



**PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR UNA EMPRESA DE SERVICIOS
ECOTURISTICOS Y DE AVENTURA EN EL MUNICIPIO DE NIMAIMA CUNDINAMARCA**

Mónica Viviana Parra Segura

Universidad EAN

Facultad de ingeniería

Programa de Maestría en Proyectos de Desarrollo Sostenible

Bogotá, Colombia

Septiembre de 2024

**PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR UNA EMPRESA DE SERVICIOS
ECOTURISTICOS Y DE AVENTURA EN EL MUNICIPIO DE NIMAIMA CUNDINAMARCA**

Mónica Viviana Parra Segura

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magister en Proyectos de Desarrollo Sostenible

Director:

Darío Mauricio Reyes Giraldo director

Modalidad:

Creación de Empresa

Universidad EAN

Facultad de ingeniería

Maestría en Desarrollo de Proyectos Sostenible

Bogotá, Colombia

Septiembre de 2024

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Bogotá, 06/09/2024

Dedicatoria:

A Dios por darme su sabiduría y
perseverancia y a mi familia por creer en
mí y acompañarme en este sendero.

Frase:

*“Recuerda que cuando dejes este mundo,
no puedes llevarte nada que hayas
recibido; solo lo que has dado”.*

San Francisco de Asís

Agradecimientos

Agradezco a las familias Garzón, Chimbe, Pérez por compartir sus sueños y conocimientos de un municipio con grandes riquezas y gente bella como Nimaima. También agradezco a mi esposo Mauricio Pérez Zúñiga por apostarle a mis ideas y ayudarme con sus conocimientos y aportes en este trabajo; De manera especial agradezco a mi director de grado Mauricio Reyes Giraldo, docente asociado a la Facultad de Ingeniería y Director de Formación Transversal en Emprendimiento de la Universidad EAN, quien con sus conocimientos, amplia experiencia en proyectos de inversión, disposición y practicidad para estructurar proyectos hizo que la experiencia de realizar este trabajo fuera gratificante y enriquecedora para mi camino profesional y personal. Finalmente agradezco a todos mis profesores de la maestría en proyectos de desarrollo sostenible de la EAN, en quienes encontré no solo conocimiento sino grandes seres humanos que motivaron en mí el desarrollo por iniciativas que enriquezcan nuestro país.



Resumen

El turismo de naturaleza no solo es una tendencia, sino que es una experiencia enriquecedora con grandes beneficios para la vida de los seres humanos. Colombia se ha empezado a consolidar como un destino líder en este tipo de turismo gracias a sus diversos paisajes y amplia biodiversidad convirtiéndose en un mercado en crecimiento en el cual las autoridades gubernamentales ya muestran su interés en apoyar este sector, especialmente aquellas iniciativas sostenibles que potencialicen y cuiden su riqueza.

Nimaima Cundinamarca es un municipio con un entorno natural privilegiado que ofrece oportunidades para desarrollar un proyecto de ecoturismo y aventura. Por esto y motivado por un grupo de habitantes de la zona surge ECOCAT como una propuesta de negocio de turismo que busca aprovechar este potencial ofreciendo experiencias turísticas en la naturaleza integralmente sostenibles desarrolladas con altos estándares de calidad. La empresa se enfocará en actividades al aire libre con propuestas combinadas entre senderismo, observación de flora y fauna y actividades de aventura y adrenalina en la naturaleza, promoviendo al mismo tiempo la conservación del medio ambiente y el desarrollo de las comunidades locales.

El estudio de mercado que se ha realizado y la estructuración del modelo de negocio operativo, administrativo, legal y financiero construido sobre los resultados de la investigación del mercado, demuestran la viabilidad de esta iniciativa sostenible, identificando que existe una demanda creciente por este tipo de experiencias y un nicho de mercado en la zona en espera de productos desarrollados con alta calidad y garantías.



De otra parte, el análisis financiero proyecta que iniciando como una pyme la propuesta tiene una alta rentabilidad y una rápida recuperación de la inversión que hacen atractiva la inversión en esta empresa.

En resumen, ECOCAT representa una oportunidad de negocio sólida y sostenible, que no solo generará beneficios económicos, sino que también tendrá un impacto positivo en el entorno natural y en las comunidades locales.

Palabras clave: Ecoturismo; Aventura y adrenalina; Sostenibilidad integral; Experiencias transformadoras en armonía natural.



Abstract

Nature tourism is not only a trend, but an enriching experience with great benefits for the lives of human beings. Colombia has begun to consolidate itself as a leading destination in this type of tourism thanks to its diverse landscapes and wide biodiversity, becoming a growing market in which government authorities are already showing their interest in supporting this sector, especially those sustainable initiatives that enhance and care for its richness.

Nimaima Cundinamarca is a municipality with a privileged natural environment that offers opportunities to develop an ecotourism and adventure project. For this reason, and motivated by a group of inhabitants of the area, ECOCAT was created as a tourism business proposal that seeks to take advantage of this potential by offering tourism experiences in nature that are integrally sustainable and developed with high quality standards. The company will focus on outdoor activities that combine hiking, flora and fauna observation, and adventure and adrenaline activities in nature, while promoting environmental conservation and the development of local communities.

The market study that has been carried out and the structuring of the operational, administrative, legal and financial business model built on the results of the market research, demonstrate the viability of this sustainable initiative, identifying that there is a growing demand for this type of experience and a market niche in the area waiting for products developed with high quality and guarantees.

On the other hand, the financial analysis projects that starting as a small or medium-sized company, the proposal has a high profitability and a rapid recovery of the investment that make investment in this company attractive.



In summary, ECOCAT represents a solid and sustainable business opportunity, which will not only generate economic benefits, but will also have a positive impact on the natural environment and local communities.

Keywords: Ecotourism; Adventure and adrenaline; Comprehensive sustainability; Transformative experiences in natural harmony.



CONTENIDO

I. Contenido	
1. Introducción	21
2. Naturaleza del Proyecto	28
2.1. <i>Origen de la Idea de Negocio:</i>	28
2.2. <i>Diseño y Descripción del Modelo de Negocio Sostenible</i>	28
2.3. <i>Objetivos Empresariales en el Corto y Mediano Plazo</i>	32
2.4. <i>Definición y Descripción de los Productos</i>	33
2.4.1. <i>Propuesta General de Valor</i>	33
2.5. <i>Descripción General de Productos</i>	34
2.6. <i>Nombre, Tamaño y Ubicación</i>	37
2.7. <i>Potencial del Mercado en Cifras</i>	37
2.8. <i>Ventajas Competitivas</i>	38
2.9. <i>Inversiones Requeridas:</i>	39
3. Análisis del Sector.....	40
3.1. <i>Análisis del Macroentorno:</i>	40
3.1.1. <i>Entorno Político:</i>	40
3.1.2. <i>Entorno Legal:</i>	42
3.1.3. <i>Entorno Económico:</i>	43
3.1.4. <i>Entorno Social:</i>	44
3.1.5. <i>Entorno Tecnológico:</i>	46



3.1.6.	<i>Entorno ecológico:</i>	46
3.1.7.	<i>Conclusión del Macroentorno:</i>	48
3.2.	<i>Análisis del Mesoentorno:</i>	48
3.2.1.	<i>Caracterización de las Fuerzas del Sector:</i>	49
3.2.2.	<i>Conclusiones Fuerzas del Sector</i>	49
3.3.	<i>Análisis DOFA</i>	52
4.	Validación e Investigación de Mercado	54
4.1.	<i>Caracterización del Usuario</i>	54
4.2.	<i>Propuesta de Valor Inicial Previa y Validación</i>	56
4.3.	<i>Especialización de la Propuesta de Valor por Segmento de Clientes ECOCAT</i>	57
4.4.	<i>Estudio Piloto del Mercado</i>	60
4.4.1.	<i>Definición de la Población Objetivo y Cálculo de Muestra</i>	60
4.4.2.	<i>Diseño de la Herramienta de Estudio</i>	63
4.5.	<i>Resultados de la Medición</i>	63
4.5.1.	<i>Resultados de Comportamiento del Consumidor</i>	63
4.5.2.	<i>Comportamiento del Mercado Objetivo</i>	65
4.5.3.	<i>Demanda Potencial</i>	67
4.5.4.	<i>Atributos Adicionales a la Oferta Existente</i>	69
4.5.5.	<i>Participación del Mercado</i>	69
4.5.6.	<i>Oportunidades y Riesgos del Mercado</i>	71
4.5.7.	<i>Estimación de la Demanda Local Específica</i>	72



4.5.7.1.	<i>Demanda por Frecuencia del Servicio:</i>	74
4.5.7.2.	<i>Preferencias de la Demanda por Precio:</i>	74
5.	Estrategia y Plan de Introducción al Mercado	75
5.1.	<i>Factores Fundamentales de Planeación y Estrategia:</i>	75
5.2.	<i>Objetivos de Mercadeo:</i>	77
5.3.	<i>Estrategia de Mercadeo:</i>	78
5.4.	<i>Estrategias de Producto:</i>	79
5.5.	<i>Estrategias de Servicio:</i>	79
5.6.	<i>Estrategias de Distribución:</i>	80
5.7.	<i>Estrategias de Precio – Modelo de Ingreso</i>	80
5.7.1.	<i>Análisis Comparativo de Precios de Mercado:</i>	82
5.8.	<i>Estrategias de Comunicación y Promoción</i>	83
5.8.1.	<i>Canales de Comunicación:</i>	84
5.8.2.	<i>Estrategias de Promoción:</i>	86
5.9.	<i>Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo.</i>	86
6.	Aspectos Técnicos	88
6.1.	<i>Objetivos de Prestación del Servicio:</i>	88
6.2.	<i>Fichas Técnicas del Servicio:</i>	88
6.3.	<i>Descripción del Proceso de la Prestación del Servicio</i>	91
6.4.	<i>Equipos, Insumos y Requerimientos</i>	92
6.5.	<i>Requerimientos y Necesidades de personal</i>	94



PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR UNA EMPRESA DE SERVICIOS ECOTURISTICOS Y DE AVENTURA EN EL MUNICIPIO DE NIMAIMA CUDINAMARCA	13
6.6. Operación y Capacidad de Funcionamiento.....	95
6.6.1. Cálculo de la Capacidad:.....	96
6.7. Modelo de Gestión Integral del Servicio	98
6.7.1. Presupuesto de Producción e Infraestructura.....	99
7. Aspectos Organizacionales y Legales	101
7.1. Análisis Estratégico	101
7.2. Estructura Organizacional.....	101
7.3. Perfiles y Funciones	102
7.4. Organigrama.....	103
7.5. Factores Claves de la Gestión del Talento Humano	103
7.6. Esquema de Gobierno Corporativo	105
7.7. Gestión de Riesgo y Medidas de Mitigación	106
7.8. Aspectos Legales.....	108
7.9. Estructura Jurídica y Tipo de Sociedad:.....	108
7.9.1. Formalización y Registro de la Empresa como Agencia:	108
7.9.2. Permisos y Licencias para Operar	109
7.9.3. Responsabilidad Ambiental	109
7.9.4. Responsabilidad Civil y Seguro	110
7.9.5. Regímenes Especiales	110
7.9.6. Presupuesto de Personal Administrativo.....	111
8. Aspectos Financieros	112



8.1.	<i>Supuestos Económicos para la Simulación:</i>	112
8.2.	<i>Proyección de Ventas</i>	113
8.3.	<i>Proyección de Gastos de Mercadeo</i>	114
8.4.	<i>Proyección de Costos de Producción</i>	114
8.5.	<i>Proyección de Gastos Administrativos:</i>	115
8.6.	<i>Presupuesto de Inversión</i>	116
8.7.	<i>Estados Financieros (escenario probable)</i>	116
8.7.1.	<i>Estado de Resultados:</i>	116
8.7.2.	<i>Balance General:</i>	117
8.7.3.	<i>Flujo de Caja:</i>	117
8.7.4.	<i>Fuentes de Financiación</i>	117
8.7.5.	<i>Flujo de Caja Libre</i>	118
8.7.6.	<i>Indicadores Financieros de Rentabilidad</i>	118
8.7.7.	<i>Evaluación Financiera.</i>	119
9.	Enfoque Hacia la Sostenibilidad	120
9.1.	<i>Diagnóstico del Ecoturismo y Teoría del Ciclo de Vida</i>	120
9.2.	<i>Dimensión Social</i>	125
9.3.	<i>Dimensión Ambiental</i>	126
9.4.	<i>Dimensión Económica</i>	126
9.5.	<i>Dimensión de Gobernanza</i>	127
9.6.	<i>Estrategia de incorporación de la Sostenibilidad y Relación con los ODS</i>	128



10. Conclusiones..... 130

11. Referencias 133

12. ANEXOS 138



Lista de Tablas

<i>Tabla 1-Oferta de Servicio Perfil Básico</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 2-Inversion Inicial terreno y equipos ECOCAT</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 3-Inversion Inicial capital de trabajo ECOCAT.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 4-Diagnóstico Macroentorno ECOCAT Herramienta PESTEL</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 5-Cuadro Sinóptico Entorno Legal.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 6- Análisis Competitivo Fuerzas de Porter.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 7-Mapeo de la Competencia en la Cabecera de Nimaima.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 8- Fichas Perfil de Clientes - Elaboración Propia</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 9 - Propuesta de Valor Inicial</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 10- Resultado pregunta recordación competencia y atributos.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 11- Resultado pregunta recordación competencia sin atributos</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 12 - Oportunidades y Riesgos.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 13-Número de Visitantes a los PIT de la Región del Gualivá en Cundinamarca año 2023.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabla 14-Demanda de Turismo de Naturaleza en Nimaima 2023.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabla 15-Demanda turismo de naturaleza 2023 por frecuencia de visitas</i>	<i>74</i>
<i>Tabla 16- Presupuesto de Marketing Mix.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 17-Proyección de Capacidad de Operación.....</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 18-Distribución de Clientes por Productos (primer año)</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 19-Proyección de Ventas (primer año).....</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 20-Presupuesto de adecuación del terreno.....</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 21-Perfiles y funciones ECOCAT</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 22- matriz de riesgos, plan de mitigación y oportunidades.</i>	<i>107</i>
<i>Tabla 23-Personal de nómina Ecocat.....</i>	<i>111</i>
<i>Tabla 24-Servicios contratados por outsourcing</i>	<i>111</i>



<i>Tabla 25-Supuestos financieros</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 26-Proyección de Ventas.....</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 27- Presupuesto de Mercadeo</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 28-Costos de cada plan de ECOCAT primer año.....</i>	<i>115</i>
<i>Tabla 29-Flujo de caja libre.....</i>	<i>118</i>
<i>Tabla 30-Indicadores financieros ECOCAT.....</i>	<i>119</i>



Lista de Figuras

<i>Figura 1-System Mappyng de ECOCAT</i>	<i>30</i>
<i>Figura 2-Oferta de Servicio Ecoturismo Especializado</i>	<i>35</i>
<i>Figura 3-Oferta de Servicio Ecoturismo y Aventura (niveles).....</i>	<i>36</i>
<i>Figura 4-Número de Visitantes a los Puntos de Información Turística por Provincia en Cundinamarca</i>	<i>37</i>
<i>Figura 5-Tipo de Turismo preferido por visitantes a los PIT en Aeropuerto el Dorado</i>	<i>38</i>
<i>Figura 6-Mapa Municipio de Nimaima.....</i>	<i>44</i>
<i>Figura 7-Mapas de Empatía Clientes ECOCAT-Fuente elaboración propia.....</i>	<i>56</i>
<i>Figura 8-Propuesta de Valor Perfil Cliente 1-Fuente elaboración propia.....</i>	<i>58</i>
<i>Figura 9-Propuesta de Valor Perfil Cliente 2-Fuente elaboración propia.....</i>	<i>59</i>
<i>Figura 10-Propuesta de Valor Perfil Cliente 3-Fuente elaboración propia.....</i>	<i>60</i>
<i>Figura 11-Visitantes Internos Destino Cundinamarca.</i>	<i>61</i>
<i>Figura 12-Población Bogotá por Sexo y Edad 2024</i>	<i>62</i>
<i>Figura 13-Distribución Bogotá por Estrato 2024</i>	<i>62</i>
<i>Figura 14-Resultado encuesta pregunta de frecuencia</i>	<i>63</i>
<i>Figura 15-Resultados encuesta preguntas de comportamiento consumidor (preferencias)</i>	<i>64</i>
<i>Figura 16-Resultado encuesta pregunta de comportamiento (sostenibilidad)</i>	<i>64</i>
<i>Figura 17-Resultado encuesta pregunta de frecuencia</i>	<i>65</i>
<i>Figura 18-Resultado pregunta de uso (decisión de destino operador)</i>	<i>66</i>
<i>Figura 19-Resultado pregunta de uso (actividades en la naturaleza)</i>	<i>66</i>
<i>Figura 20- Resultado pregunta de Precio (paquete pasadía)</i>	<i>67</i>
<i>Figura 21-Resultado pregunta de uso mercado.....</i>	<i>68</i>
<i>Figura 22-Resultado Pregunta de Preferencias en Mercado Potencial.....</i>	<i>68</i>
<i>Figura 23-Precio de la Competencia</i>	<i>70</i>
<i>Figura 24-Factores Fundamentales de Planeación y Estrategia ECOCAT</i>	<i>76</i>
<i>Figura 25-Estrategia de Marketing para Servicios.....</i>	<i>77</i>



