje San Nicolas

Fuente: tomado de (Hospedaje San Nicolas, 2022)

Adicionalmente se realizó validación de las tarifas promedio del Municipio, con dos Glamping enfocados al Hospedaje de parejas y su precio oscila entre \$ 260.000 y \$ 380.000, una noche dos adultos.

Es importante mencionar que este emprendimiento como valor agregado quiere ofrecer un tipo de Hospedaje diferencial al común, para ello podríamos concluir:

- ✓ Una arquitectura en el diseño del Glamping que permite la atracción visual de los turistas
- ✓ Un Glamping diseñado para Hospedaje de “Familias” comprendido de 2 a 4 personas
- ✓ Se llama Eco Glamping, teniendo en cuenta la inclusión de animales autóctonos de la región, permitiendo a los niños y adultos un acercamiento con los animales.
- ✓ Una opción de servicio pasadía, para aquellas personas que les interese realizar su destreza deportiva y solo quieran tomar alguna opción específica

Respecto al tema de marketing y atracción de turistas sería importante la inclusión de Redes Sociales e influenciadores, adicionalmente la afiliación a sitios turísticos web, donde puedan incluirse personas Nacionales e Internacionales que permiten la opción de reservas.

## Capítulo 2: Propuesta de negocio de hospedaje para evaluar la viabilidad financiera del proyecto.

Hoy por hoy el municipio de Moniquirá Boyacá, no cuenta con lugar turístico que le permita un plan familiar, deportivo y rodeado de naturaleza en un mismo lugar.

Ahora bien, se sabe que este municipio está muy bien ubicado, geográficamente vincula con el Departamento de Santander, y una de sus principales vías nacionales Bogotá – Bucaramanga.

A continuación, una breve imagen de los municipios cercanos:

Municipios que limitan con Moniquirá		
Barbosa	Barbosa	Togüí
Barbosa		Togüí
Santa Sofía	Gachantivá	Gachantivá
Municipios vecinos de Moniquirá		
Barbosa 9,2 km	Togüí 10,4 km	Gachantivá 11,3 km
Puente Nacional 13 km	San José de Pare 16,9 km	Santa Sofía 17,1 km
Güepesa 17,6 km	Guavatá 17,8 km	Arcabuco 19,7 km
Vélez 20 km	Chitaraque 20,4 km	Santana 22,4 km
Chipatá 23,1 km	Jesús María 23,9 km	Sutamarchán 24,8 km
Sucre 25,4 km	Gámbita 26,2 km	Villa de Leyva 26,3 km
Bolívar 26,4 km	Saboyá 28,9 km	San Benito 29,6 km

Aunque la definición de Glamping, se relaciona con un lugar de descanso en pareja, lo que se busca es emplear como valor agregado un Glamping Familiar que permita la conexión con la naturaleza con mucha comodidad y compartiendo en familia y combinándolo con diferentes planes deportivos como ciclo montañismo y caminata ecológica que permita disfrutar de los paisajes, cascadas, lagunas y montañas.

De acuerdo con los estudios realizados existen lugares de alojamiento en Moniquirá. Sin embargo, no cuentan con los planes que ofrece este proyecto, fortalecido también con el proceso de huerta y alquiler de bicicletas.

Los objetivos del proyecto están basados en las cifras de crecimiento turístico del 36% más que el año pasado para el país, de acuerdo con las proyecciones de la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción del Viceministerio de **Turismo**.

Como secuencia a la metodología descriptiva, se toma un enfoque mixto que permita contar con la información a través de recolección de datos de las variables propias de esta investigación.

También se piensa como trabajo de campo ya que se toman datos de diferentes fuentes ya existentes con el propósito de desarrollar los objetivos.

El desarrollo del presente emprendimiento cuenta con el planteamiento del modelo CANVAS, adecuado diseño de los objetivos que permiten un adecuado diseño y estudio. Después de aplicar la metodología y las diferentes fuentes de información se quiere conocer detalladamente la dinámica del sector del turismo en el departamento de Boyacá, encontrando las fortalezas y debilidades del sector y así enfocar el proyecto por un planteamiento preciso y efectivo.

Se quiere encontrar un análisis preciso de las cifras financieras del proyecto, para entender los indicadores financieros y dar acompañamiento y asesoría en la financiación y estructura, se quiere lograr que partir de las cifras se tomen las decisiones adecuadas de inversión y ejecución del presupuesto de construcción, adecuación y puesta en marcha del negocio.

Financiamiento del proyecto encontrando el punto de equilibrio, realizar los ajustes necesarios y tener maniobrabilidad si cambia un factor del sector.

**Para el desarrollo del modelo financiero se tienen en cuenta los siguientes supuestos económicos:**

Tabla 1 *Modelo financiero*

Reserva Legal	10%
Inflación estimada	4.3%
Capital de trabajo %	30%
Impuesto de renta	35%
Tasa de oportunidad	25%
Perpetuidad	3%
Deuda gastos a fin de año	20%
Gastos de administración y ventas	15%
Pago impuestos	80%
Tasa impositiva	31.8%

Fuente: autoría del investigador

**Con base en estos supuestos se desarrolla el modelo financiero y se calculan cifras de los estados financieros proyectados.**

Como supuesto importante para el desarrollo del emprendimiento se consideran los siguientes días en rotación de cartera, inventarios y proveedores:

Tabla 2 *Modelo financiero*

<b>DIAS DE ROTACION</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Días Cartera	0	0	0	0	0	0
Días Inventarios	0	30	30	30	30	30
Días Pago Prov.	0	45	45	60	60	60

Fuente: autoría del investigador

Los días de cartera se consideran en cero ya que el modelo de negocio de hospedaje los pagos son de manera anticipada o contado. Para el desarrollo del proyecto esta variable significa un beneficio en el manejo de caja en general.

### **Capítulo 3: simulaciones financieras que permitan la sostenibilidad del proyecto en el corto, mediano y largo plazo**

Después de obtener los resultados del modelo financiero, las perspectivas financieras y los diferentes escenarios del proyecto se procede a desarrollar el análisis detallado de las circunstancias a ejecutar en el plan de estructuración del negocio tipo Glamping ecológico.

#### **Estado de situación financiera**

El proyecto Eco Granja y Glamping Pueblo Viejo presenta las siguientes cifras para los estados financieros de mayor relevancia, todas con un modelo financiero que presenta 3 escenarios: optimista, realista y pesimista. Estos escenarios están basados en la ocupación esperada impactando las variables: ocupación, costos variables y crecimiento anual.

A continuación, se presenta análisis de sus estados financieros para los periodos 2022 a 2027.

Tabla 3 *Balance general*

<b>ECO GLAMPING PUEBLO VIEJO</b>						
<b>Estado de Situación Financiera</b>						
<b>(Expresado en miles de pesos)</b>						
<b>A los siguientes cortes:</b>						
<b>ACTIVOS</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
DISPONIBLE	0	199,218	376,899	599,927	842,248	1,121,648
CARTERA		0	0	0	0	0
INVENTARIOS		26,998	28,511	30,120	31,831	33,652
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>226,216</b>	<b>405,410</b>	<b>630,047</b>	<b>874,079</b>	<b>1,155,300</b>
ACTIVO FIJO BRUTO	1,019,596	1,019,596	1,019,596	1,019,596	1,019,596	1,019,596
DEP. ACUMULADA		-24,725	-49,451	-74,176	-98,902	-123,627
DIFERIDOS	1,870	1,870	1,870	1,870	1,870	1,870
AMORTIZACION DIFERIDOS		-374	-748	-1,122	-1,496	-1,870
<b>ACTIVO FIJO NETO</b>	<b>1,021,466</b>	<b>996,367</b>	<b>971,267</b>	<b>946,168</b>	<b>921,068</b>	<b>895,969</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>1,021,466</b>	<b>1,222,583</b>	<b>1,376,677</b>	<b>1,576,215</b>	<b>1,795,147</b>	<b>2,051,269</b>
<b>PASIVOS</b>						
OBLIGACIONES FIN. CP	45,724	49,569	53,738	58,258	63,157	68,468
CUENTAS X PAGAR PROV		40,497	42,767	60,239	63,662	67,305
OTRAS CUENTAS X PAGAR		23,298	25,468	27,841	30,436	33,272
IMPUESTOS POR PAGAR		17,796	21,099	24,746	28,770	33,208
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>45,724</b>	<b>131,161</b>	<b>143,072</b>	<b>171,084</b>	<b>186,025</b>	<b>202,253</b>
<b>OBLIGACIONES FIN. LP</b>	<b>629,696</b>	<b>580,127</b>	<b>526,389</b>	<b>468,131</b>	<b>404,974</b>	<b>336,506</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>675,420</b>	<b>711,287</b>	<b>669,461</b>	<b>639,215</b>	<b>590,999</b>	<b>538,759</b>

---

<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL	346,046	346,046	346,046	346,046	346,046	346,046
RESERVA LEGAL		0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA	0	165,249	195,921	229,783	267,149	308,362
UTILIDAD RETENIDA		0	165,249	361,170	590,953	858,102
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>346,046</b>	<b>511,295</b>	<b>707,216</b>	<b>936,999</b>	<b>1,204,148</b>	<b>1,512,510</b>
<b>PASIVO MAS PATRIMONIO</b>	<b>1,021,466</b>	<b>1,222,583</b>	<b>1,376,677</b>	<b>1,576,215</b>	<b>1,795,147</b>	<b>2,051,269</b>

---

Fuente: Autoría del investigador



## ACTIVOS

Los activos de Eco Glamping Pueblo viejo están constituidos principalmente por los activos fijos adquiridos al iniciar el proyecto:

Tabla 4 *Adquisición activos fijos proyecto Eco Glamping Pueblo Viejo*

ACTIVO	VALOR	V UTIL
Terrenos	\$ 346,046,250	
Edificios	\$ 560,000,000	45
Muebles y enseres	\$ 102,400,000	10
Equipo de computo	\$ 4,300,000	5
Activos biológicos	\$ 6,850,000	5.8
Diferidos proyectos	\$ 1,870,000	5

Fuente: Autoría del investigador

El terreno es de propiedad de los aportantes para la ejecución del proyecto y será tomado como aporte social. El activo con mayor valor (Edificaciones) corresponde a los 10 Glamping y las zonas comunes contempladas para este proyecto.

Los activos biológicos están representados por animales propios de la región (patos, gallinas y vacas y plantaciones de café y una huerta). Este grupo de activos hace parte de la propuesta de valor sobre el tema ecológico como pilar del proyecto.

## Pasivos

El monto más importante de los pasivos proyectados para Eco Glamping corresponde a la financiación necesaria para poner en marcha el emprendimiento.

Se proyecta un crédito a un plazo de 10 años, con una tasa de 8.41% EA con entidad financiera colombiana con los siguientes datos:

Tabla 5 *amortización de la deuda 2022 - 2027*

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA</b>						
<b>PRESTAMO</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Saldo inicial del periodo	675,420	629,696	580,127	526,389	468,131	404,974
Cuota	-	102,527	102,527	102,527	102,527	102,527
Interés Capita	-	56,803	52,957	48,789	44,269	39,370
1	-	45,724	49,569	53,738	58,258	63,157

Fuente: autoría del investigador

**Patrimonio**

El capital social del proyecto corresponde al terreno de 2.000 m2 ubicado en el municipio de Monquirá, zona rural vía Santander. Este predio tiene un valor de \$ 346.046.250.

No se tiene contemplado realizar repartición de utilidades ya que al ser un proyecto a largo plazo se tienen planes de reinversión. Las cifras son las siguientes:

Tabla 6 *Detalle de utilidades 2022 - 2027*

<b>UTILIDADES</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
U. NETA	-	165,249	195,921	229,783	267,149	308,362
U. RETENIDA	-	-	165,249	361,170	590,953	858,102

Fuente: autoría del investigador

## Estado de resultados

Tabla 7 *Estado de resultados*

<b>ECO GLAMPING PUEBLO VIEJO</b>						
<b>Estado de Resultados</b>						
<b>(Expresado en miles de pesos)</b>						
<b>Para los periodos terminados a:</b>						
	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
VENTAS	0	776,600	848,948	928,044	1,014,518	1,109,061
COSTO DE VENTAS	0	323,979	342,132	361,436	381,973	403,830
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>0</b>	<b>452,622</b>	<b>506,816</b>	<b>566,607</b>	<b>632,545</b>	<b>705,231</b>
GASTOS DE ADMÓN Y VTAS	0	116,490	127,342	139,207	152,178	166,359
GASTO DE DEPRECIACIÓN	0	24,725	24,725	24,725	24,725	24,725
GASTO DE AMORTIZACIÓN	0	374	374	374	374	374
<b>TOTAL GASTOS ADMÓN Y VTAS</b>	<b>0</b>	<b>141,590</b>	<b>152,442</b>	<b>164,306</b>	<b>177,277</b>	<b>191,459</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>0</b>	<b>311,032</b>	<b>354,374</b>	<b>402,301</b>	<b>455,268</b>	<b>513,773</b>
GASTO FINANCIERO	0	56,803	52,957	48,789	44,269	39,370
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>0</b>	<b>254,229</b>	<b>301,417</b>	<b>353,513</b>	<b>410,999</b>	<b>474,403</b>
IMPUESTOS	0	88,980	105,496	123,729	143,849	166,041
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>0</b>	<b>165,249</b>	<b>195,921</b>	<b>229,783</b>	<b>267,149</b>	<b>308,362</b>

Fuente: Autoría del investigador

### Proyección ventas de hospedaje

Para lograr una proyección adecuada de ventas se trabaja con la capacidad instalada del lugar (10 Glamping con capacidad de 4 personas cada uno). Además, se realiza una proyección de las temporadas alta y baja durante todo el año teniendo en cuenta las siguientes fechas:

Tabla 8 *Clasificación temporadas alta y baja para un año.*

Temporadas	Fechas	Días
Semana Santa	3 Abr - 9 Abr	7
Vacaciones mitad de año	15 jun - 15 jul	30
receso octubre	9 oct - 16 oct	8
Fin de año	15 dic - 30 ene	45
festivos de 3 días	Varios	27
<b>Total, días temporada alta</b>		<b>117</b>
<b>Total, días temporada baja</b>		<b>248</b>

Fuente: autoría del investigador

Basados en la capacidad de los 10 Glamping, y las diferentes tarifas de acuerdo con su ocupación se define una tarifa de \$370.000 para temporada baja y \$425.500 para temporada alta:

Tabla 9 *Proyección tarifa hospedaje*

Supuestos	T. Alta	T. Baja
N Glamping		10
Capacidad anual		365
ocupación full		70%
ocupación x 3		10%
ocupación x 2		15%
precio noche FULL	420,000	483,000
precio noche x 3	340,000	391,000
precio noche x 2	280,000	322,000
Tarifa ponderada	370,000	425,500

Fuente: Autoría del investigador

Dentro del análisis de supuestos se tiene contemplado que la mayor ocupación del lugar este dada por familias con una participación del 70%, seguido de ocupaciones de grupos más pequeños entre 2 y 3 personas con un 30%.

Con base en lo anterior se realiza una proyección para los 3 escenarios planteados donde se calcula la ocupación total de acuerdo con un porcentaje de ocupación para cada temporada:

Tabla 10 *Proyección ocupación hospedaje con escenario optimista, realista y pesimista.*

<b>OPTIMISTA</b>			
<b>Temporada</b>	<b>% Ocupación</b>	<b>Ocupación por Glamping</b>	<b>Ocupación Total</b>
Alta	95%	111	1,112
Baja	59%	146	1,463
<b>Total, ocupación</b>		<b>257</b>	<b>2,575</b>
		<b>71%</b>	<b>1,014,327,250</b>
<b>REALISTA</b>			
<b>Temporada</b>	<b>% Ocupación</b>	<b>Ocupación por Glamping</b>	<b>Ocupación total</b>
Alta	65%	76	761
Baja	40%	99	992
<b>Total, ocupación</b>		<b>175</b>	<b>1,753</b>
		<b>48%</b>	<b>690,632,750</b>
<b>PESIMISTA</b>			
<b>Temporada</b>	<b>% Ocupación</b>	<b>Ocupación por Glamping</b>	<b>Ocupación total</b>
Alta	50%	59	585
Baja	30%	74	744
<b>Total, ocupación</b>		<b>133</b>	<b>1,329</b>
		<b>36%</b>	<b>524,197,500</b>

Fuente: Autoría del investigador

### **Proyección ventas pasadía**

Se realiza el mismo ejercicio para calcular la ocupación y tarifas del servicio de pasadía:

Tabla 11 *Proyección ventas pasadía*

Supuestos	T. Alta	T Baja
N Glamping		10
Capacidad		365
ocupación full		70%
ocupación x 3		10%
ocupación x 2		15%
precio FULL	80,000	92,000
precio x 3	60,000	69,000
precio x 2	40,000	46,000
Tarifa ponderada	68,000	78,200

Fuente: Autoría del investigador

Tabla 12 *Proyección ocupación pasadía con escenario optimista, realista y pesimista*

<b>OPTIMISTA</b>			
Temporada	Ocupación	Ocupación por Glamping	Ocupación total
Alta	5%	6	59
Baja	41%	102	1,017
<b>Total, ocupación</b>		<b>108</b>	<b>1,075</b>
			<b>29% 73,717,100</b>
<b>REALISTA</b>			
Temporada	Ocupación	Ocupación por Glamping	Ocupación total
Alta	20%	23	234
Baja	40%	99	992
<b>Total, ocupación</b>		<b>123</b>	<b>1,226</b>
			<b>34% 85,754,800</b>
<b>PESIMISTA</b>			
Temporada	Ocupación	Ocupación por Glamping	Ocupación total
Alta	10%	12	117
Baja	20%	50	496
<b>Total, ocupación</b>		<b>61</b>	<b>613</b>
			<b>17% 42,877,400</b>

Fuente: Autoría del investigador

### Costos y gastos

Los costos y gastos dependen directamente de las ventas proyectadas en cada escenario en los que se plantean ocupaciones distintas.