<i>Figura 26-Factores condicionantes del precio</i>	<i>81</i>
<i>Figura 27-Logo e Imagen publicitaria</i>	<i>84</i>
<i>Figura 28-Procesos de Ecocat según Etapas del Servicio</i>	<i>92</i>
<i>Figura 29- Equipos y elementos para el servicio de ECOCAT</i>	<i>93</i>
<i>Figura 30-Costos por Capital de trabajo</i>	<i>94</i>
<i>Figura 31-Modelo de Gestión Integral de ECOCAT</i>	<i>99</i>
<i>Figura 32-Organigrama Inicial ECOCAT</i>	<i>103</i>
<i>Figura 33-Mapa de Riesgo para ECOCAT</i>	<i>106</i>
<i>Figura 34-Proyección Gastos ECOCAT (primer año).....</i>	<i>115</i>
<i>Figura 35-Presupuesto de inversión inicial ECOCAT.....</i>	<i>116</i>
<i>Figura 36-Estado de resultados proyectados- ECOCAT.....</i>	<i>117</i>
<i>Figura 37-Balance general proyectado-ECOCAT.....</i>	<i>117</i>
<i>Figura 38-Flujo de caja proyectado-ECOCAT</i>	<i>117</i>
<i>Figura 39-Proyección flujo de financiación-ECOCAT</i>	<i>118</i>
<i>Figura 40-Ciclo de vida de los destinos turísticos CVDT- Butler 1989</i>	<i>123</i>
<i>Figura 41-Mapeo de Stakeholders.....</i>	<i>127</i>



Lista de Anexos

Anexo1_ Analisis de Clientes Objetivos y Segmentacion de Mercado	139
Anexo2_System Mapping de ECOCAT	143
Anexo3_PropuestadeValoryAnalisisdeValidacion	144
Anexo_4_Portafolio_Servicios_ECOCAT	150
Anexo_5_Formato de Encuesta.....	156
Anexo6_Analisis y EstrategiaDOFA	164
Anexo7_Proceso Prestación de Servicios	165
Anexo8_ArboldeProblema_TurismoenNaturaleza	171
Anexo_9 EjerciciodelImpactoAmbiental_ISO_Ecoindicadores.....	172
Anexo10_Lienzo_Modelo_Negocio_sostenible_ECOCAT	174
Anexo11_Analisis de Factores Condicionantes del Precio ECOCAT.....	176
Anexo12_Normograma ECOCAT-	177
Anexo13_Cotización Seguro	178



1. Introducción

En cuanto a turismo de naturaleza, encontramos que Colombia ofrece una gran variedad de escenarios y ecosistemas, desde experiencias en entornos marinos hasta las experiencias que ofrecen las cuevas, ríos, selva y montaña. Esta diversidad de experiencias y rutas en la naturaleza está trayendo grandes beneficios para el turista nacional y extranjero, haciendo de este sector para nuestro país una de las actividades económicas con mayor potencial. Es así como recientemente los World Trabe Awards, premios que reconocen lo mejor del turismo, dieron a Colombia el premio de la categoría de *“Destino Verde Líder de Suramérica”* con ocasión a los más de 435.500 jóvenes que llegaron a Colombia buscando ofertas de este tipo de turismo durante el primer semestre del 2023, registrando así un incremento del 29% en comparación con el mismo periodo del año previo. (Portafolio, 2024).

Por otra parte, los beneficios a la salud sumados a las preferencias de los grupos de personas que disfrutan de sus hobbies en un medio ambiente natural han hecho que el turismo de naturaleza sea hoy una tendencia en aumento a nivel mundial, no solo entre personas jóvenes, sino también entre otros grupos generacionales. La conexión del ser humano con la naturaleza y los beneficios que le trae a la salud ya son ampliamente conocidos y han sido validados y demostrados en varias investigaciones. (Bratman et al., 2019; Zhang et al., 2020) (Li, 2023). Por citar algunos ejemplos, es conocido cómo la cultura china cimienta muchas de sus terapias y pautas de comportamiento en los principios de la naturaleza, por lo que ya es normal que incorporen en sus terapias de salud y bienestar diferentes escenarios naturales propiciando el acercamiento de sus habitantes a varios tipos de ecosistemas con el objetivo de mejorar su salud física y mental.



En nuestra cultura ya se empiezan a reconocer los beneficios que pueden generar las actividades practicadas en escenarios naturales máxime en nuestra actualidad en que la modernidad, los avances tecnológicos, el desarrollo a las industrias y el crecimiento de las ciudades han acelerado las enfermedades asociadas al aumento de los niveles de estrés y ansiedad. En este contexto, se ha relacionado que el turismo de naturaleza y sus subproductos como lo son el Turismo rural, Ecoturismo y Turismo de Aventura (Mincomercio & Europraxis, 2012), son propicios para llevar a las personas a destinos naturales, donde el contacto con la naturaleza puede mejorar su salud mental entre otros beneficios físicos. Igualmente se reconoce que no solo trae beneficios al individuo, sino que proporcionan el espacio para que este se reconecte con sí mismo y con su entorno, logrando el bienestar mental, el crecimiento y satisfacción interior, trascendiendo incluso a sus relaciones interpersonales y a la mejora de su entorno e interacción con otros grupos sociales familia, compañeros, amigos (Buckley, 2022).

En cuanto al potencial económico, se destaca que el turismo de naturaleza y de aventura a nivel mundial y en Colombia se ha convertido en un sector con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 15,2% según un informe de Grand View Research; proyectándose como un sector de rápido crecimiento. (Díaz A, 2024). La tendencia fue ratificada por Parques Nacionales Naturales de Colombia, en donde se registró un aumento del 110% entre el número de visitantes registrados para el año 2010 y los visitantes registrados en el año 2022.

Cundinamarca con su sistema montañoso, variados escenarios, variedad de pisos térmicos y diversidad de ecosistemas, presenta una buena alternativa para realizar turismo de aventura en la naturaleza. Como una alternativa de la oferta de aventura y ecoturística encontramos que el Municipio de Nimaima en Cundinamarca, se ha posicionado desde ya hace algunos años como uno de los lugares propicios para realizar



actividades de aventura extrema, principalmente en actividades relacionadas con el agua, teniendo en cuenta que es un lugar privilegiado por sus importantes recursos hídricos, su paisaje de montaña, su riqueza natural, su cultural, su favorable clima templado, así como el potencial que le ha dado su ubicación estratégica por estar muy cerca a Bogotá. No obstante y a pesar de su gran potencial, la región aún carece de infraestructura y oferta turística especializada en este tipo de segmento.

Teniendo en cuenta lo anterior, se presenta el siguiente plan de negocios para la creación de una empresa de ecoturismo y aventura en el Municipio de Nimaima-Cundinamarca que ofrezca una propuesta de experiencias vibrantes de ecoturismo y de aventura extrema con las seguridades, garantías y responsabilidad para sus clientes y su entorno, promoviendo la conservación del medio ambiente y el bienestar de las comunidades locales, cuyo nombre de marca proyectado será ECOCAT.

La idea surgió desde los inversionistas, quienes además de reconocer la oportunidad de este tipo de turismo en la zona por ser habitantes y tener trayectoria en el sector, identifican falencias en relación con la estructura de los servicios y la gestión del entorno. Así mismo identifican una probabilidad de incremento de la demanda turística con la construcción de un Parque Ecológico y de Aventura Extrema mediante convenio firmado entre la Nación y el Municipio con la celebración de un contrato bajo la modalidad de APP-Asociación Publico Privada (Alcaldía Municipal de Nimaima en Cundinamarca, 2023).

De otra parte, el modelo de negocio para ECOCAT ha sido analizado con herramientas como el árbol de problemas a la luz de varios documentos y diagnósticos sobre el turismo en la naturaleza; lo que ha permitido plantear esta agencia desde sus inicios como una agencia con objetivos integralmente sostenibles. Que además de ofrecer experiencias únicas a sus visitantes, promueva el respeto y la conservación del



medio ambiente, el mejoramiento de las condiciones sociales y de empleo en la región, así como la exaltación de sus costumbres y su riqueza regional. Finalmente se concibe que esta empresa pueda convertirse en un agente de cambio motivando a otros actores de la zona hacia este mismo fin de sostenibilidad.

Este documento describe el plan de negocios en los nueve capítulos que componen los análisis de viabilidad necesarios para su implementación y puesta en marcha, así como que realiza el análisis de los riesgos del negocio y el planteamiento de sus primeras medidas de mitigación y contingencia. Es así como en el primer capítulo sobre la *Naturaleza del Proyecto*, pretende dar una presentación global de la idea de negocio, mostrando la justificación de la idea y del modelo de negocio, la propuesta general de valor, los objetivos empresariales en el corto mediano y largo plazo, las cifras que hacen llamativo el mercado, así como las proyecciones financieras que hacen atractivo el negocio. Luego entramos a ver el detalle del macroentorno que lo rodea y el mesoentorno desde *el Capítulo 3 Análisis del Sector*, en donde se usan herramientas como el análisis Pestel y el Diamante de Porter. El capítulo 4 sobre la *“Validación e Investigación de Mercado”* explica el proceso utilizado para analizar el segmento de mercado y las necesidades, dolores y trabajos requeridos por los clientes mediante la metodología del Canvas que permitió crear el producto mínimo viable validada por sus clientes mediante presentación del producto y entrevista de lo que les gusta y lo que no, para así presentar la propuesta de valor de la empresa para cada segmento de cliente. De igual forma se explican las bases y los resultados de la investigación y medición del mercado mediante la herramienta de encuesta que nos arrojó valiosa información sobre el comportamiento del consumidor, desde el mercado objetivo y el mercado potencial, las proyecciones para construir un escenario probable y óptimo de participación de ECOCAT en el mercado, así como los riesgos y oportunidades que existen en el sector. Los



resultados del análisis de mercado nos permitieron enfocar el camino empresarial a seguir, por lo que en el capítulo 5 *“Estrategia y Plan de Introducción de Mercado”* se describen los objetivos de mercadeo y la estrategia de marketing, las estrategias de producto, servicio y distribución, así como el plan de comunicación y presupuesto de mezcla de mercadeo; También se explica allí la estrategia de precios y crecimiento sobre un modelo de factores fundamentales de planeación y estrategia específicamente diseñado para cumplir con los objetivos y naturaleza del proyecto que mantendrá a la empresa a la vanguardia de las necesidades y los cambios del mercado. Para el desarrollo de los productos del servicio en el *capítulo 6 de “Aspectos Técnicos”* se observan las fichas de servicio, así como los equipos e insumos requeridos para la prestación de servicios, se explica el modelo operacional del negocio sobre el ciclo de etapas que le permitirá cumplir con los servicios de acuerdo con las garantías y propuestas ofrecidas y que ha sido diseñado para posteriormente facilitar y realizar las mediciones y mejoras de sostenibilidad. Igualmente se describe el modelo de gestión y planeación estratégico con el que funcionara. En el capítulo siete relacionado con *“Los aspectos Organizacionales y Legales”* se analiza la forma óptima en que operará la empresa, el análisis estratégico que define su misión y visión, su estructura organizacional, los perfiles y funciones del personal, así como la estrategia de atracción, desarrollo y conservación del recurso humano. Así mismo se describen las pautas de gobierno corporativo que optimizaran el crecimiento y funcionamiento de la empresa y los principales aspectos legales y jurídicos para optimizar su funcionamiento. En el capítulo de *“Aspectos Financieros”* se incluye los supuestos financieros para las proyecciones de ingresos por ventas y gastos, así como las inversiones y provisiones de capital de trabajo requeridas; se presentan allí los principales estados financieros proyectados incluyendo las necesidades de financiación, finalmente se analizan los indicadores financieros que



ante un escenario de inversión conservadora y probable como el evidenciado en este capítulo, permite demostrar la rentabilidad y recuperación de la inversión, así como demostrar cuantitativamente los beneficios que trae la creación de la empresa bajo esta propuesta de inversión bajo principios de sostenibilidad; Este enfoque se analiza con mayor profundidad en *el capítulo de “Enfoque hacia la Sostenibilidad”* analiza la problemática del turismo en la naturaleza desde los resultados de casos similares y desde la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos, para con esto explicar y justificar la propuesta de negocio desde la sostenibilidad integral desde lo social, ambiental y económico, teniendo en cuenta la gobernanza del territorio para este sector. De igual forma se evidencia como este emprendimiento y la propuesta de ECOCAT aportan al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible-ODS.

Teniendo la oportunidad de negocio y el enfoque que se le pretende dar a este emprendimiento se plantean los objetivos del presente documentos así:

- **Objetivo general:** Validar la viabilidad de la puesta en marcha de una empresa de servicios ecoturísticos y de aventura en Nimaima Cundinamarca, que promueva el turismo sostenible, la conservación ambiental y el bienestar de las comunidades locales.

De otra parte, los **objetivos específicos** que se pretenden son:

- Determinar la viabilidad de mercados para la propuesta de servicios, mediante el análisis y la medición de la demanda, la verificación de la competencia, la validación de los canales y el análisis de las oportunidades y amenazas del sector.

- Determinar la viabilidad técnica, social y ambiental del proyecto para la puesta en marcha de una agencia de turismo, basada en los principios del ecoturismo sostenible y las ventajas competitivas de la región.

- Elaborar el estudio organizacional y legal de la empresa que permita desarrollar la puesta en marcha y el cumplimiento de la promesa de valor.



- Establecer la viabilidad financiera del proyecto en su primera fase de operación (5 años), analizando los resultados de las proyecciones financieros y sus indicadores.
- Identificar y analizar los riesgos del proyecto planteado planes de mitigación y contingencia.



2. Naturaleza del Proyecto

2.1. Origen de la Idea de Negocio:

El presente plan de negocios se enfoca en la creación de una empresa de ecoturismo y aventura extrema en la naturaleza, basada en los principios de sostenibilidad, desarrollo comunitario y conservación ambiental en el Municipio de Nimaima Cundinamarca, su nombre inicial será ECOCAT, siglas de Ecología, Conservación, Aventura y Turismo.

ECOCAT se concibe como una empresa integralmente sostenible que brindará a sus clientes experiencias divertidas, excitantes y enriquecedoras, en escenarios de montaña y caminos con cascadas y ríos con exuberante vegetación y biodiversidad, ofreciendo la seguridad y calidad de sus servicios. ECOCAT se concibe desde su inicio con los objetivos y principios de sostenibilidad recomendados por la ONU Turismo que se refiere al equilibrio de tres dimensiones en los aspectos medioambiental, económico y sociocultural que garanticen la sostenibilidad en el largo plazo (ONU-Turismo, 2024). La idea surge ante la motivación de algunos habitantes de Nimaima que aman su región y el entorno natural que los rodea, quienes han trabajado durante varios años en el turismo de aventura y ante la ausencia de empresas con la concepción idónea para ofrecer un servicio de calidad que cuide de sus recursos naturales y traiga un desarrollo sostenible a su comunidad, han decidido motivar la idea de inversión sobre la que se fundamente el presente plan de negocios.