Los costos fijos para el primer año son **\$228.284.640**. Este costo lo componen servicios públicos, mantenimientos, mano de obra, servicio de aseo y suministros principalmente.

Los costos variables definidos para los servicios de hospedaje y pasadías se proyectan de acuerdo con cada escenario como lo indica la siguiente tabla:

Tabla 13 *Proyección costos variables para hospedaje y pasadía*

<b>Nombre escenario</b>	<b>Optimista</b>	<b>Realista</b>	<b>Pesimista</b>
Costo variable hospedajes	39,000	42,000	55,000
Costos variables pasadías	15,000	18,000	23,000

Fuente: Autoría del investigador

Los gastos de administración y ventas corresponden al 15% de las ventas proyectadas para cada uno de los periodos sujetos a análisis. Se definen en este porcentaje ya para este tipo de proyecto los gastos más altos están contemplados en los costos fijos y variables.

Tabla 14 *Flujo de efectivo Eco Glamping Pueblo Viejo 2022 – 2027*

<b>ECO GLAMPING PUEBLO VIEJO</b>						
<b>Flujo de efectivo</b>						
<b>(Expresado en miles de pesos)</b>						
<b>Para los periodos:</b>						
	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>199,218</b>	<b>376,899</b>	<b>599,927</b>	<b>842,248</b>
<b>ENTRADAS DE EFECTIVO</b>						
Créditos bancarios	675,420					
Aportes socios	0					
Ingresos por ventas		776,600	848,948	928,044	1,014,518	1,109,061
<b>TOTAL ENTRADAS</b>	<b>675,420</b>	<b>776,600</b>	<b>848,948</b>	<b>928,044</b>	<b>1,014,518</b>	<b>1,109,061</b>
<b>SALIDAS DE EFECTIVO</b>						
Pago crédito de tesorería		0	0	0	0	0
Compra de activos	675,420	0	0	0	0	0
Pago a proveedores		310,480	341,376	345,572	380,262	402,008
Gasto de admón. y ventas		93,192	125,172	136,834	149,584	163,523
Pago de intereses		56,803	52,957	48,789	44,269	39,370
Abono a capital		45,724	49,569	53,738	58,258	63,157
Pago de impuestos		71,184	102,193	120,083	139,825	161,603
Distribución de utilidades		0	0	0	0	0
<b>TOTAL SALIDAS</b>	<b>675,420</b>	<b>577,383</b>	<b>671,267</b>	<b>705,015</b>	<b>772,198</b>	<b>829,661</b>
<b>SALDO ACUMULADO</b>	<b>0</b>	<b>199,218</b>	<b>376,899</b>	<b>599,927</b>	<b>842,248</b>	<b>1,121,648</b>
Crédito de tesorería		0	0	0	0	0
<b>SALDO FINAL</b>	<b>0</b>	<b>199,218</b>	<b>376,899</b>	<b>599,927</b>	<b>842,248</b>	<b>1,121,648</b>
Ciclo de caja		-15	-15	-30	-30	-30
Efectivo mínimo		0	0	0	0	0
Sobrante (faltante)		199,218	376,899	599,927	842,248	1,121,648

Fuente: autoría del investigador



Las entradas para el flujo de efectivo corresponden al crédito bancario del año 2022, en adelante a las ventas proyectadas.

Las salidas de efectivo están dirigidas al pago de proveedores, gastos de administración, impuestos y al pago del crédito bancario adquirido al inicio del proyecto.

El flujo no cuenta con faltantes de efectivo debido a que su operación contempla un ciclo de caja negativo. Esto debido a que el negocio de hospedaje maneja pagos anticipados o de contado.

## Indicadores financieros

Tabla 15 *Indicadores de liquidez*

Escenario Pesimista	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Activo corriente	0	96,758,149	146,964,423	224,009,045	300,750,182	392,156,755
Pasivo corriente	45,723,969	111,940,722	120,876,686	144,964,319	156,026,610	167,914,221
Capital de trabajo neto	(45,723,969)	(15,182,574)	26,087,737	79,044,725	144,723,571	224,242,535
Índice de liquidez	<b>0.00</b>	<b>0.86</b>	<b>1.22</b>	<b>1.55</b>	<b>1.93</b>	<b>2.34</b>
Escenario Realistas	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Activo corriente	0	226,215,955	405,409,610	630,046,699	874,078,756	1,155,300,297
Pasivo corriente	45,723,969	131,160,746	143,072,268	171,084,130	186,024,647	202,253,422
Capital de trabajo neto	(45,723,969)	95,055,210	262,337,341	458,962,568	688,054,109	953,046,875
Índice de liquidez	<b>0.00</b>	<b>1.72</b>	<b>2.83</b>	<b>3.68</b>	<b>4.70</b>	<b>5.71</b>
Escenario Optimista	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Activo corriente	0	413,867,701	782,209,008	1,227,285,443	1,725,027,539	2,299,064,801
Pasivo corriente	45,723,969	160,200,028	176,939,219	211,708,077	233,173,088	256,842,991
Capital de trabajo neto	(45,723,969)	253,667,674	605,269,789	1,015,577,366	1,491,854,451	2,042,221,810
Índice de liquidez	<b>0.00</b>	<b>2.58</b>	<b>4.42</b>	<b>5.80</b>	<b>7.40</b>	<b>8.95</b>

Fuente: Autoría del investigador

### **Capital de trabajo neto**

Se determina de la siguiente manera:

**Capital de Trabajo Neto:** Activo Corriente/Pasivo Corriente

Eco Glamping cuenta con los recursos permanentes a excepción del primer año, para que el ciclo de operaciones no se interrumpa además la tendencia de la empresa a lo largo de diferentes periodos económicos es positiva.

En el escenario pesimista el capital de trabajo es neto para los 2 primeros años (2022 y 2023). Lo anterior debido a que los ingresos planteados no son suficientes para cubrir los costos y gastos del negocio.

### **Índice de liquidez**

Se observa en los tres escenarios un índice de liquidez positivo, aunque las cifras del escenario Pesimista son bajas, ninguna es negativa.

Para cada año y escenario se determina,

**Índice de Liquidez:** Activo Corriente/Pasivo Corriente

Los resultados en negrita hacen referencia al dinero que tiene Eco Glamping en caja, además de cualquier activo que se puede convertir en efectivo dentro de un periodo de doce meses, por lo cual la empresa dispone de un resultado positivo para cubrir sus deudas, en menor cuantía dependiendo el escenario que se analice.

## Ciclos de rotación

Tabla 16 *Ciclos de rotación*

<b>Escenario Pesimista</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
ROTACIÓN ACTIVO TOTAL	0.5 veces	0.5 veces	0.6 veces	0.6 veces	0.6 veces
ROTACIÓN ACTIVO FIJO	0.6 veces	0.6 veces	0.6 veces	0.7 veces	0.7 veces
ROTACIÓN A. CORRIENTE	5.9 veces	4.1 veces	2.9 veces	2.3 veces	1.9 veces
ROTACIÓN DE CARTERA	0.0 veces	0.0 veces	0.0 veces	0.0 veces	0.0 veces
DIAS DE CARTERA	0 Días	0 Días	0 Días	0 Días	0 Días
ROTACIÓN DE INVENTARIO	12 veces	12 veces	12 veces	12 veces	12 veces
DIAS DE INVENTARIO	30 Días	30 Días	30 Días	30 Días	30 Días
CICLO OPERACIONAL	30 Días	30 Días	30 Días	30 Días	30 Días
ROTACIÓN PROVEEDORES	8 veces	8 veces	6 veces	6 veces	6 veces
DIAS DE PROVEEDORES	45 Días	45 Días	60 Días	60 Días	60 Días
CICLO DE CAJA	-15 Días	-15 Días	-30 Días	-30 Días	-30 Días
<b>Escenario Realista</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
ROTACIÓN ACTIVO TOTAL	0.6 veces	0.6 veces	0.6 veces	0.6 veces	0.5 veces
ROTACIÓN ACTIVO FIJO	0.8 veces	0.8 veces	0.9 veces	1.0 veces	1.1 veces
ROTACIÓN A. CORRIENTE	3.4 veces	2.1 veces	1.5 veces	1.2 veces	1.0 veces
ROTACIÓN DE CARTERA	0.0 veces	0.0 veces	0.0 veces	0.0 veces	0.0 veces
DIAS DE CARTERA	0 Días	0 Días	0 Días	0 Días	0 Días
ROTACIÓN DE INVENTARIO	12 veces	12 veces	12 veces	12 veces	12 veces
DIAS DE INVENTARIO	30 Días	30 Días	30 Días	30 Días	30 Días
CICLO OPERACIONAL	30 Días	30 Días	30 Días	30 Días	30 Días
ROTACIÓN PROVEEDORES	8 veces	8 veces	6 veces	6 veces	6 veces
DIAS DE PROVEEDORES	45 Días	45 Días	60 Días	60 Días	60 Días
CICLO DE CAJA	-15 Días	-15 Días	-30 Días	-30 Días	-30 Días

Escenario Optimista	2023	2024	2025	2026	2027
ROTACIÓN ACTIVO TOTAL	0.8 veces	0.7 veces	0.6 veces	0.6 veces	0.5 veces
ROTACIÓN ACTIVO FIJO	1.1 veces	1.2 veces	1.3 veces	1.5 veces	1.6 veces
ROTACIÓN A. CORRIENTE	2.6 veces	1.5 veces	1.1 veces	0.9 veces	0.7 veces
ROTACIÓN DE CARTERA	0.0 veces	0.0 veces	0.0 veces	0.0 veces	0.0 veces
DIAS DE CARTERA	0 Días	0 Días	0 Días	0 Días	0 Días
ROTACIÓN DE INVENTARIO	12 veces	12 veces	12 veces	12 veces	12 veces
DIAS DE INVENTARIO	30 Días	30 Días	30 Días	30 Días	30 Días
CICLO OPERACIONAL	30 Días	30 Días	30 Días	30 Días	30 Días
ROTACIÓN PROVEEDORES	8 veces	8 veces	6 veces	6 veces	6 veces
DIAS DE PROVEEDORES	45 Días	45 Días	60 Días	60 Días	60 Días
CICLO DE CAJA	-15 Días	-15 Días	-30 Días	-30 Días	-30 Días

Fuente: autoría del investigador

Respecto al análisis de los Ciclos de Rotación, vamos a enfatizar en los indicadores que cambian su resultado dependiendo del escenario.

### **Rotación activo total**

Mide la eficiencia de la empresa en la utilización de los activos. Los activos se utilizan para generar ventas, ingresos y entre más altos sean estos, más eficiente es la gestión de los activos. Este indicador se determina de la siguiente manera:

**Rotación Activo Total:**  $\text{Ventas/Activo Total}$

Podemos identificar que para los tres escenarios el resultado promedio es 0.59 veces.

### **Rotación activo fijo**

El resultado indica que el promedio de los activos fijos en los tres escenarios rotó 0.97 veces, esto quiere decir que por cada peso invertido en activos fijos solamente se pudo generar ventas por \$ 0,97 pesos promedio.

**Rotación Activo Total:** Ventas/Activo Fijo

**Rotación activos corrientes**

El promedio de los resultados obtenidos es de 2.21 veces, lo cual mide el nivel de eficiencia con la que una empresa utiliza sus activos para generar ingresos. Dicho de otra manera, la rotación de activos indica cuántos pesos de ventas o ingresos genera una empresa por cada peso que tiene invertido en activos.

**Rotación Activo Corriente:** Ventas/Activo Corriente

Para los demás ciclos de Rotación calculados y analizados no cambian frente a cada escenario, esto depende que nuestros días de Cartera Clientes es de 0 días, teniendo en cuenta que este tipo de negocio maneja pago de contado y/o anticipado.

Por otro lado, los días de cartera con nuestros proveedores fueron a 45 y 60 días, por lo cual se evidencia que el resultado final de nuestro ciclo de caja es negativo.

## Apalancamiento

Tabla 17 *Indicadores de apalancamiento*

<b>Escenario Pesimista</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Total pasivo	675,420,000	692,067,399	647,265,225	613,095,344	561,000,664	504,419,801
Total, patrimonio	346,046,250	401,057,521	470,966,489	557,081,514	660,817,852	783,705,810
<b>Apalancamiento total</b>	<b>1.95</b>	<b>1.73</b>	<b>1.37</b>	<b>1.10</b>	<b>0.85</b>	<b>0.64</b>
<b>Escenario Realista</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Total pasivo	675,420,000	711,287,422	669,460,808	639,215,155	590,998,700	538,759,003
Total patrimonio	346,046,250	511,295,304	707,216,094	936,999,357	1,204,148,390	1,512,510,150
<b>Apalancamiento total</b>	<b>1.95</b>	<b>1.39</b>	<b>0.95</b>	<b>0.68</b>	<b>0.49</b>	<b>0.36</b>
<b>Escenario Realista</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Total pasivo	675,420,000	740,326,704	703,327,758	679,839,102	638,147,141	593,348,571
Total patrimonio	346,046,250	669,907,768	1,050,148,542	1,493,614,155	2,007,948,732	2,601,685,085
<b>Apalancamiento total</b>	<b>1.95</b>	<b>1.11</b>	<b>0.67</b>	<b>0.46</b>	<b>0.32</b>	<b>0.23</b>

Fuente: Autoría del investigador

En el modelo financiero realizado se incluye este indicador para los tres escenarios, logrando identificar por escenario y cada año cómo se comporta dicho indicador a través del tiempo.

El cálculo del apalancamiento financiero es igual a Inversión/Capital Propio, en conclusión, entre más elevada sea la relación significa que el nivel de endeudamiento es más alto. Cabe resaltar que nuestro indicador es Positivo para los tres escenarios lo que indica el rendimiento de la inversión es superior al costo de la deuda que se incurre.

## Endeudamiento

Tabla 18 *Indicadores de endeudamiento*

<b>Escenario Pesimista</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Total, pasivo	675,420,000	692,067,399	647,265,225	613,095,344	561,000,664	504,419,801
Total, activo	1,021,466,250	1,093,124,920	1,118,231,715	1,170,176,858	1,221,818,516	1,288,125,611
<b>Nivel endeudamiento</b>	<b>66.1%</b>	<b>63.3%</b>	<b>57.9%</b>	<b>52.4%</b>	<b>45.9%</b>	<b>39.2%</b>

<b>Escenario Realista</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Total, pasivo	675,420,000	711,287,422	669,460,808	639,215,155	590,998,700	538,759,003
Total, activo	1,021,466,250	1,222,582,726	1,376,676,902	1,576,214,512	1,795,147,090	2,051,269,153
<b>Nivel endeudamiento</b>	<b>66.1%</b>	<b>58.2%</b>	<b>48.6%</b>	<b>40.6%</b>	<b>32.9%</b>	<b>26.3%</b>

<b>Escenario Pesimista</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Total, pasivo	675,420,000	692,067,399	647,265,225	613,095,344	561,000,664	504,419,801
Total, activo	1,021,466,250	1,093,124,920	1,118,231,715	1,170,176,858	1,221,818,516	1,288,125,611
<b>Nivel endeudamiento</b>	<b>66.1%</b>	<b>63.3%</b>	<b>57.9%</b>	<b>52.4%</b>	<b>45.9%</b>	<b>39.2%</b>

Fuente: Autoría del investigador



El endeudamiento financiero es una relación de deuda que sirve para medir el apalancamiento financiero de una empresa. Este índice se calcula dividiendo el pasivo total de una empresa por su patrimonio neto, e indica cuánta deuda usa una empresa para financiar sus activos con relación al patrimonio neto.

Este cálculo fue proyectado en los tres escenarios y año a año, se observa que su promedio para los tres escenarios es de 51.2% Este resultado nos permite medir cuanta deuda soporta nuestra empresa con sus propios recursos.