2.2. Diseño y Descripción del Modelo de Negocio Sostenible

El modelo de negocio de ECOCAT, se describe gráficamente con el System Mapping de la figura No.1. Allí se puede observar de forma resumida la interrelación de



tres grandes actores; usuarios, socios y proveedores. La siguiente descripción de sus actores permite ver el modelo de negocio:

- En primera medida están **los usuarios o turistas**, que de acuerdo con el análisis y estudio del cliente (ver Anexo1) se clasifican en tres grandes grupos. **Los Ecoturistas básicos**, personas entre 20 a 45 años provenientes de la ciudad adversos al riesgo, que le gustan los planes tranquilos en recorrido cortos para disfrutar la naturaleza; **Los Ecoturistas y Aventureros**, usuarios entre 25 a 45 años que buscan conocer más a fondo la naturaleza y/o que disfrutan de retos y aventuras de deporte extremo; **Los ecoturistas o Aventureros especializados y/o con solicitudes exclusivas**, quienes son personas entre 35 a 50 años que se ven atraídos a realizar actividades de investigación o de aventura extrema como entrenamiento o fines académicos o de investigación, que en determinado caso pueden requerir servicios de estadía o acompañamiento de personal especializado.

- **Los guías de aventura y ecológicos**, quienes son personas en su mayoría de la región que recibirá de la empresa capacitación periódica en guianza y técnicas de conservación, y en primeros auxilios. Ellos prestaran sus servicios de guías expertos mediante vinculación laboral con prestaciones sociales. Fungen en el modelo de negocio como **“socio”**, debido a la importancia de su papel en el negocio y debido a que podrán recibir comisiones adicionales a su salario por la consecución de turistas que concreten la compra de los planes ofrecidos.

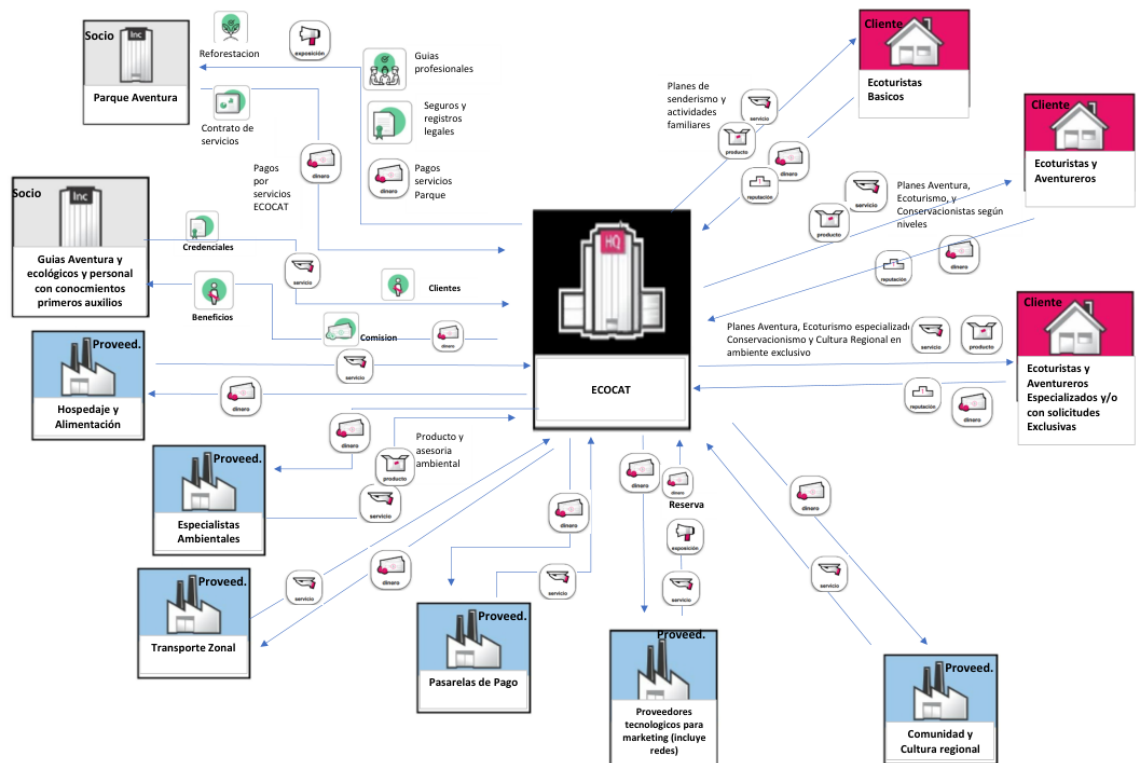
- **El Parque Ecológico y de Aventura Extrema**, aparece en el modelo de negocio por ser un proyecto importante en la región, que iniciará construcción en el año 2027 y que corresponde a un proyecto mediante convenio firmado entre la Nación y el Municipio con la celebración de un contrato bajo la modalidad de APP-Asociación Publico Privada (Alcaldía Municipal de Nimaima en Cundinamarca, 2023). Se concibe en el system



mapping como un “socio” ya que podrá tener doble función, de una parte, ECOCAT podrá ofrecerle sus servicios especializados de guías expertos; o podrá convertirse en fuente de generación de negocios cuando requieran de los servicios de ECOCAT por no lograr cumplir en sus instalaciones con las demandas de sus clientes.

- **Especialistas ambientales:** Se concibe como un proveedor del negocio, ya que de una parte se contratarán sus servicios como experto ambiental para los grupos de turistas especializados que lo soliciten en su plan, y de otra parte se contratará este experto bajo la figura de prestación de servicios para recibir la asesoría periódica que nos ayude a desarrollar las medidas de mitigación y sostenibilidad de nuestra propuesta de valor.

Figura 1-System Mapping de ECOCAT



Fuente: Elaboración Propia



- **Proveedores-Alimentación:** Se realizarán contratación de estos servicios principalmente con personal de la región que ofrecen el servicio, el costo estará incluido en el precio de los planes de pasadía o planes de mayor estadía según corresponda.
- **Proveedores-Hospedaje:** En la primera etapa de ECOCAT, se contratará el hospedaje con terceros de la región, de acuerdo con las necesidades de los clientes, teniendo en cuenta que se han desarrollado diferentes conceptos de hospedaje en la zona (fincas campestres, casas, glamping, hotel turístico). En el mediano plazo se concibe la posibilidad de diseñar hospedaje propio acorde a las necesidades de los clientes.
- **Proveedores de Cultura regional:** Como parte de los planes ofrecidos, se podrá contratar con miembros de la comunidad la presentación o enseñanza de actividades autóctonas de agricultura, remedios o recetas ancestrales, visita a granjas, y de procesos productivos de la región como la elaboración de la panela.
- **Proveedor-Pasarelas de pago:** Estas empresas ofrecen el servicio para facilitarle a los clientes y la empresa de turismo el pago de los planes.
- **Proveedor-Transporte zonal:** Los planes ofertados incluyen transporte desde el lugar de recepción hasta donde inician los recorridos y viceversa, para lo cual existe el servicio de colectivos y jeeps de la zona contratados para tal fin.
- **Proveedor-Servicios tecnológicos y marketing:** Corresponde a los profesionales encargados de la creación y actualización de la página de la empresa y los encargados de redes, publicidad y marketing.

El plan de negocio de ECOCAT se proyecta desarrollar sobre tres pilares de la sostenibilidad así: La sostenibilidad ambiental, mediante el desarrollo de actividades con calidad, seguridad y prácticas conservacionistas desde colaboradores internos y turistas;



la sostenibilidad social, mediante el desarrollo de prácticas de contratación justas y estables, la capacitación periódica a sus colaboradores, la integración de las tradiciones autóctonas de la comunidad en los planes ofertados, el incentivo prefiriendo contratar con mujeres emprendedoras y productores de la región; y finalmente la sostenibilidad económica no solo para la empresa, sino para los colaboradores y miembros de la comunidad beneficiaria, en el sentido que le permita de forma justa y reconocida aumentar el flujo de ingresos generando desarrollo propio y a sus familias.

2.3. Objetivos Empresariales en el Corto y Mediano Plazo

En el Corto plazo:

- Implementar de manera efectiva el modelo organizacional del negocio sostenible de la empresa de turismo, lo cual incluye los guías, los servicios de la comunidad y la logística de los planes.

- Implementar un modelo de marketing y estrategia de mercado en los canales de comunicación más idóneos y actuales.

- Generar recordación de marca como una empresa ecoturística integralmente sostenible que ofrece servicios de aventura, diversión y conocimiento con compromiso, calidad y garantías.

- Mantener la proyección de rentabilidad y calidad, aunque se deban realizar ajustes e implementaciones no contempladas.

- Establecer un gobierno corporativo idóneo que impulse y optimice el crecimiento de la empresa

En el mediano plazo:

- Acreditarse y certificarse como una empresa turística con procesos sostenibles.

- Fomentar en la región el desarrollo de prácticas que mejoren la prestación de servicios y fomenten la conservación de los ecosistemas y el bienestar de la comunidad.



- Mantener un sistema periódico de capacitación y búsqueda de mejores prácticas para el personal interno y la sensibilización y educación de los clientes.

- Implementar servicios de hospedaje autóctonos propio, de acuerdo con las necesidades de los clientes.

- Impulsar el desarrollo de la región con estrategias comerciales controladas en el marco de la sostenibilidad.

En el largo plazo:

- Obtener la fidelización de clientes y recordación de marca.
- Ampliar la oferta de servicios incluyendo nuevos planes en otras zonas del país.
- Ser reconocidos como marca de turismo ecosostenible.
- Mantener un sistema idóneo de investigación, innovación y creatividad para el diseño de los planes ofertados.

- Generar recordación de marca como una empresa ecoturística integralmente sostenible que ofrece experiencias enriquecedoras de aventura, diversión y conocimiento en la naturaleza que atiende con compromiso, calidad y garantías para sus clientes trabajadores y comunidad.

2.4. Definición y Descripción de los Productos

2.4.1. Propuesta General de Valor

Aunque se identifican 3 segmentos de clientes y cada segmento tiene su propuesta de valor, consideramos una propuesta general que en una frase la diga todo y la que será evaluada para publicidad. Por lo tanto esta propuesta general de valor es:

Siente un mundo de emociones con ECOCAT, más que un viaje, una experiencia inspiradora.

La anterior propuesta de valor se inspira en solucionar los dolores o necesidades de los clientes objetivos del turismo de naturaleza en esta zona de Cundinamarca,



brindándole una nueva forma de vivir servicios de aventura y ecoturismo en la naturaleza con calidad y seguridad, de la mano de guías expertos capacitados en primeros auxilios y prácticas de conservación (Anexo 3-Propuesta de Valor por Segmento de Cliente). El componente adicional relacionado con la palabra “una experiencia inspiradora” surge de nuestra propuesta de sostenibilidad relacionada con la conservación del entorno ambiental y cultural, la cual hace sentido luego de analizar los beneficios y la problemática del turismo en la naturaleza que se abordan con detalle en el capítulo 9 de sostenibilidad. Nuestra propuesta quiere transmitir la emoción de viajar y vivir experiencias, sembrando en todos los actores el amor y cuidado por su entorno.

2.5. Descripción General de Productos

ECOCAT ofrecerá planes de servicio diseñados para cada perfil de cliente, los mismos incluirán variadas actividades en la naturaleza y/o con la comunidad, estarán asesorados y en compañía de guías capacitados con conocimientos en primeros auxilios; nuestros paquetes incluyen actividades conservacionistas según el plan elegido; De igual forma y previa solicitud de nuestros clientes algunos planes podrán ir acompañados por un especialista ambiental.

Todos los paquetes incluyen seguro de accidentes, transporte zonal, refrigerios y alimentación. Existe posibilidad de reservar desde planes de pasadía hasta planes con mayor estadía en diferentes tipos de hospedaje. La concepción de nuestra propuesta de valor para cada segmento de cliente y el portafolio base ser consultado con más detalle en el Capítulo 4 de Validación e Investigación de Mercado y que se resume en las siguientes tablas de oferta.



Tabla 1-Oferta de Servicio Perfil Básico

Segmento	No. Plan	Propuesta de valor	ACTIVIDADES	
PERFIL 1 Turismo Básico	1	Plan Paz y Naturaleza	Traslados internos con transporte de la zona	
			Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona (caminata corta)	
			Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico	
			año	
			Desplazamiento en mini – tren.	
			Almuerzo según menú del día, refrigerios	
			Guías certificados	
	2	Plan Origenes	Asistencia medica	
			Seguro de accidentes	
			Traslados internos con transporte de la zona	
			Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona (caminata corta)	
			Torrentismo, descenso por cascada en Rappel de 25 mts. de altura	
			Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico	
			Visita dos cascadas y baño en pozo natural según temporada del año	
Plan - Ecoturismo Especializado	8	Plan Exclusivo Ecoturismo	Cabalgata	
			Almuerzo según menú del día, refrigerios	
			Guías certificados	
			Asistencia medica	
			Seguro de accidentes	
			Incluye equipos profesionales de observacion y acompañamiento profesional ambiental o forestal	
			Hospedaje: 1 noche 2 días en muy cómodas cabañas o glamping con jacuzzi, con hermosa vista natural (Acomodación triple)	
9	Plan Exclusivo de Eco-Adrenalina	Plan Exclusivo de Eco-Adrenalina	Alimentación: 2 almuerzos, 1 Desayuno, 1 cena, refrigerios. (Valor base excedente a cargo cliente restaurante a la carta exclusivo para sus clientes)	
			Traslados internos con transporte de la zona	
			Actividades según elección por día:	
			Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona (Caminata de entre 3 y 6 Horas)	
			Observación de aves y especies nativas (incluye equipos de observación profesional)	
			Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 25 mts. de altura	
			Cabalgata	
Plan - Ecoturismo Especializado	9	Plan Exclusivo de Eco-Adrenalina	Actividades de reforestación y/o aprendizaje de cultura Panche	
			Enseñanzas ecológicas cultura Panche	
			Acompañamiento experto ambiental	
			Guías certificados	
			Asistencia medica	
			Seguro de accidentes	
			Incluye equipos profesionales de observacion y acompañamiento profesional ambiental o forestal	
Plan - Ecoturismo Especializado	9	Plan Exclusivo de Eco-Adrenalina	Hospedaje: 1 noche 2 días en cabañas o glamping con jacuzzi, con hermosa vista natural hermosa vista natural (Acomodación triple)	
			Alimentación: 2 almuerzos, 1 Desayuno, 1 cena, refrigerios. (Valor base excedente a cargo cliente restaurante a la carta exclusivo para sus clientes)	
			Traslados internos con transporte de la zona	
			Actividades según elección por día:	
			Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona (Caminata de entre 3 y 6 Horas)	
			Canyoning: Travesía de adrenalina por el río, con obstáculos naturales	
			Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mt. de altura.	
	Canopy 100 metros			
	Plan - Ecoturismo Especializado	9	Plan Exclusivo de Eco-Adrenalina	Circuito aereo (Puente tibetano, indiana Jones)
				Rafting Nivel 2 o 3
				Cabalgata
				Salto a pozo natural
				Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
				Acompañado por guía profesional certificado
Asistencia medica				
Seguro de accidentes				

Figura 2-Oferta de Servicio Ecoturismo Especializado

Segmento	No. Plan	Propuesta de valor	ACTIVIDADES	
Plan - Ecoturismo Especializado	8	Plan Exclusivo Ecoturismo	Hospedaje: 1 noche 2 días en muy cómodas cabañas o glamping con jacuzzi, con hermosa vista natural (Acomodación triple)	
			Alimentación: 2 almuerzos, 1 Desayuno, refrigerios. Valor base excedente a cargo cliente (restaurante a la carta exclusivo para sus clientes)	
			Traslados internos con transporte de la zona	
			Actividades según elección por día:	
			Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona (Caminata de entre 3 y 6 Horas)	
			Observación de aves y especies nativas (incluye equipos de observación profesional)	
			Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 25 mts. de altura	
	9	Plan Exclusivo de Eco-Adrenalina	Plan Exclusivo de Eco-Adrenalina	Cabalgata
				Actividades de reforestación y/o aprendizaje de cultura Panche
				Enseñanzas ecológicas cultura Panche
				Acompañamiento experto ambiental
				Guías certificados
				Asistencia medica
				Seguro de accidentes
Plan - Ecoturismo Especializado	9	Plan Exclusivo de Eco-Adrenalina	Incluye equipos profesionales de observacion y acompañamiento profesional ambiental o forestal	
			Hospedaje: 1 noche 2 días en cabañas o glamping con jacuzzi, con hermosa vista natural hermosa vista natural (Acomodación triple)	
			Alimentación: 2 almuerzos, 1 Desayuno, 1 cena, refrigerios. (Valor base excedente a cargo cliente restaurante a la carta exclusivo para sus clientes)	
			Traslados internos con transporte de la zona	
			Actividades según elección por día:	
			Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona (Caminata de entre 3 y 6 Horas)	
			Canyoning: Travesía de adrenalina por el río, con obstáculos naturales	
	Plan - Ecoturismo Especializado	9	Plan Exclusivo de Eco-Adrenalina	Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mt. de altura.
				Canopy 100 metros
				Circuito aereo (Puente tibetano, indiana Jones)
				Rafting Nivel 2 o 3
				Cabalgata
				Salto a pozo natural
				Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
Plan - Ecoturismo Especializado	9	Plan Exclusivo de Eco-Adrenalina	Acompañado por guía profesional certificado	
			Asistencia medica	
			Seguro de accidentes	