## Rentabilidad

Tabla 19 *Indicadores de rentabilidad*

<b>Escenario</b>						
<b>Pesimista</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Ventas		567,074,900	607,787,431	651,427,243	698,205,165	748,347,237
Utilidad bruta		251,596,260	276,777,289	304,086,872	333,693,897	365,779,779
U. operacional		141,435,546	160,509,696	181,273,307	203,863,643	228,428,215
Utilidad neta		55,011,271	69,908,969	86,115,024	103,736,339	122,887,957
<b>Margen bruto</b>		<b>44.4%</b>	<b>45.5%</b>	<b>46.7%</b>	<b>47.8%</b>	<b>48.9%</b>
<b>M. operacional</b>		<b>24.9%</b>	<b>26.4%</b>	<b>27.8%</b>	<b>29.2%</b>	<b>30.5%</b>
<b>Margen neto</b>		<b>9.7%</b>	<b>11.5%</b>	<b>13.2%</b>	<b>14.9%</b>	<b>16.4%</b>
Utilidad neta		55,011,271	69,908,969	86,115,024	103,736,339	122,887,957
Patrimonio		401,057,521	470,966,489	557,081,514	660,817,852	783,705,810
<b>ROE</b>		<b>13.7%</b>	<b>14.8%</b>	<b>15.5%</b>	<b>15.7%</b>	<b>15.7%</b>
Utilidad neta		55,011,271	69,908,969	86,115,024	103,736,339	122,887,957
Total activo		1,093,124,920	1,118,231,715	1,170,176,858	1,221,818,516	1,288,125,611
<b>ROA</b>		<b>5.0%</b>	<b>6.3%</b>	<b>7.4%</b>	<b>8.5%</b>	<b>9.5%</b>
<b>Escenario</b>						
<b>Realista</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Ventas		776,600,300	848,947,953	928,043,884	1,014,518,394	1,109,060,742
Utilidad bruta		452,621,660	506,815,708	566,607,426	632,545,027	705,231,118
U- operacional		311,032,136	354,374,036	402,301,365	455,267,789	513,772,527
Utilidad neta		165,249,054	195,920,790	229,783,262	267,149,033	308,361,760
<b>Margen bruto</b>		<b>58.3%</b>	<b>59.7%</b>	<b>61.1%</b>	<b>62.3%</b>	<b>63.6%</b>
<b>M. operacional</b>		<b>40.1%</b>	<b>41.7%</b>	<b>43.3%</b>	<b>44.9%</b>	<b>46.3%</b>
<b>Margen neto</b>		<b>21.3%</b>	<b>23.1%</b>	<b>24.8%</b>	<b>26.3%</b>	<b>27.8%</b>
Utilidad neta		165,249,054	195,920,790	229,783,262	267,149,033	308,361,760
Patrimonio		511,295,304	707,216,094	936,999,357	1,204,148,390	1,512,510,150
<b>ROE</b>		<b>32.3%</b>	<b>27.7%</b>	<b>24.5%</b>	<b>22.2%</b>	<b>20.4%</b>
Utilidad neta		165,249,054	195,920,790	229,783,262	267,149,033	308,361,760
Total activo		1,222,582,726	1,376,676,902	1,576,214,512	1,795,147,090	2,051,269,153
<b>ROA</b>		<b>13.5%</b>	<b>14.2%</b>	<b>14.6%</b>	<b>14.9%</b>	<b>15.0%</b>

Escenario Optimista	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas		1,088,235,800	1,211,981,028	1,349,805,128	1,503,310,827	1,674,283,418
Utilidad bruta		743,386,160	844,839,875	958,613,691	1,086,149,344	1,229,052,354
U. operacional		555,051,311	637,943,242	731,043,443	835,553,241	952,810,362
Utilidad neta		323,861,518	380,240,774	443,465,613	514,334,577	593,736,353
<b>Margen bruto</b>		<b>68.3%</b>	<b>69.7%</b>	<b>71.0%</b>	<b>72.3%</b>	<b>73.4%</b>
<b>M. operacional</b>		<b>51.0%</b>	<b>52.6%</b>	<b>54.2%</b>	<b>55.6%</b>	<b>56.9%</b>
<b>Margen neto</b>		<b>29.8%</b>	<b>31.4%</b>	<b>32.9%</b>	<b>34.2%</b>	<b>35.5%</b>
Utilidad neta		323,861,518	380,240,774	443,465,613	514,334,577	593,736,353
Patrimonio		669,907,768	1,050,148,542	1,493,614,155	2,007,948,732	2,601,685,085
<b>ROE</b>		<b>48.3%</b>	<b>36.2%</b>	<b>29.7%</b>	<b>25.6%</b>	<b>22.8%</b>
Utilidad neta		323,861,518	380,240,774	443,465,613	514,334,577	593,736,353
Total, activo		1,410,234,472	1,753,476,300	2,173,453,256	2,646,095,873	3,195,033,656
<b>ROA</b>		<b>23.0%</b>	<b>21.7%</b>	<b>20.4%</b>	<b>19.4%</b>	<b>18.6%</b>

Fuente: Autoría del investigador

Los indicadores de rentabilidad tienen como objetivo establecer el nivel de rentabilidad de una inversión, expresándolo en porcentajes o valores absolutos, a fin de facilitar su análisis y comprensión.

Estos indicadores en nuestra empresa nos permiten observar bajo tres escenarios el rendimiento que genera la inversión de manera general, basada en los Estados Financieros. Por otro lado, también permite la eficiencia con la que la Administración Financiera gestiona sus recursos para logra una mayor utilidad.

**Margen Bruto:** Este indicador como su nombre lo indica refleja el resultado de la Utilidad Bruta, para realizar el cálculo se tomó la siguiente formula, debemos inicialmente calcula la Utilidad Bruta y el resultado lo dividimos en el valor de las ventas, así:

Utilidad Bruta: Ventas – Costo

Margen Bruto: Utilidad bruta/Ventas

El promedio para este modelo financiero en todos los escenarios es de 59.5%.

### **Margen Operacional**

En este resultado se puede observar la utilidad operacional sobre las ventas netas e indica, si el negocio es o no lucrativo, en sí mismo, independientemente de la forma como ha sido financiado.

Según este modelo y observando los tres escenarios su cifra mínima de Margen Operacional es el escenario Pesimista donde su menor cálculo es de 26.4% para el año 2024.

Tabla 20 *Margen operacional*

<b>Escenario Pesimista</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Margen operacional</b>		<b>24.9%</b>	<b>26.4%</b>	<b>27.8%</b>	<b>29.2%</b>	<b>30.5%</b>

Fuente: autoría del investigador

Para los demás escenarios su margen operacional desde el 40.1% al 56.9% como resultados óptimos para el ejercicio.

## Rentabilidad del patrimonio ROE

Tabla 21 *Rentabilidad de patrimonio ROE*

<b>Escenario Pesimista</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>(ROE)</b>		13.7%	14.8%	15.5%	15.7%	15.7%
<b>Escenario Realista</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>(ROE)</b>		32.3%	27.7%	24.5%	22.2%	20.4%
<b>Escenario Optimista</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>(ROE)</b>		48.3%	36.2%	29.7%	25.6%	22.8%

Fuente: Autoría del investigador

Respecto a este cálculo se puede definir como uno de los indicadores más utilizados para determinar el nivel de rentabilidad de cualquier empresa.

En los resultados de los escenarios propuestos estos no son negativos, lo que podríamos deducir que cuanto mayor sea, mayor rentabilidad que este emprendimiento puede generar en relación con los recursos propios para financiarse.

## Rentabilidad del activo ROA

Tabla 22 *Rentabilidad del activo ROA*

Escenario	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Pesimista (ROA)</b>		5.0%	6.3%	7.4%	8.5%	9.5%
<b>Escenario Realista (ROA)</b>		13.5%	14.2%	14.6%	14.9%	15.0%
<b>Escenario Optimista (ROA)</b>		23.0%	21.7%	20.4%	19.4%	18.6%

Fuente: Autoría del investigador

Este indicador permite identificar porque calcula la rentabilidad total de los activos de la empresa, es decir que por cada peso de inversión podríamos esperar ganancia a futuro.

En este modelo financiero el ROA es menor que los resultados del ROE y esto debido a que este proyecto será financiado por Bancos para su construcción y puesta en marcha.