Figura 3-Oferta de Servicio Ecoturismo y Aventura (niveles)

Segmento	No. Plan	Propuesta de valor	ACTIVIDADES
- Plan Aventura y Ecoturismo	3	<i>Atravete Pasadía</i>	Traslados internos con transporte de la zona
			Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
			Canyoning, Travesía de adrenalina por el río con obstáculos naturales
	4	<i>Desafío (Pasadía)</i>	Torrentismo, y cascadas
			Rafting Nivel 2 o 3
			Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
	5 - Fin de Semana	<i>Desafío Fin de Semana</i>	Almuerzo según menú del día, refrigerios
			Guías certificados
			Asistencia medica
	6	<i>Plan de Eco-Aventura Fin de Semana</i>	Seguro de accidentes
			Traslados internos con transporte de la zona
			Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
7	<i>Plan Ecoturístico de Fin de Semana</i>	Canyoning, descenso de adrenalina por barrancos en el lecho de quebrada	
		Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mts. de altura	
		Cabalgata	
			Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
			Almuerzo según menú del día, refrigerios
			Guías certificados
			Asistencia medica
			Seguro de accidentes
			Hospedaje: 1 noche 2 días
			Alimentación: 2 Almuerzos menú del día, 1 cena, 1 desayuno
			Traslados internos con transporte de la zona
			Actividades según elección por día:
			Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
			Canyoning, descenso de adrenalina por barrancos en el lecho de quebrada
			Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mts. de altura
			Rafting Nivel 2 o 3
			Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
			Cabalgata
			Guías certificados
			Asistencia medica
			Seguro de accidentes
			Hospedaje: 1 noche 2 días
			Alimentación: 2 Almuerzos menú del día, 1 cena, 1 desayuno
			Traslados internos con transporte de la zona
			Actividades según elección por día:
			Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
			Observación de aves y especies nativas (incluye equipos de observación profesional)
			Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mts. de altura
			Cabalgata
			Actividades de reforestación y/o aprendizaje de cultura Panche
			Acompañamiento experto ambiental
			Guías certificados
			Asistencia medica
			Seguro de accidentes



2.6. Nombre, Tamaño y Ubicación

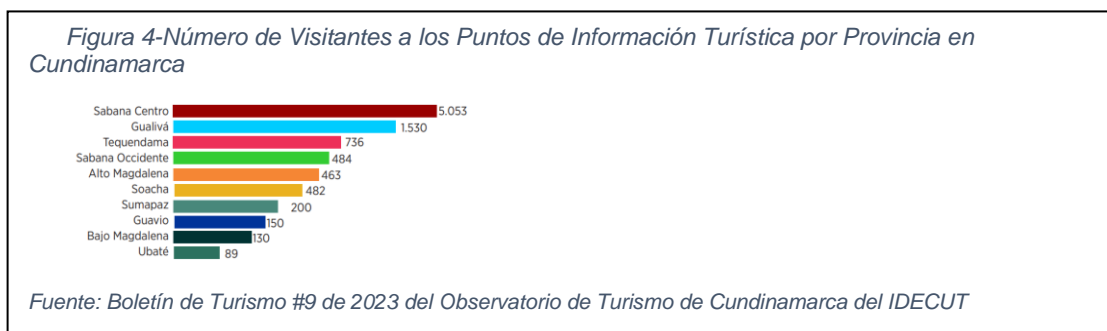
El nombre de la empresa será ECOCAT, siglas de Ecología, Conservación, Aventura y Turismo, se concibe como una empresa sostenible en lo ambiental, lo social y lo económico, que operará como agencia de viajes ofreciendo sus servicios inicialmente en el Municipio de Nimaima. Contará con una estructura organizacional que permitirá vincular a su personal estratégico y estructurar su sistema de capacitación y certificación de guías y primeros auxilios. Operará sus planes de aventura y ecología con equipos propios y subcontratará los servicios de hospedaje y alimentación.

El proyecto se ubicará en la cabecera municipal de Nimaima Cundinamarca, que geográficamente está dentro de la Vereda Pinzaima. La sede principal de ECOCAT se proyecta en el Barrio las Delicias en Nimaima, ubicado en la cabecera municipal de Nimaima, en un terreno aportado por los socios. Adicionalmente contará con sede administrativa en Bogotá, la cual operará de forma virtual.

2.7. Potencial del Mercado en Cifras

A julio de 2022 la región Bogotá y Cundinamarca tuvo una mayor participación con él 39%, respecto al mismo periodo del año anterior. (Cubillos, 2022)

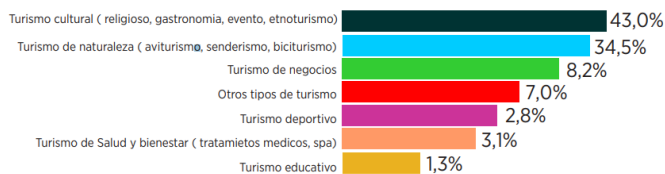
Según información del IDECUT en el segundo trimestre del 2023 Cundinamarca registro un total de 9317 visitantes, de los cuales 1530 llegaron a la Provincia del Gualivá.



que es como se le conoce a la región integrada por 12 municipios dentro de la que se encuentra Nimaima. (Observatorio de Turismo de Cundinamarca del IDECUT, 2023)

Se observa que los visitantes a la Provincia del Gualivá tenían como destinos los municipios de la Vega, Nimaima, Sasaima y Villeta. El 84,3% de estos fueron turistas nacionales y el 15,7% extranjeros. Así mismo, según información de la Encuesta de Gasto de Turismo (EGIT) del DANE, los turistas que viajaron de Bogotá a Municipios de Cundinamarca y que no pernoctaron fue del 86,3% lo que demuestra un alto flujo de visitante de la ciudad por su cercanía. También se puede observar que el mayor interés de turismo en la zona lo componen en un primer renglón el turismo cultural y **en segundo lugar turismo de naturaleza con un 34,5 %**.

Figura 5-Tipo de Turismo preferido por visitantes a los PIT en Aeropuerto el Dorado



Fuente: Boletín de Turismo #9 de 2023 del Observatorio de Turismo de Cundinamarca del IDECUT

De otra parte el informe del Min Comercio, indican que en 2023 se registraron para Cundinamarca 570.000 turistas de origen nacional y 16.702 extranjeros (0,63%). Cifras que basadas en los porcentajes de los boletines del IDECUT, sirvieron para determinar la demanda explicada a detalle en el capítulo 4 de investigación del mercado.

2.8. Ventajas Competitivas

El proyecto como ventajas competitivas cuenta entre otras con las siguientes:

- Propuesta ecoturística sostenible involucrando entretenimiento, conocimiento, conservación ambiental, comunidad y seguridad.
- Guías expertos certificados y con conocimiento en primeros auxilios, los competidores de la zona contratan guías locales de manera informal.
- Estructura organizacional con vinculación laboral de guías e incentivos por negocios para los mismos.



- Estructura organizacional de actualización y de innovación que permitirá mantener planes conservacionistas sociales y de vanguardia.

- Políticas de preferencia para contratar servicios con mujeres y familias de la región.

2.9. Inversiones Requeridas:

El proyecto en su primera etapa requerirá \$212.311.201 para inversión general por lo que tal y como se muestra en las tablas 2 y 3 de esta inversión \$125,9 millones corresponden a propiedad planta y equipo y \$86,3 millones corresponde a capital de trabajo para el funcionamiento los primeros 3 meses. Los detalles se pueden observar en el capítulo 6 de Aspectos Técnicos. Frente a esta inversión los socios aportaran \$50.000.000 en efectivo y un terreno por valor de \$50.000.000 el cual será el punto de partida y llegada para prestación de los servicios de aseo, cambio y alimentación. Por lo completar la inversión teniendo en cuenta el capital aportado por los socios se requerirá un préstamo por \$112.311.201.

Tabla 2-Inversion Inicial terreno y equipos ECOCAT

	INVERSIÓN INICIAL
TERRENOS	\$ 50.000.000,00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 67.116.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.000.000,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 3.000.000,00
EQUIPO DE TRANSPORTE	\$ -
FRANQUICIAS	\$ -
PATENTES INV en INTANGIBLES	\$ -
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$ 4.815.000,00
TOTAL INVERSIONES	\$ 125.931.000,00

Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes

Tabla 3-Inversion Inicial capital de trabajo ECOCAT

CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO INICIAL		
	MESES	VALOR
COSTOS OPERATIVOS	3,0	\$ 46.471.125,00
NÓMINAS	3,0	\$ 18.942.000,00
MARKETING MIX	3,0	\$ 4.920.000,00
GASTOS FIJOS	3,0	\$ 16.047.076,50
TOTAL		\$ 86.380.201,50

Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes



3. Análisis del Sector

3.1. Análisis del Macroentorno:

Se presenta a continuación un breve análisis del macroentorno del sector de turismo ecológicos en Colombia utilizando la herramienta PESTEL, de los cuales se analizarán los de mayor impacto para el proyecto:

Tabla 4-Diagnóstico Macroentorno ECOCAT Herramienta PESTEL

FACTORES DEL MACROENTORNO	DESCRIPCIÓN DE LA TENDENCIA DEL SECTOR	IMPACTO
POLÍTICOS & LEGALES	Incertidumbre en el país para hacer negocios por cambios de modelo económico y político.	Medio
	Priorización de gobierno en sectores de agroindustria, negocios verdes, vías terciarias, impulso y diversificación de exportaciones.	Alto
	Desconfianza de los consumidores en mensajes de gobierno, lo que puede afectar su comportamiento (ahorro, consumo, inversión).	Medio
	Definición de un amplio marco legal para el sector de eco-turismo.	Alto
	Apoyo del Ministerio de Medio Ambiente para negocios Verdes.	Medio
	Alcaldía de Nimaima tiene oficina de turismo que promueve las actividades turísticas en la región.	Alto
ECONÓMICOS	Reformas tributarias aumentaron impuesto al consumo, IVA y consumo en establecimientos.	Medio
	Apoyo del gobierno en negocios verdes, ambiental y socialmente sostenibles.	Medio
	Bajas expectativas de crecimiento económico país.	Alto
	Eliminación de subsidios sociales y de sobretasa a la gasolina y a pensiones	Bajo
	Fuertes fluctuaciones del peso frente a otras monedas por inestabilidad política y económica	Medio
	Inestabilidad inflacionaria y disminución del ingreso de los hogares.	Alto
SOCIALES	Altas tasas de interés y fenómenos contraccionistas.	Alto
	Comunidad autóctona que ya conoce los gustos y trato al turista.	Alto
	Interés de los consumidores nacionales e internacionales por sostenibilidad ambiental.	Alto
	Reformas laborales, pensionales y en salud que afectan precios de mano de obra.	Medio
	Existe poca infraestructura para alimentación de huéspedes. Frente al hospedaje aunque no tiene una oferta amplia, si tiene buenas alternativas para ofrecer a los clientes.	Alto
TECNOLÓGICOS	Bajo nivel de industrialización en el Municipio que genera mayores costos para adquisición de productos de consumo.	Medio
	Segmentos de clientes con fuertes tendencias a verificar recomendaciones de paginas web y redes sociales.	Alto
	Necesidad de establecer plataformas de E- Commerce .	Alto
	Mala señal de telefonía celular	Alto
ECOLÓGICOS	Acelerados cambios tecnológicos en los mercados.	Medio
	Zona con biodiversidad en flora y fauna.	Medio
	Actividades extremas realizadas en ríos con altos niveles de riesgo.	Alto
	Temporadas de lluvias afectan distintas partes y servicios del municipio.	Alto
	Presencia de animales salvajes que pueden representar peligros al turista .	Bajo

3.1.1. Entorno Político:

En el entorno político y aunque ya han pasado casi 2 años del mandato del presidente Petro, se puede decir que aún existe incertidumbre en muchos sectores económicos y políticos por el cambio de modelo que plantea el grupo político de izquierda,



observándose obstáculos para la implementación de las propuestas y gestiones adelantadas. Se observa un rechazo de una buena parte de representantes en la estructura del estado y de los partidos políticos del país. Sin embargo, se puede decir que, para este tipo de proyectos ecoturísticos, se vislumbrar el consenso de querer fortalecer el sector, especialmente con proyectos con componentes de sostenibilidad. Es importante indicar que ya gobiernos anteriores han realizado esfuerzos y compromisos en esta misma línea, y el actual gobierno los ha ratificado y continua con similares ideales, lo que demuestra estabilidad política en este sector. En este aspecto el Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026 propone que se intensifique la promoción de modelos de negocios incluyentes con enfoque de circularidad, este modelo de bioeconomía se propone para los sectores agropecuario, forestal, pesquero y turístico. En lo que se denomina “Turismo en armonía con la vida” que promueve entre otros, que se integre a los productos turísticos los componentes de valor desde la riqueza multicultural, la biodiversidad del país y las formas en que las comunidades conocen, se adaptan, construyen y cuidan los territorios desde los saberes. (Departamento Nacional de Planeación (DNP), 2023)

Es importante resaltar el interés del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en dar apoyo a los emprendedores y empresarios, con lo que el ecoturismo como actividad turística que se desarrolle de manera sostenible está contemplado con uno de los “Negocios Verdes”¹ que promueve y apoya esta entidad brindando asesoría técnica, capacitación y promoción.

Algo a nivel municipal, es importante resaltar que la Oficina de Turismo del Municipio se encuentra en la cabecera municipal en donde se ubicará el proyecto. Esta

¹ Definición de Negocios Verdes: “ *Contempla las actividades económicas en las que se ofertan bienes o servicios, que generan impactos ambientales positivos y además incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas con enfoque de ciclo de vida.*”- Oficina de Negocios Verdes del Ministerio el Medio Ambiente. <https://www.minambiente.gov.co/negocios-verdes/que-son-los-negocios-verdes/>



situación permitirá mayor control de la competencia desleal en el lugar; La Oficina de Turismo está adscrita al despacho del alcalde municipal de Nimaima y se encuentran promoviendo el turismo agroecológico y de aventura en lugares importantes de la región en las que se ofrecen entre otras aguas termales, caminatas ecológicas, actividades de gran belleza paisajísticas, lugares para práctica de canyoning, torrentismo.

3.1.2. Entorno Legal:

Este entorno está conformado por un conjunto de normas y regulaciones marco, que regulan el funcionamiento de este sector. Así mismo el sector de aventura extrema tiene unas características adicionales reguladas por normas complementarias. En Colombia, el entorno legal para el ecoturismo y turismo de aventura se encuentra reglamentado de forma general de acuerdo con el siguiente esquema:

Tabla 5-Cuadro Sinóptico Entorno Legal

Aplicación	Objeto	Normatividad
Marco legal	Define los principios y objetivos del sector turístico en Colombia, entre los que se encuentran la sostenibilidad y la conservación del medio ambiente.	Ley General de Turismo: Ley 300 de 1996 modificada por la Ley 1558 de 2012 y por la Ley 2068 de 2020; Decreto 1075 de 2015: Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
Normatividad específica para el turismo de aventura	Establece los requisitos técnicos que deben cumplir las agencias de viajes operadoras, los prestadores de servicios turísticos de actividades de aventura y los guías de turismo para operar en Colombia.	Resolución 3860 de 2015: Establece las normas técnicas sectoriales en turismo de aventura; Resolución 3861 de 2015: Establecen los requisitos para la inscripción de las agencias de viajes operadoras y de los prestadores de servicios turísticos de actividades de aventura en el Registro Nacional de Turismo; Resolución 3862 de 2015: Establece las normas para la capacitación y habilitación de los guías de turismo de aventura.
Otras normas aplicables	Pueden ser aplicables al ecoturismo y turismo de aventura, como las normas ambientales, las normas de seguridad y las normas de salud.	Ley 99 de 1993, Ley de Medio Ambiente; Decreto 1729 de 2008, por el cual se reglamenta el Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres; Decreto 1079 de 2015, por el cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Salud.