## EBITDA

Tabla 23 Margen EBITDA

EBITDA	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Optimista		53.28%	54.68%	55.99%	57.23%	58.39%
Realista		43.23%	44.66%	46.01%	47.31%	48.55%
Pesimista		29.30%	30.48%	31.62%	32.74%	33.83%

Fuente: Autoría del investigador

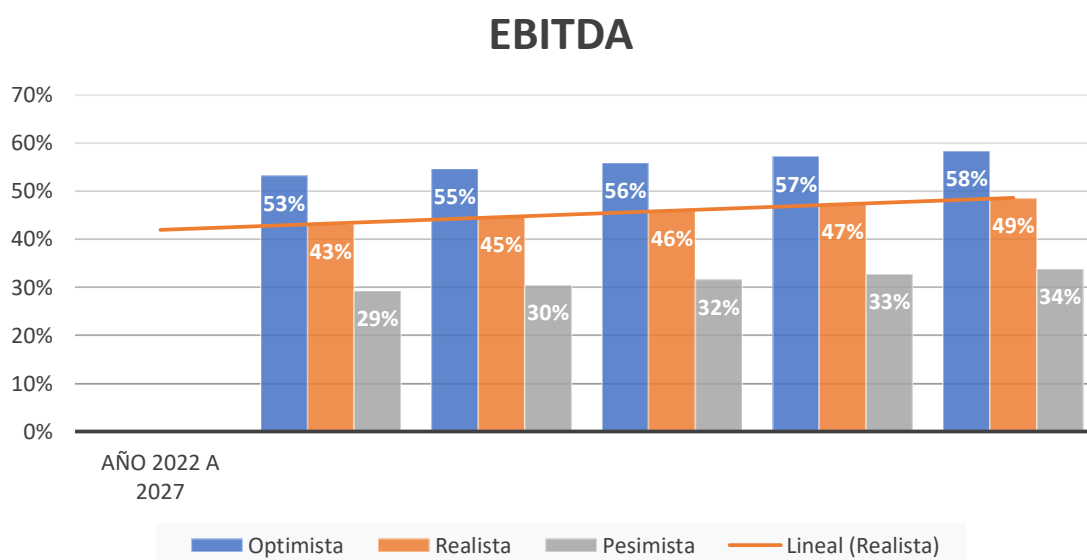


Figura 1 Margen EBITDA

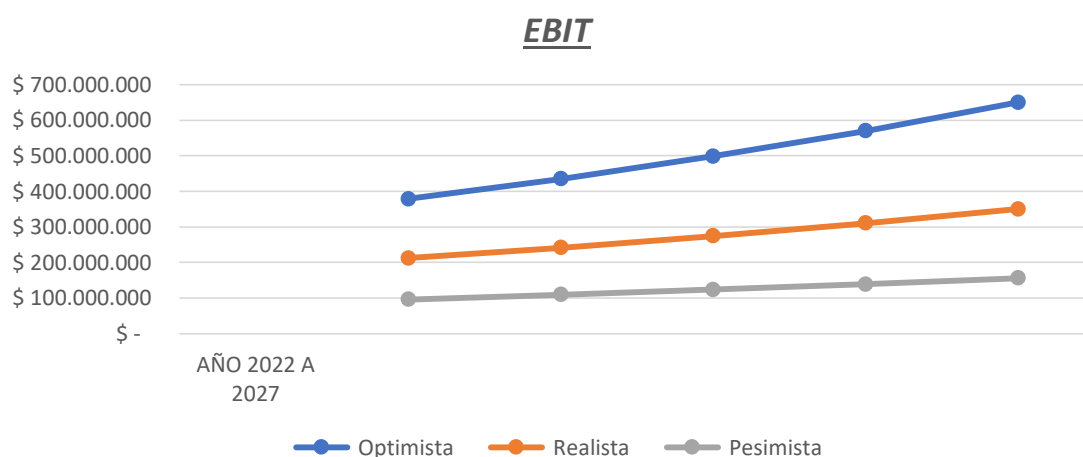
Fuente: autoría del investigador

El margen ebitda como se evidencia en la gráfica se comporta en los 3 escenarios con porcentajes crecientes por encima del eje x 0% en porcentajes positivos entre el año 2022 y 2027, generando utilidad operacional y margen de oportunidad positivo antes de impuestos y gastos no operacionales, lo que nos demuestra que el negocio ejecutado el plan estructural operativamente es viable, adicional el negocio es capaz de generar flujos de efectivo al final del ejercicio operacional.

**EBIT**Tabla 24 *EBIT*

<b>EBIT</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Optimista</b>	378,647,469	435,195,069	498,706,594	570,001,572	649,992,576
<b>Realista</b>	212,181,340	241,748,518	274,443,804	310,576,685	350,487,717
<b>Pesimista</b>	96,485,155	109,497,246	123,661,862	139,072,642	155,830,215

Fuente: autoría del investigador

*Figura 2* EBIT

Fuente: autoría del investigador

El EBIT o utilidad operacional en los tres escenarios es positivo y genera flujos operacionales con remanente para soportar la financiación y la carga impositiva, este rubro es importante en la generación de valor de la operación, ya que este nos muestra si el objeto social del negocio está generando utilidad para sostener la estructura financiera y fiscal de la compañía, es el indicador directo de la operación a desarrollar y se debe analizar según el diferente momento del negocio, para la gráfica observada es ascendente.



## Estructura de capital.

Tabla 25 Estructura de capital

Estructura de capital	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Los 3 escenarios	0.00%	6.15%	6.23%	6.32%	6.45%	6.63%

Fuente: autoría del investigador



Figura 3 Estructura de capital

Fuente: autoría del investigador

En los tres escenarios se obtiene una estructura de capital por debajo de la TIO de los accionistas la cual es del 9% y se comprende en un intervalo entre el (6,15% - 6,63%) años 2022 al 2027, es acertado el financiamiento externo con deuda para la operación del negocio porque genera una estructura de financiación de expansión o negocio en construcción. Como el planteamiento inicial se estructura en 10 Glamping y el riesgo inminente es la ocupación del emprendimiento. Para los 3 años se tiene la misma estructura de capital ya que no se modifica la inversión inicial ni la deuda con financiación externa, es un porcentaje menor en casi 23 puntos referentes al ebitda y muestra una financiación externa viable.

## WACC

Tabla 26 WACC

WACC	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Los 3 escenarios	3.05%	7.16%	7.26%	7.38%	7.53%	7.72%

Fuente: Autoría del investigador

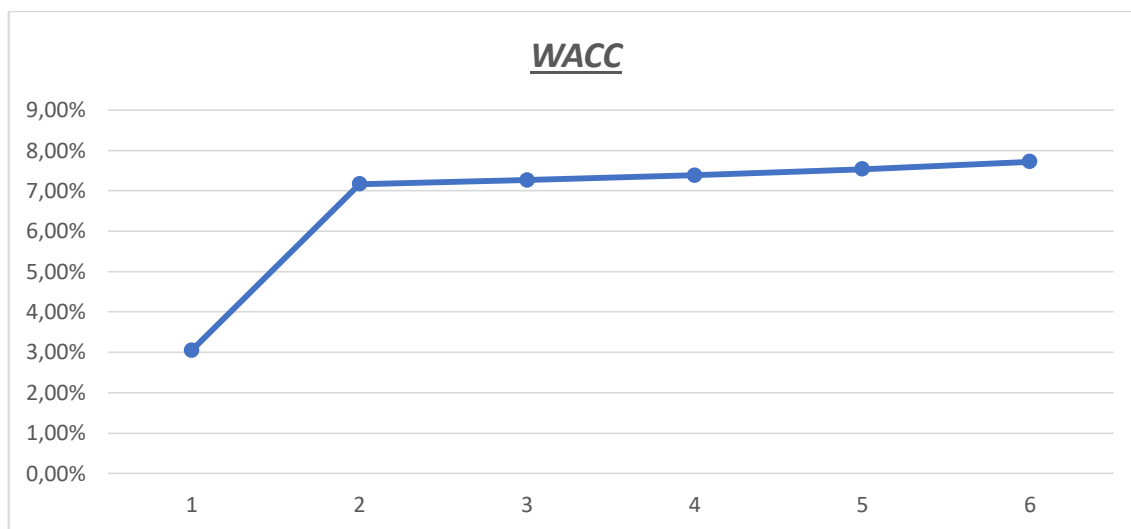


Figura 4 WACC

Fuente: autoría del investigador

En los tres escenarios se obtiene un **WACC** por debajo de la TIO de los accionistas la cual es del 9% y se comprende en un intervalo entre el (3,05% - 7,72%) años 2022 al 2027 y por debajo de la financiación externa, es acertado el financiamiento externo con deuda para la operación del negocio porque genera una estructura de financiación de expansión o negocio en construcción. y la financiación interna con una combinación óptima del costo de capital general del negocio, Como el planteamiento inicial se estructura en 10 Glamping y el riesgo inminente es la ocupación del emprendimiento mas no la inversión inicial o la financiación del proyecto. para los 3 años se tiene el mismo WACC ya que no se modifica la inversión inicial ni la deuda con financiación externa, es un porcentaje menor en casi 21 puntos referentes al ebitda y muestra un costo de capital óptimo para la operación.

## Indicadores de viabilidad

Tabla 27 *Indicadores de viabilidad*

INDICADOR	ESCENARIO		
	PESIMISTA	REAL	OPTIMISTA
Costo del aporte VPN	3.05%	3.05%	3.05%
CAUE	-193,790,565	461,578,947	1,437,180,728
B/C	-5,908,609	14,073,387	43,819,157
TIR	0.56	2.05	4.21
TIRM	-12.41%	30.48%	74.25%
	-8.29%	18.91%	37.38%

Fuente: Autoría del investigador

## Flujos de caja

En este punto se analizarán cada uno de los flujos de caja generados por el negocio, se tendrán los flujos generadores de caja en los tres escenarios planteados en el modelo financiero, escenario optimista real y pesimista.