Cuadro Sinoptico del entorno legal - Elaboración basada en recopilación propia

Además de la normatividad mencionada anteriormente, existen otras normas que deben ser tenida en cuenta de acuerdo con los servicios adicionales que se presten. Tales como normas ambientales, normas de salud en caso de ofrecer servicios de restaurante y hospedaje, y otras normas de seguridad y comercio y finalmente la Ley 2294 de 2023 con que se sanciona el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026.



3.1.3. Entorno Económico:

Los factores económicos se encuentran están muy asociados al clima político del país. De acuerdo con el análisis del macroentorno los factores que pueden afectar al proyecto son las “bajas expectativas de crecimiento económico” que pueden generar una disminución de ingreso de los hogares, combinada con la “inestabilidad inflacionaria” y las expectativas de tasas de interés inestables. En cifras esto se puede observar de acuerdo con los análisis de los expertos como se resume a continuación.

De acuerdo con los análisis de expertos financieros, la inflación anual interna cerró el año 2023 al 9,28% dando un respiro después de tener tasas del 10,5% en septiembre de 2023. Se estima para el 2024 que la inflación continuará en descenso como resultado de las políticas restrictivas del gobierno nacional logrando cumplir su meta del 5,5% a cierre del año. No obstante, las expectativas del mercado es que cierre entre el 8,0% y el 8,3%. (DNP-Dirección de Estudios Económicos, 2024). A nivel de su moneda, Colombia enfrenta fuertes retos, como son las fuertes fluctuaciones de su moneda que la han llevado a una tendencia de devaluación. Esto puede afectar su capacidad de competir con precios internacionales, sin embargo, esta situación puede ser favorable para atraer a turistas extranjeros.

Según los análisis económicos de Corficolombiana para el 2024, se observa que se disminuyeron las expectativas de crecimiento económico al cierre de 2023 desde 1.6% al 1.2% y para el 2024 se espera un crecimiento del 1.3%. Describen el 2024 como un año difícil, en la que se pondrá a prueba la resistencia de las empresas y los consumidores, debido a factores como la etapa final de los ajustes económicos del gobierno, las tasas financieras que viene de altos niveles hacia la baja, pero que es inestable ante otras variables que afectan el riesgo país, la inflación esperada, los bajos niveles de inversión ante incertidumbre regulatoria, especialmente en sectores

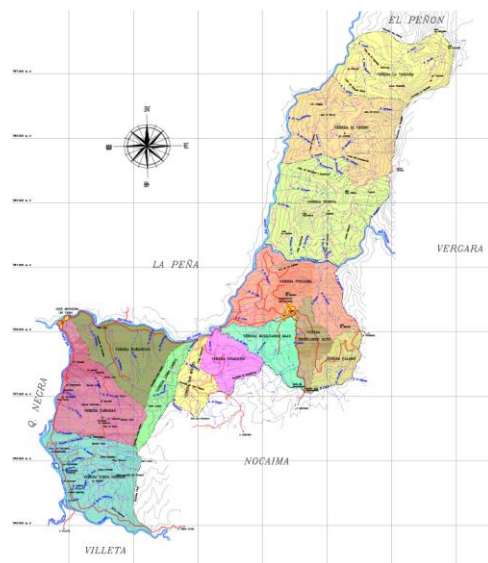


estratégicos como minas, canteras, energía y construcción. Igualmente se prevé una desaceleración de la mayoría de los sectores económicos a excepción de los sectores de alojamientos, restaurantes, servicios públicos y obras civiles. (CORFICOLMBIANA, 2023).

Adicional a lo anterior y en medio de las situaciones internas de la agenda de gobierno, la economía interna se verá influenciada geopolíticamente por las crisis y restricciones mundiales, así como las consecuencias de los eventos climáticos y catástrofes extremas que han debilitado el crecimiento y estabilización de los países. Incluso los llamados países desarrollados como China y Estados Unidos prevén desaceleración y menores tasas de crecimiento. Es por esto por lo que para Colombia se prevé un crecimiento lento similar al del 2023 y se espera que el mercado laboral comience a deteriorarse reflejando la desaceleración económica. Igualmente se espera el deterioro de la principal fuente de ingreso de los hogares “los salarios” el cual limitará el gasto privado.

3.1.4. Entorno Social:

Figura 6-Mapa Municipio de Nimaima



Fuente: Datos Generales del Municipio (Gobernación de Cundinamarca, 2020)



El municipio de Nimaima es un destino turístico importante en Cundinamarca, no solo por quedar tan solo a 76 KM de Bogotá, sino que desde hace varios años se muestra con gran potencial para el crecimiento del ecoturismo y los deportes de aventura, tiene una población de 3059 habitantes según cifras del censo del año 2018, de los cuales en cabecera municipal se encuentran 616 habitantes, en centros poblados² en 362 habitantes y en zona rural disperso se cuentan 2.081 habitantes. (DANE, 2018)

El municipio es un destino turístico emergente con gran potencial para el crecimiento del ecoturismo y deportes de aventura. Su oferta turística se centra en Tobia que es un centro poblado del municipio y en la cabecera municipal Nimaima, debido a que se encuentra en una zona ecológica con recursos hídricos y variada biodiversidad como especies nativas y diversidad de aves. Es una zona que suele ser visitada por turistas para la práctica del rafting y otras actividades de aventura extrema. Es por esta razón que la población del municipio ya tiene cierta experiencia en la guianza turística, aunque no es común que tengan las todas certificaciones para ser guías solicitadas por el gobierno central. Nimaima es promocionada por la Guía Turística de Cundinamarca como “*La Ruta Panelera y de Aventura*” ya que el Municipio de Nimaima es uno de los destinos más visitados por los amantes de los deportes extremos, atractivo que comparte con Tobia en donde se encuentran deportes como rafting, rappel, kayak, canopy, canyoning, caminatas ecológicas, caballos, camping, ciclo travesías. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2021)

² **Centro poblado:** “Concepto DANE con fines estadísticos que se define como una concentración mínima de 20 viviendas contiguas, vecinas o adosadas entre si. Contempla los núcleos de población de los corregimientos municipales, inspecciones de policita, caseríos. Dicha concentración presenta características tales como la delimitación de vías vehiculares y peatonales.”



De otra parte, se observa un bajo nivel de negocios que ofrecen servicios de restaurantes o cafeterías al público, por lo que los turistas deben llegar con todo el paquete contratado. En la oferta de hospedajes se ve mejor estructura y existe infraestructura hotelera que ofrece variadas opciones al turista.

En cuanto al interés de los turistas por los temas de sostenibilidad, si bien es cierto que al municipio y a sus operadores de la zona aún les falta mejorar las exigencias en sostenibilidad, los pobladores ya han notado el interés de los turistas en conocer sus costumbres y tradiciones, por lo que ya existen algunos planes de cultura regional. No obstante en el tema conservacionista aún falta mucho terreno por recorrer.

3.1.5. Entorno Tecnológico:

Nimaima cuenta con cobertura de internet y telefonía móvil. Sin embargo, por ser zona de montaña la señal se pierde en ciertos lugares. Los operadores que ofrecen servicios en el municipio son Sintelco, Colombia Satelital, Servicios Internet Colombia, Claro, y WOM. De igual forma existen en la zona dos cafés internet con servicios públicos.

Debido a que el segmento de mercado del proyecto verifica redes sociales y realiza comercio y pago electrónico, es necesario establecer la estrategia de mercado y plataformas de E-Commerce.

3.1.6. Entorno ecológico:

El Municipio de Nimaima se encuentra ubicado en la región de la Provincia del Gualivá, que es un área protegida con una gran riqueza natural. El municipio cuenta con bosques, páramos, ríos y lagunas. Ofrecen una variedad de oportunidades para el ecoturismo y el turismo de aventura, ya que alberga buena diversidad de flora y fauna, es hogar de una variedad de especies de plantas y animales, incluyendo especies endémicas y amenazadas. Es una zona que desde hace ya varios años es reconocida



por turistas que desean práctica actividades de aventura extrema o actividades del agua (como se suele llamar en la zona) como el rafting, canyoning, torrentismo. Y aunque su fuerte ha sido las actividades extremas del agua, su relieve ha permitido que también se hayan desarrollado otras actividades de altura como es el canopy. Por otra parte, es una zona con una amplia riqueza natural, en el que se pueden realizar también actividades de contemplación como caminatas ecológicas, actividades de gran belleza paisajísticas, avistamiento de aves.

Adicional a lo anterior la zona presenta un potencial adicional, ya su riqueza ecológica hizo que en ese municipio se proyecte construir el Parque Regional de Aventura Extrema, en el que mediante el Convenio Interadministrativo suscrito entre el Departamento Nacional De Planeación (DNP) No. DNP-CI-004-2023, el Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca – IDECUT No. 516-2023 y el Municipio de Nimaima No. 001-2023 se celebrará su construcción mediante instrumento de Asociación Publico Privada (APP) y que este momento se encuentra en etapa de estructuración; Por lo que se espera que el parque sea entregado en el año 2028 (Alcaldía Municipal de Nimaima en Cundinamarca, 2023)

Para actividades de aventura en la zona se encuentran el Rio Negro, que ofrece una variedad de rápidos, desde clase 2 hasta clase 4, lo que lo convierte en un destino popular para el rafting y el kayaking; También se encuentra allí el Río Pinzaima y finalmente el Rio Villeta. Existen senderos ecológicos que llevan a la Cascada del Escobo que tiene una caída de agua de 55 metros, Cascada Barandillas y la Laguna del Tigre lo que lo convierte en un destino adecuado para los principiantes y los rafters y kayakers intermedios. Tiene un clima templado, con temperaturas que oscilan entre los 23 y los 28 grados centígrados, favorable para una variedad de actividades de ecoturismo y turismo de aventura.



3.1.7. Conclusión del Macroentorno:

De acuerdo con lo analizado se puede indicar que aunque es un momento que se proyecta con desaceleración económica, en el que se debe controlar muy bien los precios de los insumos y los gastos, incluidos los nuevos impuestos a pagar, es un buen momento para implementar un proyecto de turismo sostenible teniendo en cuenta la cercanía a la capital donde se concentra la mayoría de sus clientes, así como los beneficios para el sector. De otra parte, es importante revisar la estrategia de precios del servicio ya que existe posibilidades de disminución de ingreso de los hogares. Así mismo es importante que una vez se constituya el proyecto, acercase a la Oficina de Negocios Verdes para acreditarse como parte de la oferta de este tipo de negocios y aprovechar las ventajas que ofrece el gobierno mediante este portafolio.

Desde el entorno social es importante saber que la mano de obra como guías, tiene experiencia, sin embargo, es necesario capacitarla y hacer que obtengan sus certificaciones. De otra parte y ante la baja oferta de servicio de alimentación, es importante que los planes de servicios incluyan alimentación previamente contratada.

Frente a la tecnología es importante verificar la calidad del servicio de cada operador para establecer con seguridad las plataformas de pago y la estrategia de redes y publicidad.

Por el lado de factor ecológico es importante contemplar que la aventura extrema es deporte de riesgo, por lo que se debe verificar la gama de seguros y ofertas de capacitación en primeros auxilios. Ante las temporadas de lluvias y la forma en que estas afectan el terreno, es importante diseñar planes de contingencia y cambios de actividades. Incluso contemplar y revisar seguros de lluvia o políticas de devolución.

3.2. Análisis del Mesoentorno:



Es importante indicar que el proyecto se ubicará en el Municipio de Nimaima específicamente en la cabecera de municipio. Se resalta este punto debido a que Tobia, pese a ser una vereda del mismo municipio de Nimaima presenta un fenómeno de operadores de turismo sin registro nacional de turismo; Situación que en la cabecera no se presenta por tener las autoridades con el control directamente en el lugar. Es así como de la investigación se identificó que existen 6 empresas de turismo legalmente constituidas, de las cuales una ofrece servicios de recreación y actividades en el mismo sitio de hospedaje sin preparar salidas externas. También es importante indicar que el proyecto de parque ecológico y de aventura que proyecta el municipio funcionará bajo el esquema de APP (asociación público privada) lo que hace prever con bastante acierto que el proyecto una vez se establezca deberá operar con agencias y operadores de turismo legalmente constituidos, lo que controlará el problema de la informalidad.

3.2.1. Caracterización de las Fuerzas del Sector:

Las fuerzas que impactan directamente el negocio se analizaron mediante la herramienta del Diamante de Porter, la cual permitió evaluar cuáles son los factores que puede influir en el mercado y que influyen en la decisión de compra. Es así como se analiza a través de ella el poder de: los compradores, proveedores, competencia, productos sustitutos y la amenaza de nuevos competidores.

3.2.2. Conclusiones Fuerzas del Sector

A continuación, se resumen los resultados de la matriz evidenciada en la tabla 6- Análisis Competitivo Fuerzas de Porter.

Desde las *amenazas de nuevos competidores* se observa que esta fuerza tiene un nivel bajo debido a que, aunque es posible que lleguen nuevos operadores cuando entre en funcionamiento el proyecto del Parque de Aventura de la Nación-Municipio, se considera que estos nuevos operadores deberán demostrar toda la legalidad, experiencia



y sostenibilidad para entrar específicamente a ofrecer sus servicios al Parque, por lo que es vital la estrategia de ECOCAT en sus primeros dos años. De otra parte, para las grandes agencias no es una alternativa llamativa debido a los bajos márgenes de utilidad teniendo en cuenta que el lugar aún tiene baja capacidad e infraestructura.

Tabla 6- Análisis Competitivo Fuerzas de Porter

DIAGNOSTICO ECOCAT MATRIZ DE ANÁLISIS COMPETITIVO FUERZAS DE PORTER- PROYECTO ECOCAT		
MATRIZ ANALISIS COMPETITIVO		
FUERZAS (DETERMINACIÓN DE ACTORES DEL MESOENTORNO)	DESCRIPCION DE CONDUCTAS	PODER IMPACTO DE LA CONDUCTA EN RELACIÓN CON EL PODER QUE LE OTORGA A LA FUERZA
AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES	Grandes agencias especializadas no han incursionado en la zona, es posible que por las inversiones a realizar y el margen de utilidad que les puede dejar no les interese.	BAJO
	Existen otros operadores pequeños y medianos de actividad de ecoturismo y de aventura que ofrecen planes en otras zonas de Cundinamarca. Cuando ofrecen paquetes en Nimaima que no es frecuente, contratan proveedores existentes.	
	Aunque esta cerca a Bogotá, a tan solo dos horas de la salida. No existen aeropuerto o buenas vías de acceso. El terreno es montañoso la vía es terciaria, para carros medianos y pequeños, y el estado de la carretera es nivel medio. Esto hace que de cierta forma exista una barrera para nuevos competidores que no vivan o tengan relación con la zona.	
	Existe un marco Jurídico para el ecoturismo y especialmente para el turismo de aventura, se requieren equipos certificados y seguros y garantías no solo para clientes sino para agencia (esto puede ser una barrera)	
PODER DEL PROVEEDOR	Transportadores operan con colectivos y jeeps pequeños con tarifa única. Sin embargo la oferta no es amplia	MEDIO
	Existe una buena oferta y gama de tipos de hospedajes. No obstante su relación precio frente a servicio es algo costosa.	
	Equipos y accesorios de seguridad para las actividades se consiguen en tiendas especializadas de la Vega, Bogotá o por envío de otras ciudades	
	No existe mucha variedad de restaurantes, pero si existen personas dispuestas a cocinar siempre que se le contrate anticipadamente. Por lo que es mejor contratar servicio de alimentación para planes.	
PRODUCTOS SUSTITUTOS	Se ofrecen varias actividades de aventura en la cabecera de Nimaima y alrededores de Tobia. Sin embargo revisten poca cultura de sostenibilidad u operan con cierta informalidad	ALTO
	Los hospedajes de la zona ofrecen muchas actividades de diversión y entretenimiento solo en el lugar de hospedaje.	
PODER DEL COMPRADOR	Los ecoaventureros o ecologistas pagan por mayor cualidades y novedades en sus paquetes. (pueden escoger)	MEDIO
	Las actividades de aventura y ecológicas tienen precios similares, se diferencian por la calidad de hospedaje y comida.(pueden escoger)	
	La zona es reconocida y frecuentada por actividades de aventura del agua y de altura por lo que existen varios demandantes	
	Los clientes buscan ahora mas seguridad para estas actividades a raíz de accidentes televisados, lo que hace que exijan ahora mas garantías.	
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES	La principal oferta de actividades de aventura esta en Tobia, que esta a 11 km de la cabecera municipal de Nimaima y pertenece al mismo municipio. Sin embargo los operadores no cumplen con todas la seguridades y legalidades. Situación que en la cabecera del municipio si es exigida .	MEDIO
	Los competidores directos son los operadores que ofrecen actividades recreativas y algunos productos similares en Nimaima (6 competidores)	
	De la competencia 4 ofrecen productos similares a lo que ofrecerá el proyecto. Sin embargo uno de ellos funciona con razón social como restaurante y no como ecoturismo lo que hace presumir que la actividad sea informal.	
	No se observa competidores líderes .	

Fuente: elaboración propia



Ante el *Poder de negociación de los proveedores*, su nivel de impacto para el proyecto es calificado con Nivel Medio teniendo en cuenta principalmente que los proveedores de transporte zonal son pocos y que la oferta de hospedajes, aunque es buena, presenta altos precios versus los servicios ofrecidos, lo que incrementa los precios de los planes con estadía.

En cuanto a la *fuerza de productos sustitutos*, se considera que el nivel es Alto debido a que los clientes tienen varias alternativas como actividades dentro del lugar de hospedaje como por ejemplo actividades de campamento, soldado por un día y otras. También se tiene en cuenta que a 11 km de la zona del proyecto, en Tobia, se ofrecen actividades de aventura, aunque no acostumbran a ofrecer sus servicios con el plus de prácticas sostenibles.

Al analizar *el poder del comprador* se puede observar que, aunque hay pocos oferentes en Nimaima y los precios son similares, el cliente puede escoger entre las opciones existentes, las cuales solo se diferencian por los atributos, garantías y formas de ofrecer el servicio, esto permite deducir que esta fuerza para el proyecto tiene un nivel medio.

Finalmente, y al analizar *la rivalidad entre competidores existentes*, se pudo establecer que, aunque no existe un competidor importante en Nimaima que lleve el liderazgo de la operación bajo principios de sostenibilidad, ni que compiten entre ellos por precios o actividades, la oferta si se alcanza a ver afectada por la competencia de Tobia. Esto a pesar de la distancia y aunque no cumpla con todas las normas de legalidad, ni sostenibilidad. Por esta situación se clasifica esta fuerza con un nivel medio. En Nimaima solo existen 6 competidores directos que se pueden observar en la Tabla 7-Mapeo de Competencia de Ecoturismo y Turismo de Aventura en la Cabecera de Nimaima.



Lo anterior hace concluir que, aunque no exista una competencia fuerte en temas de sostenibilidad, es muy importante generar estrategias que hagan de ECOCAT un producto diferenciado; así mismo se concluye que la estrategia de medios debe ser fuerte, y que se debe prestar atención a la contratación con los proveedores de transporte y de hospedaje. De otra parte, es importante prestar atención a la competencia con bajo cumplimiento de las normas ya que se mueven en los mismos escenarios generando afectaciones a los ecosistemas.

Tabla 7-Mapeo de la Competencia en la Cabecera de Nimaima.

Nº	Empresa	Tipo de empresa o forma en que se describen	Ubicación	Ofrece servicios por:	Servicios Ecológicos y/o de Aventura						Estadía y otros	Precios	
1	Natural Extreme Travel	"Agencia operadora de actividades de aventura"	Nimaima	Página en facebook y WhatsApp https://kunturmarqaextreme.com/	\$150.000 pareja Rafting adicional	Senderismo interno en lugar de estadía					Actividades de recreación en hospedaje	Ofrece principalmente actividades en el lugar Finca Tía Lolo (camping) piscina, restaurante, bar, zonas de camping y hotel	\$150.000 Plan de fin de semana: Zona de camping+caminata sendero interno+torrentismo+desayuno+almuerzo+piscina interna+parqueadero+transporte interno (actividades adicionales, sin refrigerios)
2	Eco Adrenatura	"empresa comprometida con la aventura y seguridad,"	Nimaima	Página en facebook y WhatsApp	\$85.000 Rafting o Canotaje	Caminata ecológica y piscina natural	Canopy o Tirolesa	Canyonin go Barranquismo	Torrentismo			No ofrece estadía, solo transporte al lugar de actividad - Nimaima	\$170.000 Plan Aguas (Pasadía): Caminata+piscina natural +torrentismo+rafting+transporte y almuerzo+pólliza+guías (sin refrigerios) \$240.000 Plan Elementos (Pasadía): Conopy+Caminata+piscina natural +torrentismo+rafting+transporte y almuerzo+pólliza+guía (sin refrigerios)
3	Cairo	"CAMPING EL CAIRO RESERVA NATURAL, un hermoso lugar para encontrar la tranquilidad que buscas muy cerca de Bogotá" Empresa familiar (todo en la finca es familiar)	Nimaima	Página web : https://campingcudinamarca.com/planes/		Sedero					Actividades de conservación en el sitio	Proyecto de reserva natural: Solo ofrece estadía en zona camping y acceso a instalaciones que tienen piscina, juegos de mesa, canchas de microfútbol y voleibol; restaurante y bar	\$108.000 Plan fin de semana Combo#3 Adultos: 1 noche+derecho a instalaciones+desayuno+refrigerio+almuerzo+sendero (sin actividades de deporte extremo)
4	Canopy el Escobo Extreme	Aparece como "Restaurante". Sin embargo ofrecen mirador y actividad de Canopy no está ubicado en la cabecera sino vía hacia Vergara	Nimaima.	Página facebook, instagram https://www.instagram.com/canopyyescob/ WhatsApp			\$80.000 Canopy de 1150 mts de recorrido a 250 mts de altura	Canyonin go Barranquismo	Torrentismo			Restaurante y convenio de camping por \$45.000, Cabañas Guacamayas \$300.000 noche pareja; Cabañas Tucán \$200.000 pareja (las 2 últimas incluyen desayuno)	\$170.000 Pasadia básica incluye: vuela como superman, salta a piscinas naturales, desciende por cascadas de 50 mts. Derecho a nuestras instalaciones, transporte interno (sin almuerzo, sin refrigerios)
5	Tobiextreme	Agencia con licencia vendida en 2023	Bogotá/ Tobia/ Nimaima	Página facebook, Instagram https://www.tobiaextreme.com/	\$163.000 Rafting o Canotaje+ Circuito aéreo+almuerzo (2 horas)	caminata	\$92.000 Circuito de alturas: Puente indiana jones; puente tibetano y canopy		\$93.000 Torrentismo+almuerzo		Cabalga	Plan Hotel 2 días 1 noche hotel Gaitana: \$305.000 persona Incluye: Rafting+Torrentismo+ Cabalgata+1 Desayuno + piscina + Transporte Interno Tobia+Seguro+Equipos (sin almuerzo ni refrigerios)	\$177.000 "Plan de 8 horas" incluye: Rafting+Torrentismo+Cabalgata+Almuerzo +ingreso a la sede con Piscina,Salón de juegos, zona de hamacas, cancha de microfútbol y voleibol+ parqueo+servicios de Bar y Restaurante. (sin transporte ni refrigerios)
6	Terratur Viajes	Agencia de Viajes varios tipos de tour (registro vigente de agencia)	Bogotá	Página web https://terraturviajes.com/	Rafting o Canotaje	caminata	Canopy (adicional por \$70.000)	Canyonin go Barranquismo	Torrentismo			Incluye almuerzo refrigerios, transporte. (Sin estadía) Camping adicional por \$60.000 persona	\$175.000 Pasadia básica incluye: Caminata+canyoning +salto al pozo+Torrentismo +rafting+transporte y almuerzo (sin refrigerios)

Fuente: Elaboración propia

3.3. Análisis DOFA

Como resultado del análisis del macroentorno y el mesoentorno se realiza el análisis DOFA y se identifican algunas estrategias que se pueden observar en el "Anexo 6_ Análisis y Estrategia DOFA". Las conclusiones de este análisis se resumir para



efectos prácticos así: Se pueden identificar como principales oportunidades, 1. La creciente tendencia e interés por el turismo sostenible a nivel mundial, especialmente entre las generaciones de los “millennials” y “centennials”, quienes se muestran inclinados a comprar estos servicios, incluso por encima de los atributos de precio; 2. Existe un gran interés y opciones por parte de entidades de gobierno nacional y de entidades internacionales para apoyar propuestas de turismo sostenible; 3. La cercanía a Bogotá y la imagen que ya tienen el municipio por propuestas de deporte extremo en la naturaleza, hacen que exista un amplio mercado objetivo y mercado potencial que aumentan la probabilidad de sostenibilidad financiera del proyecto. Como amenazas del proyecto, las más importantes son: 1. Los impactos que las reformas tributarias, laborales y pensionales por aprobarse puedan tener sobre el proyecto y su rentabilidad; 2. Las afectaciones que puedan generar la competencia desleal y/o que no tienen buenas prácticas ambientales. Por otro lado como fortaleza se considera que el proyecto se concibe desde sus inicios como integralmente sostenible bajo estándares de calidad, lo que permitirá en el corto y mediano plazo certificarse como empresa de turismo sostenible, abriendo así varias oportunidades para la empresa. Se contemplan como debilidades importantes: 1. La contratación inicial de servicios de hospedaje y alimentación con terceros del pueblo, ya que cobran precios altos por servicio que no compensa lo pagado. Para lo cual se contempla realizar acuerdos con hoteles y proveedores de la zona basados en negociación de beneficios adicionales (publicidad, capacitación y asesoría en mejora de prácticas sostenibles) y en una segunda etapa del proyecto se contempla desarrollar un proyecto de hospedaje propio. 2. Los altos costos del transporte interno debido al bajo estado de las carreteras y costos de combustible, para lo cual se conciben algunas estrategias según se mejore el flujo de caja del proyecto.



4. Validación e Investigación de Mercado

4.1. Caracterización del Usuario

Teniendo en cuenta que se pretende realizar una empresa de servicios ecoturísticos y de aventura se requirió identificar los clientes objetivo. Por lo que basado en entrevistas a los socios de la región que motivaron este estudio y por medio de fuentes secundarias se diseñó el mapa de empatía de los posibles usuarios del presente proyecto. De este ejercicio se identificaron 4 segmentos, pero solo se profundizarán en 3 segmentos de clientes, ya que son los directos interesados en ofertas del presente proyecto. El cuarto segmento está más interesado en servicios de hospedaje y recreativos que en actividades de ecoturismo, por lo que para el plan de negocios del presente documento solo se deja identificado, mas no se presenta propuesta. Posteriormente se realizó para cada segmento el mapa de empatía basado en los análisis de fuentes secundarias sobre los mismos. Los segmentos de clientes se resumen así:

- Perfil 1: Usuarios con gustos por el ecoturismo básico
- Perfil 2: Usuarios con gustos por caminatas ecológicas y/o aventura extrema
- Perfil 3: Ecoturista o aventurero exclusivo
- Perfil 4: Turista de recreación y descanso (se excluye por estar interesado en servicios de hospedaje)

A continuación, se pueden observar de forma resumida la ficha que en un primer acercamiento caracteriza a cada segmento de usuarios:



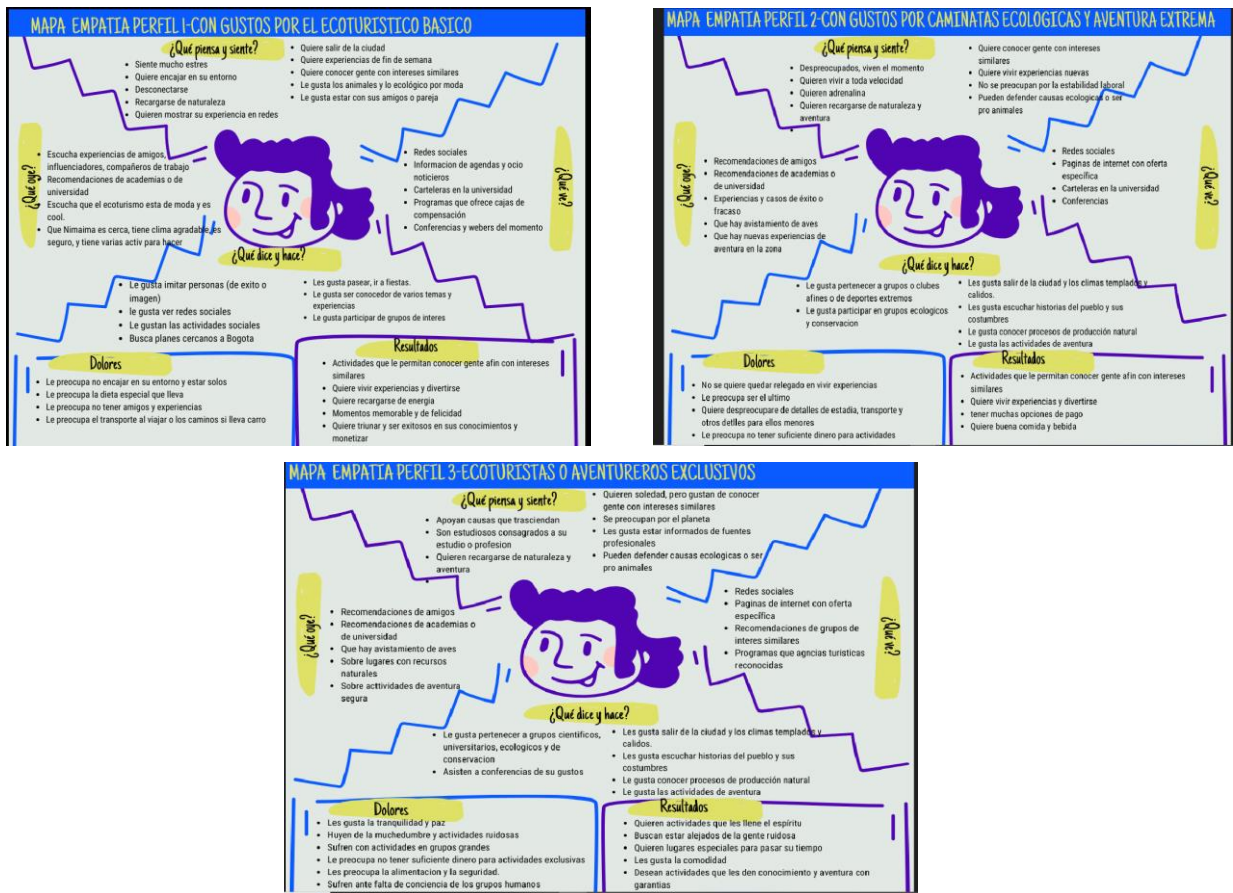
Tabla 8- Fichas Perfil de Clientes - Elaboración Propia