Tabla 28 *Flujos de caja optimista*

						OPTIMISTA	
	2022	2023	2024	2025	2026	2027	
Flujo de caja operativa	-	303.106.128	355.639.998	414.696.055	481.045.642	555.547.960	
Flujo neto de inversión	447.631.142	6.687.454	7.215.085	7.791.014	8.420.874	-	
Flujo de caja del accionista (FCA)	-	296.418.674	348.424.913	406.905.041	472.624.767	555.547.960	
Flujo de caja del Libre (FCL)	1.123.051.142	379.064.477	432.416.601	492.355.803	559.657.311	644.295.314	

Fuente: Autoría del investigador

En este escenario se generan flujos de efectivo positivos, la empresa genera efectivo con su operativa comercial, se tiene ingresos de inversión hasta el año 2026 y se tiene un flujo de caja del accionista positivo por la capacidad del negocio de generar efectivo y utilidad neta, como último se presenta un flujo de caja libre para repartición en los inversionistas.

Tabla 29 *Flujos de caja real*

					<b>REAL</b>	
	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Flujo de caja operativa	-	144.493.664	171.320.014	201.013.704	233.860.098	270.173.368
Flujo neto de inversión	441.369.842	5.446.081	5.791.264	6.161.073	6.556.877	-
Flujo de caja del accionista (FCA)	-					
	441.369.842	139.047.583	165.528.751	194.852.631	227.303.220	270.173.368
Flujo de caja del Libre (FCL)	-					
	1.116.789.842	221.693.386	249.520.439	280.303.393	314.335.764	358.920.722

Fuente: Autoría del investigador

En el escenario realista se generan flujos de caja positivos en la operación comercial, el flujo de caja del accionista genera flujos positivos a partir del año 2022, igual que los flujos netos de inversión y a partir del año 2022 genera flujos de caja libre para los inversionistas.

Tabla 30 *Flujos de caja pesimista*

					<b>PESIMISTA</b>	
	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Flujo de caja operativa</b>	-	34.255.881	45.308.193	57.345.466	70.447.403	84.699.565
<b>Flujo neto de inversión</b>	438.819.842	4.659.450	4.899.069	5.151.269	5.416.857	-
<b>Flujo de caja del accionista (FCA)</b>	-					
	438.819.842	29.596.430	40.409.124	52.194.197	65.030.546	84.699.565
<b>Flujo de caja del Libre (FCL)</b>	-					
	1.114.239.842	112.242.233	124.400.812	137.644.959	152.063.090	173.446.919

Fuente: Autoría del investigador

En el escenario pesimista se genera flujos operativos positivos desde el año 2022 igual que en los escenarios real y optimista, genera flujos de inversión y flujos efectivo para sus accionistas, se generan flujos de caja libre para los 6 años de estudio.

**Valor residual.**Tabla 31 *Valor residual*

<b>Valor residual</b>	<b>FCL</b>	<b>FCA</b>	<b>CON LIQUIDACION</b>
<b>Optimista</b>	18.599.268.611	1.168.314.982.675	624.564.121
<b>Realista</b>	10.407.925.727	568.021.599.889	612.143.689
<b>Pesimista</b>	5.085.811.580	177.873.996.899	605.765.039

Fuente: Autoría del investigador

Se calcula el valor residual con perpetuidad para los tres escenarios mostrando viabilidad financiera y flujos de efectivo positivos a perpetuidad, si se llegara a liquidar el proyecto generaría flujos por encima de los 600 millones en los tres escenarios.

**VPN:**

En los tres escenarios se observa un valor presente neto tiene variaciones considerables. es negativo para el primer escenario (PESIMISTA) y genera una recuperación considerable en los dos escenarios siguientes en este periodo de 5 años. se determina como el escenario genera una pérdida del flujo en el tiempo de \$ - 193.790.565 millones de pesos dejando como inviable la inversión en este escenario, en el escenario (REAL) presenta un VPN de \$ 461.578.947 millones de pesos generando valor en el intervalo de tiempo, para el escenario (OPTIMISTA) se genera VPN positivo y obteniendo la viabilidad igual que el escenario (REAL).

**CAUE**

En los tres escenarios se observa un CAUE con variaciones considerables. es negativo para el primer escenario (PESIMISTA) y genera una recuperación considerable en los dos escenarios siguientes en este periodo de 5 años. se determina como el escenario genera un CAUE negativo de \$ - 5.908.609 millones de pesos dejando como inviable la inversión en este escenario ya que presenta más egresos que ingreso lo que nos lleva a evaluar la realización del proyecto en este escenario, en el escenario ( REAL ) presenta

un CAUE de \$ 14.073.387 millones de pesos junto con el escenario ( OPTIMISTA) que genera CAUE positivo obteniendo la viabilidad igual que el escenario ( REAL), evidenciando que se obtendrán más ingresos que egresos en estos dos últimos escenarios.

### **B/C**

En los tres escenarios se observa una relación BENEFICIO COSTO con variaciones considerables. es negativo para el primer escenario (PESIMISTA) y genera una recuperación considerable en los dos escenarios siguientes en este periodo de 5 años. se determina como el escenario genera una relación negativa de 0,56 dejando como inviable la inversión en este escenario ya que presenta más egresos que ingreso lo que nos lleva a evaluar la realización del proyecto en este escenario obteniendo casi el doble de egresos en esta relación, en el escenario ( REAL ) presenta un B/C de \$ 2,05 junto con el escenario ( OPTIMISTA) que genera B/C positivo obteniendo la viabilidad igual que el escenario ( REAL), evidenciando que se obtendrán más ingresos que egresos en estos dos últimos escenarios y un beneficio mayor a sus costo en el flujo de efectivo.

### **TIR**

En los tres escenarios se observa una TIR con variaciones considerables. es negativo para el primer escenario (PESIMISTA) y genera una recuperación considerable en los dos escenarios siguientes en este periodo de 5 años. se determina como el escenario genera una TIR negativa de -12,41% dejando como inviable la inversión en este escenario ya que presenta una perdida porcentual de la inversión generando incertidumbre en la ejecución si se llegara a presentar este escenario, en el escenario ( REAL ) presenta una TIR de 30,48% junto con el escenario ( OPTIMISTA) que genera TIR positiva obteniendo la viabilidad igual que el escenario ( REAL), evidenciando que se obtendrá una tasa positiva en los dos últimos escenarios en 21 puntos porcentuales sobre la TIO del inversionista en escenario real y previniendo cambios inflacionarios o de mercado.

**TIRM:**

En los tres escenarios se observa una TIRM con variaciones considerables. es negativa para el primer escenario (PESIMISTA) y genera una recuperación considerable en los dos escenarios siguientes en este periodo de 5 años. se determina como el escenario genera una TIRM negativa de -8,29% dejando como inviable la reinversión en este escenario ya que presenta una pérdida porcentual de la inversión externa generando incertidumbre en la ejecución si se llegara a presentar este escenario, en el escenario ( REAL ) presenta una TIRM de 18,91% junto con el escenario ( OPTIMISTA) que genera TIRM positiva obteniendo la viabilidad igual que el escenario ( REAL), evidenciando que se obtendrá una tasa positiva de reinversión de los flujos externos en los dos últimos escenarios en 8 puntos porcentuales sobre la TIO del inversionista en escenario real y previniendo cambios inflacionarios o de mercado.

### Sensibilidad de las principales variables

Para el análisis de sensibilidad se consideraron las 6 variables más importantes para el proyecto:

Tabla 32 *Sensibilidad de las variables*

ANALISIS DE SENSIBILIDAD								
N.	PRECIO DE VENTA - T. BAJA	PRECIO DE VENTA - T. ALTA	OCUPACION - T. BAJA	OCUPACION - T. ALTA	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS		
1	80,319,203	125,228,680	136,349,393	168,211,517	560,594,203	742,818,402		
2	161,138,730	196,528,286	205,291,628	230,399,612	539,603,635	683,201,199		
3	250,938,205	275,750,070	281,894,111	299,497,494	516,283,044	616,959,861		
4	350,715,398	363,774,275	367,007,980	376,272,919	490,376,205	543,358,374		
5	461,578,947	461,578,947	461,578,947	461,578,947	461,578,947	461,578,947		
6	572,442,495	559,383,619	556,149,913	546,884,975	432,788,521	379,799,521		
7	694,392,399	666,968,758	660,177,976	640,721,605	401,123,595	289,842,151		
8	828,537,292	785,312,411	774,608,846	743,941,899	366,282,852	190,889,042		
9	976,096,676	915,490,429	900,482,802	857,484,222	327,964,807	82,040,625		
<b>PENDIENTE</b>	<b>111,565,684</b>	<b>98,424,101</b>	<b>95,169,916</b>	<b>85,846,299</b>	<b>- 28,973,109</b>	<b>- 82,297,364</b>		
<b>RANKIN</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	
<b>%</b>	<b>40%</b>		<b>35%</b>	<b>34%</b>	<b>31%</b>	<b>-10%</b>	<b>-29%</b>	

Fuente: Autoría del investigador

Las variables con mayor grado de sensibilidad son los precios de venta tanto de temporada baja como alta. Seguido a estas están las 2 variables de ocupación también para las temporadas baja y alta. Las variables con menor sensibilidad son los costos variables y fijos.