Perfil 1	USUARIOS CON GUSTOS POR EL ECOTURISTICO BASICO	
Perfil usuario	Joven adulto Parejas jóvenes Personas solteras	
Actividades	Estudio, trabajos, son sedentarios o realizan algún ejercicio de forma semanal. Algunos solamente estudian y reciben mesada de sus padres, otros están empezando su trabajo de forma profesional. En otros casos ya trabajan y tienen sus recursos propios y buscan nuevas experiencias profesionales de estudio o de actividades de su interés.	
Rango edad	20-45	
Profesión	Varias profesiones	
Ingresos	Medio a Alto	
Estado civil	Solteros, casados	
Intereses	Quiere desconectarse, salir de la ciudad, conocer lugares nuevos, hacer caminatas cortas, conocer gente.	
Donde consigue información	- Recomendaciones Cajas de Compensación, universidades, redes sociales - You Tubers - Paginas web	
Perfil 2	USUARIOS CON GUSTOS POR ECOTURISMO MAS ESPECIALIZADO Y/O AVENTURA EXTREMA	
Perfil usuario	Joven adulto Personas solteras Extranjeros	
Actividades	Estudio, trabajo, físicamente activos, tienen entrenamiento físico permanente o de alto rendimiento. No se rigen por esquemas tradicionales de trabajo, se dedican a lo que les gusta o les apasiona. Viven de forma libre cada momento. tienen recursos medio o altos que permiten costear sus gustos; Pueden defender causas ecológicas y/o movimientos animalistas.	
Rango edad	Mediana (25 a 45)	
estrato	Ingreso medio a alto	
profesión	Varias	
Intereses	Gusto por hacer actividades ecológicas, o actividades extremas de aventura	
Donde consigue info	- Amigos - You Tubers/ Influencer - Recomendaciones paginas especificas - Redes universitarias - Portales de agencias turísticas para extranjeros	
Perfil 3	ECOTURISTA O AVENTURERO EXCLUSIVO	
Perfil usuario	Personas con estudios, activo, educado, busca libertad y exclusividad y privacidad	
Actividades	Estudia o trabajan en actividades que les gusta o apasiona, algunos tienen participación en comunidades específicas, abogan por causas conservacionistas o pro animales por convicción. Les gusta la investigación la observaciones y actividades extremas responsables	
Rango edad	Joven Adulto 35 a 50	
estrato	Ingresos altos	
profesión	Universitarios, profesores, investigadores, trabajadores ambientales, sociales y afines	
estado civil	Solteros, casados	
Intereses	Observación de aves, fotografía, estudios botánicos, huyen de lo habitual, les gusta afectar lo menos posible la naturaleza, les gustan actividades extremas con responsabilidad. Prefieren desplazarse en pequeños grupos y hospedarse en lugares tranquilos aunque deban pagar por paquetes mas costosos por día.	
Donde consigue info	- Amigos - You Tubers - Recomendaciones paginas especificas o agencias reconocidas - Comunidades temáticas de interés	
Perfil 4	TURISTA DE RECREACION Y DESCANSO	OBSERVACION
Perfil usuario	Niños (traídos por terceros) y familias con niños	Este perfil no se incluye por estar enfocado solo al hospedaje
Actividades	Estudiantes de colegio para actividades de convivencia, Grupos de scouts, familias que buscan plan turístico de fin de semana para descanso.	
Rango edad	6 a 35	
estrato	medios	
profesión	colegios/ varias profesiones	
Ingresos	Medios	
Intereses	las familias, no les llama la atención las caminatas ni actividades de aventura	
Donde consigue info	Caja de compensación, paginas internet	



Una vez identificado los segmentos de clientes, se procedió a realizar la caracterización de los clientes del negocio y el mapa de empatía teniendo en cuenta la tendencia de gustos, ideas, comportamientos, dolores, y características. El resultado de los tres tipos de clientes para ECOCAT se incluyen en la siguiente figura:

Figura 7-Mapas de Empatía Clientes ECOCAT-Fuente elaboración propia



4.2. Propuesta de Valor Inicial Previa y Validación

Teniendo en cuenta la caracterización y los mapas de empatía de nuestros segmentos de clientes, se presenta la propuesta de valor descrita, con la que se pretende dar solución a sus trabajos, alegrías y frustraciones de nuestros clientes.



Tabla 9 - Propuesta de Valor Inicial previa

Somos una Agencia de servicios ecoturísticos y de aventura extrema con enfoque sostenible para el Municipio de Nimaima, que le permitirá disfrutar el real contacto con la naturaleza, con las seguridades y el acompañamiento de expertos que usted merece.

Algunos de nuestros productos son:

- Planes desde uno a varios días con actividades ecoturísticas y/o de aventura que incluyen estadía (con o sin servicio de transporte).*
- Planes de 1 día para actividad de Aventura (no incluye estadía)*
- Planes de 1 día para actividad de Ecoturismo básico (no incluye estadía)*
- Planes conservacionistas de pasadía (senderismo, servicios de siembra y baño en río) para compartir en familia, con amigos.*
- Excursiones de avistamiento de aves*
- Según el plan escogido, actividades de muestras culturales y tradiciones en la zona.*
- Hospedaje cómodo y tranquilo según el plan elegido.*
- Algunas actividades para disfrutar: Torrentismo, rapel, kayak, escalada, senderismo, avistamiento de aves, cabalgatas; canyoning; otros*

Todos nuestros planes cuentan con guías certificados, y personal capacitado en primeros auxilios, así como que contamos con los seguros necesarios para tranquilidad de los turistas y de nuestro personal.

Se realizó validación de la propuesta mediante el método de entrevista, para lo cual se realizaron 15 entrevistas a los tres tipos de clientes identificados. Los resultados indicaron que la propuesta de valor encajaba con la mayoría de los trabajos y necesidades del cliente, los resultados se pueden ver en el *Anexo3 Propuesta de Valor por Segmento de Cliente y Análisis de Validación*. No obstante, cada segmento necesitaba una propuesta de valor y de servicio acorde a cada perfil que se muestra en las figuras 8, 9 y 10.

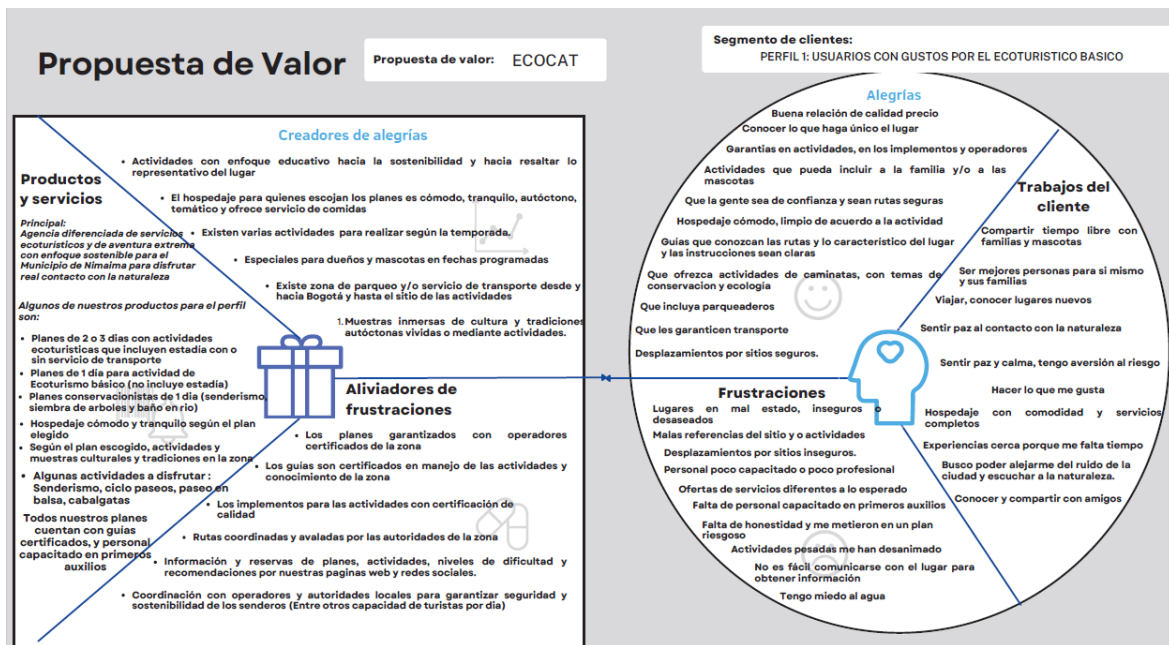
4.3. Especialización de la Propuesta de Valor por Segmento de Clientes ECOCAT



Como resultado de las entrevistas y trabajo de campo, se presenta la segunda propuesta de valor, la cual se especializó de acuerdo con las necesidades y gustos identificados. De manera resumida se indica el comportamiento del segmento y la propuesta de valor para nuestros 3 segmentos de cliente así:

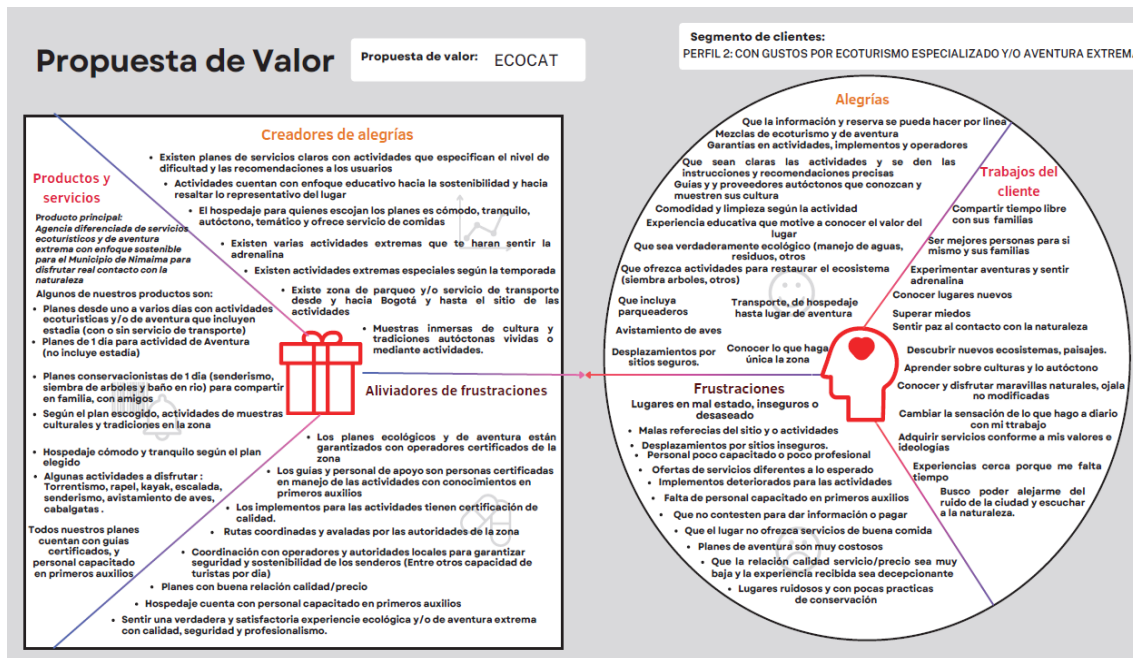
“Perfil 1: Usuarios con Gustos por el Ecoturismo Básico”, es averso al riesgo y le gustan los planes tranquilos en recorrido cortos para disfrutar la naturaleza, pero no busca un conocimiento profundo de los ecosistemas y cultura de la zona. Para este tipo de cliente nuestros planes y la **propuesta de valor es “ECOCAT-Regreso a lo natural”** (para mayor detalle Ver Anexo 3)

Figura 8-Propuesta de Valor Perfil Cliente 1-Fuente elaboración propia



El “**Perfil 2: Usuarios con Gustos por el Ecoturismo Especializado y/o de Aventura Extrema**”, muestra sus alegrías enfocadas hacia actividades ecoturísticas, de aventura extrema y/o muestra un gusto por llevar a cabo los dos tipos de actividades. Buscan nuevas aventuras, adrenalina en entornos naturales, y/o actividades ecológicas y culturales con un propósito definido. **Para este segmento nuestra propuesta de valor inicial es “ECOCAT- El placer de vivir la aventura natural, sostenible y segura”.**

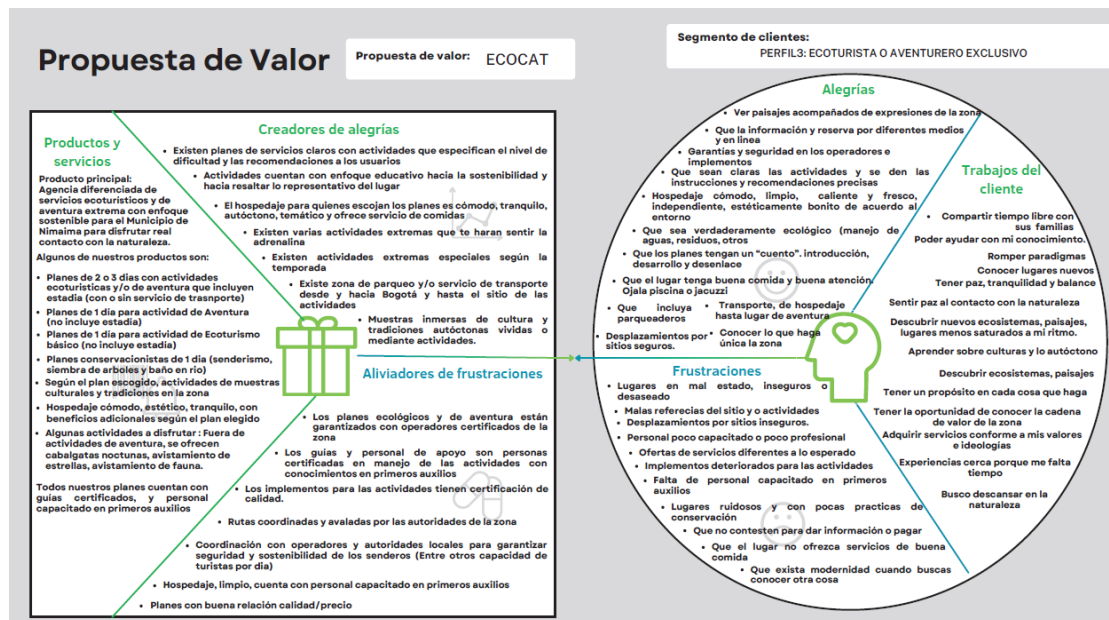
Figura 9-Propuesta de Valor Perfil Cliente 2-Fuente elaboración propia



El “**Perfil 3: Usuarios Exclusivos con Gustos por Ecoturismo y/o Aventura Extrema**”, se caracterizan por actividades ecoturísticas, y/o de aventura extrema que quieren conocer la biodiversidad de la zona y los elementos de las cadenas de valor agrícola así como la cultura de su población, identificando prácticas sostenibles y conservacionistas. Una característica especial es que quieren paz, comodidad, estar en grupos pequeños con hospedaje y atención exclusiva. **Para este segmento nuestra propuesta de valor es “Sumérgete en una experiencia naturalmente única con comodidad”.**



Figura 10-Propuesta de Valor Perfil Cliente 3-Fuente elaboración propia



Las anteriores propuestas dieron base a la presentación de un portafolio de servicio para cada segmento de cliente, el cual se puede consultar en el *Anexo_4_Portafolio de Servicios ECOCAT*.

4.4. Estudio Piloto del Mercado

Con el objetivo de evaluar la demanda inicial, confirmar las preferencias de los clientes potenciales, las necesidades del mercado e identificar la competencia y el nivel de precios, se diseña el siguiente instrumento de encuesta.

4.4.1. Definición de la Población Objetivo y Cálculo de Muestra

Teniendo en cuenta el perfil de los 3 segmentos de clientes sondeado en la primera validación del presente estudio y el nicho de los clientes que podría estar interesados en ofertas del presente proyecto de experiencias ecoturísticas y de turismo de aventura, procedemos a analizar en que población objetivo se podrían encontrar nuestros clientes.

Es así como se analizaron dos grandes grupos de clientes objetivo así:

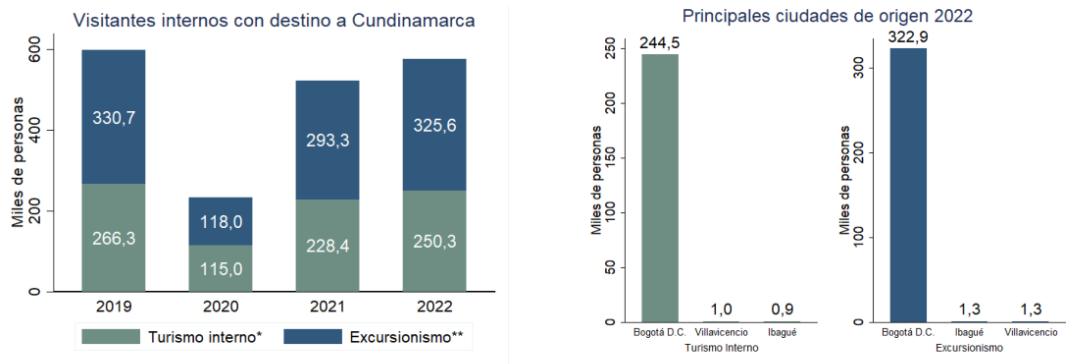


- **Grupo de Turistas Extranjeros:** Según análisis económicos y estadísticos sobre el turismo en el Departamento de Cundinamarca, la llegada de extranjeros no residentes a Cundinamarca para disfrutar de actividad turística en Cundinamarca representó al cierre del año 2023 el 0,63% del total nacional, el cual para el año 2023 representó un total de 26.511 visitantes extranjeros. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2024)

- **Grupo de Turistas Nacionales:** Según análisis económicos y estadísticos sobre el turismo en el Departamento de Cundinamarca, frente al segmento de turistas nacionales se observó que los turistas de origen desde la ciudad de Bogotá, fue la población que más visitas turísticas realizó al departamento de Cundinamarca en el año 2023 con un total para de 567,4 miles de personas, seguidas por

- Habitantes con origen de Ibagué y Villavicencio con una representación de 2600 visitantes.