Este proyecto debe implementar estrategias que le permitan mantener controladas sus variables más sensibles para asegurar que el proyecto continúe con viabilidad a lo largo del tiempo.



## Conclusiones

- Este trabajo fue orientado a la innovación de un modelo Glamping Diferencial, donde hay inclusión familias y servicios que permiten una aceptación frente a viabilidad observada.
- Un valor agregado que fue muy importante en el momento de buscar un mecanismo diferente para resaltar fue la posibilidad y un acercamiento con los animales y la naturaleza a través un espacio diferente.
- Se estructuró un Modelo Financiero que permiten la visualización de cada escenario por ocupación, permitiendo observar las cifras en las diferentes temporadas del año, y frente a unos escenarios llamados Pesimista, Realista y Optimista.
- Acorde a la sostenibilidad en el tiempo que se planteó al inicio de este emprendimiento como una problemática y basado en un modelo financiero se puede mostrar al inversionista como es su comportamiento anual, basado en los diferentes escenarios a fin de analizar su viabilidad de inversión inicial.
- Uno de los principales factores para el desarrollo del proyecto es el aporte social del Terreno, después de la investigación y la construcción todas las herramientas incluidas en este trabajo, podría ser el inicio de un gran proyecto familiar.
- Una de las opciones más importantes de los inversionistas es lograr una efectiva gestión respecto a la solicitud del crédito, opción que les permita ampliar el número de años para su pago y adicionalmente solicitar o proponer un periodo de gracia, que permita un flujo de caja más efectivo.
- Observar la investigación y validar las diferentes temporadas del año, a fin de incluir promociones de marketing que permitan la ocupación de Glamping a

través de redes sociales e influenciadores para la proyección económica del proyecto.

- Los Indicadores Financieros, concluyen que el proyecto genera liquidez, esto basado en tres escenarios y obteniendo como resultado un valor positivo.
- Un valor muy importante y es el tipo de negocio frente a los clientes es Pago Contado o Anticipado, sin embargo, el planteamiento es negociar plazo de 45 y 60 días con los Proveedores, logrando así mecanismos para una buena gestión del efectivo.
- Respecto al EBITDA se puede concluir que el proyecto es viable ya que es capaz de generar Flujos de Efectivo del ejercicio operacional esto basado en los tres escenarios.
- Después de analizar las proyecciones se obtuvo un VPN negativo en un solo año y en un solo escenario “Pesimista”, después de ello se puede concluir que este proyecto está basado en el comportamiento financiero real de las compañías en Colombia, pero luego de ello se puede observar que este proyecto es capaz de generar suficiente dinero para obtener utilidad frente a la inversión.

### **Recomendaciones**

- Este proyecto está diseñado en la construcción de en un terreno natural, por lo que se recomienda el uso adecuado de los recursos naturales y el buen uso de los agentes contaminantes a fin de evitar contaminación en el lugar, al igual que el cuidado de los animales.
- Se recomienda las negociaciones comerciales, partiendo de su cercanía con el Municipio para dar a conocer el proyecto y la innovación en cuanto al tipo de Hospedaje y servicios complementarios.
- Analizar la inclusión de turistas extranjeros, a fin de tener otro segmento de mercado. Basado en esto capacitar al personal para el desarrollo de este nicho de mercado.
- Es viable la creación de Eco Glamping, en los diferentes aspectos mencionados durante el desarrollo de nuestro proyecto, se recomienda el inicio del Emprendimiento y la puesta en marcha de mismo.

## Bibliografía

Bicicampamento la Gaitana. (2022). *Bicicampamento la Gaitana*. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Instagram:

<https://instagram.com/bicicampamento?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Carazo, J. (2022). *Modelo*. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de CANVAS:

<https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>

Colombia Travel . (2022). *¿Por qué hacer turismo de naturaleza en Colombia?*

Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Descubre actividades por categoría:

<https://colombia.travel/es/naturaleza-y-aventura>

Descargar Modelo. (2019). *Descargar Modelo CANVAS*. Recuperado el 07 de 06 de

2022, de Descargar Modelo: <https://descargamodelo.com/descargar-modelo-canvas/>

Exclusive Brands. (09 de 03 de 2021). *¿Qué es glamping?* Recuperado el 07 de 06 de

2022, de Exclusive Brands: <https://exclusivebrandsec.com/2021/03/09/que-es-glamping/>

Forero, T. (18 de 01 de 2020). *Conoce el escenario del emprendimiento en Colombia y*

*sus oportunidades para el 2020*. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de

Rockcontent: [https://rockcontent.com/es/blog/emprendimiento-en-](https://rockcontent.com/es/blog/emprendimiento-en-colombia/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20m%C3%A1s%20reciente%20estudio,vez%20m%C3%A1s%20mejores%20incentivos%20econ%C3%B3micos)

[colombia/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20m%C3%A1s%20reciente%20estudio,vez%20m%C3%A1s%20mejores%20incentivos%20econ%C3%B3micos](https://rockcontent.com/es/blog/emprendimiento-en-colombia/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20m%C3%A1s%20reciente%20estudio,vez%20m%C3%A1s%20mejores%20incentivos%20econ%C3%B3micos)  
s.

Guio, J., & Rosas, M. (2019). *PROPUESTA DE DISEÑO DE UNA ESTRUCTURA*

*PARA GLAMPING EN EL APROVECHAMIENTO DE LAS OPORTUNIDADES*

*DE NEGOCIO PARA EL SECTOR TURÍSTICO*. Recuperado el 07 de 06 de

- 2022, de Repositorio Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia:  
<https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2766/1/TGT-%201400.pdf>
- Hospedaje San Nicolas. (2022). *Hospedaje San Nicolas*. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Instagram:  
<https://instagram.com/hospedaje.sannicolas?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- ICEX. (10 de 05 de 2021). *El Turismo en Colombia 2021*. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de España Exportación e Inversiones:  
<https://www.icex.es/icex/GetContentGestor?dDocName=815485>
- ICUTUDER. (30 de 11 de 2011). *Diseño de Producto Turístico Moniquirá*. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de ICUTUDER: <https://icutuder.com/disen-de-producto-turistico-moniquira/>
- Icutuder. (2022). *Turismo en Moniquirá*. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Icutuder: <https://icutuder.com/turismo/>
- Ministerio de Industria Comercio y Turismo. (31 de 05 de 2022). *Informes de Turismo*. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Ministerio de Industria Comercio y Turismo: <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo>
- Multidomos. (2022). *Domos Glamping: Transforma tu espacio en un destino Ecoturístico rentable*. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Multidomos: <https://www.multidomos.com/domos-glamping-transforma-tu-espacio-en-un-destino-ecoturistico-rentable/>
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO*. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Organización Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Organizacion Mundial del Turismo. (06 de 06 de 2022). *LA RECUPERACIÓN DEL TURISMO GANA IMPULSO TRAS LA DISMINUCIÓN DE LAS RESTRICCIONES Y EL AUMENTO DE LA CONFIANZA*. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Organizacion Mundial del Turismo:  
<https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

Pérez, J., & Merino, M. (2009). *Ecoturismo*. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de Definición de:  
<https://definicion.de/ecoturismo/#:~:text=El%20ecoturismo%20o%20turismo%20ecol%C3%B3gico,industria%20tur%C3%ADstica%20con%20la%20ecolog%C3%ADa.>

SITUR Boyacá. (2021). *Sitios de Interes*. Recuperado el 07 de 06 de 2022, de SITUR BOYACÁ: <https://situr.boyaca.gov.co/estadisticas/oferta-sitios-de-interes/#>

UNADE. (19 de 08 de 2021). *Lluvia de ideas, ejemplos para empresas*. Recuperado el 06 de 06 de 2022, de UNADE: <https://unade.edu.mx/lluvia-de-ideas-ejemplos/>

## Anexos