Figura 11-Visitantes Internos Destino Cundinamarca.



*Turismo interno hace referencia a la población de 10 años y mayores de 10 años que viajó dentro del país y pernoctó por lo menos una noche.

**Excursionismo hace referencia a la población de 10 años y mayores de 10 años que viajó dentro del país y no pernoctó.

Fuente: DANE - Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT) 2022 - DANE: 24 principales ciudades y áreas metropolitanas.

Fuente: Perfiles Económicos Departamentales-Departamento de Cundinamarca. Ministerio de Comercio Exterior, Industria y Turismo 2024

De otra parte y teniendo en cuenta los turistas nacionales y **un estudio de oferta y demanda** del turismo en Cundinamarca realizado por la Universidad de Cundinamarca, se observaron algunas variables importantes que caracterizan la demanda de actividades



turísticas en Cundinamarca (UDEC Universidad de Cundinamarca, 2019). Es así como en relación con las variables de “Estrato versus la Actividad turística” del estudio se encontró que de los turistas que frecuentan actividades turísticas como caminatas, visitas a parques y lugares turísticos el 60,99% de los estudiados pertenecen a la clase media del estrato 3 y 4 y el 53,37% pertenece a estrato 1 y 2. Mientras que apenas el 0,58% pertenece al estrato alto de nivel 5 o más. Por otra parte, frente a las variables “Motivo de viaje versus género y edad” en lo que se refiere al ítem “Turismo por Aventura, conocer y diversión” el rango de edad representativo es de 18 a 45 años con un 68% en los

Figura 12-Población Bogotá por Sexo y Edad 2024

Población de Bogotá por sexo y edades 2024

Cifras Hogares y Personas por Genero y Estrato 2024	Hombres_18 a 45	Mujeres_18-45	TOTAL
Población por sexo y edades por grupos quinquenales	1.654.232,00	1.699.159,00	3.353.391,00
Población por sexo y edades de los estrato 1 a 4	1.423.301,21	1.461.956,40	2.885.257,62

Elaboración propia basado en datos del Visor de Población de la Secretaría Distrital de Planeación

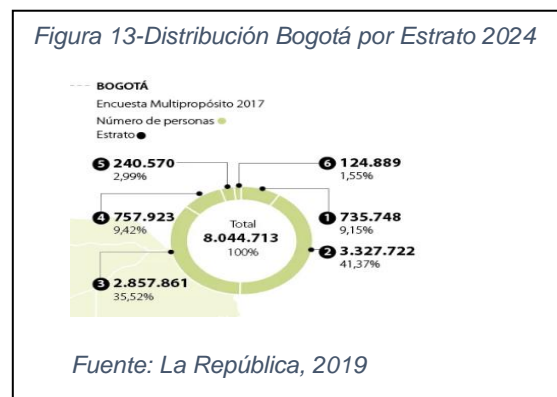
hombres y un 89% en las mujeres. (UDEC Universidad de Cundinamarca, 2019) .

Teniendo en cuenta el anterior estudio y el análisis de segmento de cliente de ECOCAT, **se considera que el presente proyecto tiene en su**

población objetivo hombres y mujeres en edades entre 18 y 45 años entre estrato 1 a 4, principalmente habitantes de origen de Bogotá. De esta forma y teniendo en

cuenta que las proyecciones de población por edad y sexo para el año 2024 (Secretaria Distrital de Planeación, 2021) se obtiene que en Bogotá existen una población de 3.353.391 habitantes entre los 18 y los 45 años, así como que la población entre el estrato 1,2,3 y 4 en Bogotá representa el

86,04% (Riaño, 2019) con lo que podemos indicar que la población total para aplicación



de la encuesta es de 2.885.258 personas, que al aplicar un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 95% nos da un tamaño de la muestra de 97 encuestas.

Conclusión de la muestra:	
Tamaño de la Población: 2.885.258 personas	Ciudad: Principalmente Bogotá y Nimaima
Estrato: desde 1 al 4	Nivel de Confianza: 95%
Sexo: Hombres y Mujeres	Margen de error: 10%
Edad: 18 a 45 años	Tamaño de muestra: 98 encuestas

4.4.2. Diseño de la Herramienta de Estudio

La encuesta que se aplicó a través de redes sociales estaba compuesta por un total de 20 preguntas, sin embargo, algunas de estas eran preguntas filtro que direccionan según la respuesta del encuestado hacia 3 secciones de preferencias del formulario. Ver instrumento en el *Anexo 5-Cuestionario de Encuesta*.

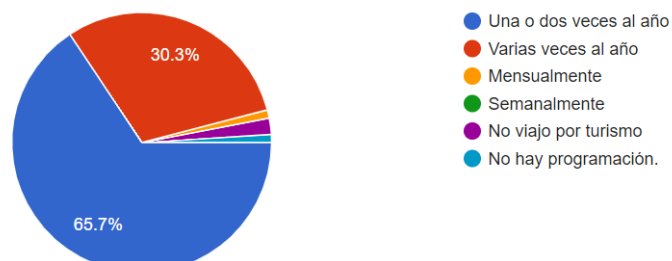
4.5. Resultados de la Medición

De la medición se obtuvieron un total de 99 encuestas de las cuales el 65,7% corresponde a mujeres y el 30,3% a hombres; localizados principalmente en Bogotá y sus alrededores (Funza, Nimaima, Soacha, Madrid, Zipaquirá, Ibagué).

Figura 14-Resultado encuesta pregunta de frecuencia

1. ¿Con qué frecuencia realiza viajes por turismo?

99 respuestas



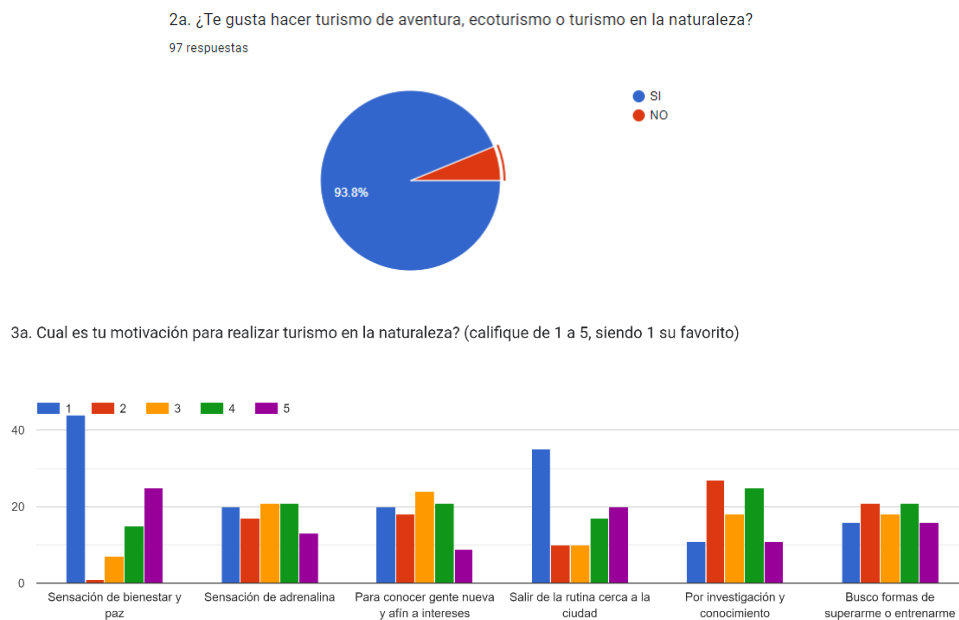
4.5.1. Resultados de Comportamiento del Consumidor

De la población encuestada y con relación a su ocupación el resultado fue que el 14,1% eran estudiantes, el 32,3% profesionales independientes, el 37,4% empleados de empresa privada y el 24,2% son empleados del sector público.

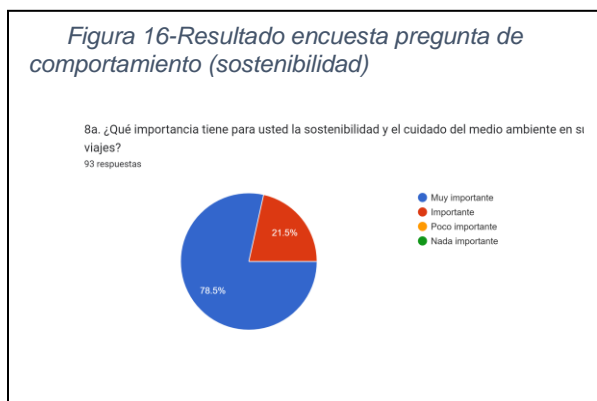


De los encuestados que les gusta el turismo, el **93,8% hace turismo en la naturaleza** y las principales motivaciones para hacer turismo en la naturaleza ordenadas según la preferencia total de los encuestados fue así: 1er. Por “*Sensación de bienestar y paz*”; 2do. Para “*Salir de la rutina cerca de la ciudad*”; 3er. Para “*Por Investigación y conocimiento*”; 4to. Por “*Conocer gente Nueva a fin a intereses*”; 5to. Por “*sensación de adrenalina*”.

Figura 15-Resultados encuesta preguntas de comportamiento consumidor (preferencias)

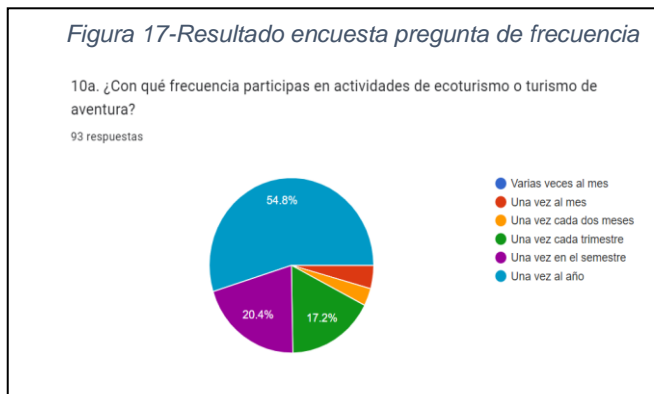


De otra parte frente a la importancia que tiene la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente, el 78,5% manifestó que es “muy importante” mientras que el otro 21,5% de los encuestados manifestó que es “importante” lo que ratifica la conciencia del segmento de clientes.



La época preferida del año para viajar a hacer ecoturismo es fines de semana con puente (46,2%); luego en vacaciones con un 43% y luego en fines de semana de dos días (38%).

4.5.2. Comportamiento del Mercado Objetivo



Las respuestas a preguntas de los clientes que les gusta el turismo de naturaleza nos dan la pauta para analizar los atributos mínimos que debe tener producto, la frecuencia esperada del servicio, las posibles proyecciones de

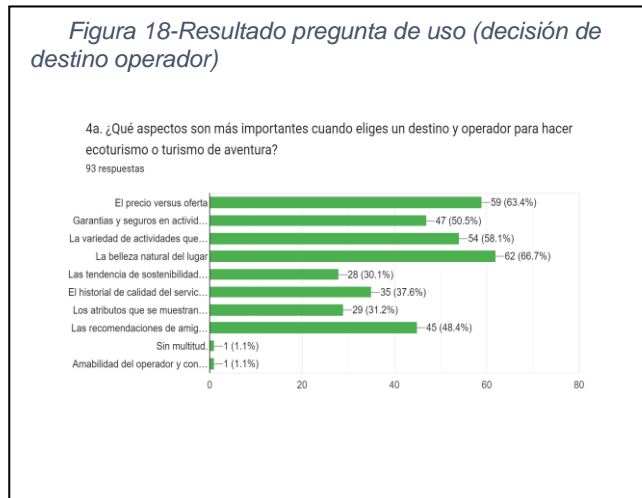
clientes. Es así como en cuanto a la frecuencia de viaje por turismo en general el 66,3% indica que viaja una o dos veces al año y un 29,6% de los encuestados viaja varias veces al año. Sin embargo en la pregunta específica de frecuencia de participación en actividades de naturaleza, el 54,8% indica que viaja una vez al año, el 20,4% va cada semestre, el 17,2% acude cada trimestre, el 3,2% acude cada bimestre y solo el 4,3% acude de manera mensual.

Por el lado, las preferencias de los encuestados demuestran que el 65,6% prefiere ir a hacer turismo de naturaleza con su familia, el 56,9% con amigos y el 46,2% con pareja.

En cuanto a los aspectos más importantes para elegir destino y operador se encuentra que, como primer atributo los encuestados seleccionaron “*la belleza del lugar*”, luego “*el precio vrs la oferta*” y en tercer lugar “*la variedad de actividades*”. (Figura 18)



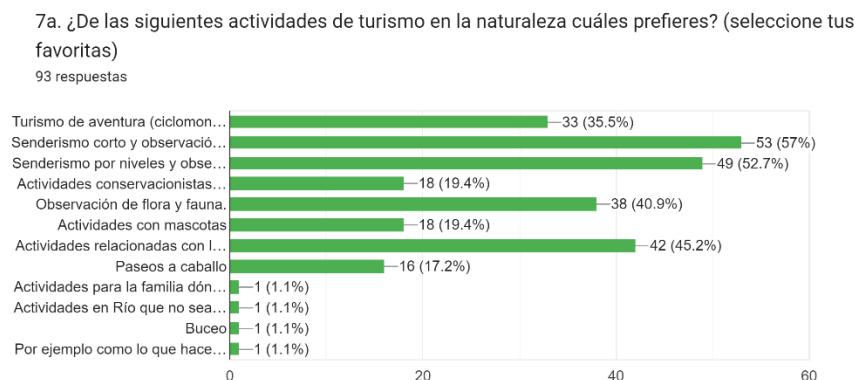
En cuanto a los canales y medios de publicidad preferidos el que ocupa el primer lugar es Instagram (58,1% de preferencia), luego por correo electrónico (37,6% de preferencia) y en tercer lugar mediante Facebook (26,9% de preferencia). No obstante como



herramientas de búsqueda para este tipo de planes llama la atención que el 74,2% escogió *“las recomendaciones de los amigos”* como la forma preferida, y luego las *“recomendaciones de redes sociales”* con un 67,7%, lo que denota que es de vital importancia la imagen del servicio para generar recompra.

Las actividades preferidas en la naturaleza son el *“senderismo corto y de observación”* con un 57% y el *“senderismo por niveles”* con un 52,7%. Mientras que el 45,2% prefiere *“actividades relacionadas con la cultura y tradición”*, el 40,9% disfruta de *“observación de flora y fauna”* y el 35,5% prefiere el *“turismo de aventura”*.

Figura 19-Resultado pregunta de uso (actividades en la naturaleza)

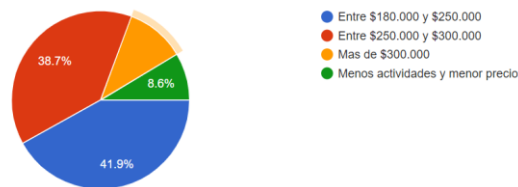


En relación con el precio dispuesto a pagar por un servicio de pasadía con 5 actividades en la naturaleza con garantías, seguro, guías expertos refrigerio y almuerzo, el 41,9% manifiesto estar dispuesto a pagar entre \$180.000 y \$250.000 y el 38,7% entre \$250.000 y \$300.000, el 10,8% pagaría *más de \$300.000 pesos* y tan solo un 8,6% del total de encuestados manifestó querer *pagar menor precio por menos actividades*. Lo que nos permitiría deducir que el servicio está en los rangos de precio correcto con un pequeño margen para su incremento.

Figura 20- Resultado pregunta de Precio (paquete pasadía)

9a. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un servicio de ecoturismo o turismo de aventura en pasadía, que te ofrecieran 5 actividades en naturaleza, seguro medico, primeros auxilios, equipos y guías expertos, transporte interno, refrigerio y almuerzo?

93 respuestas

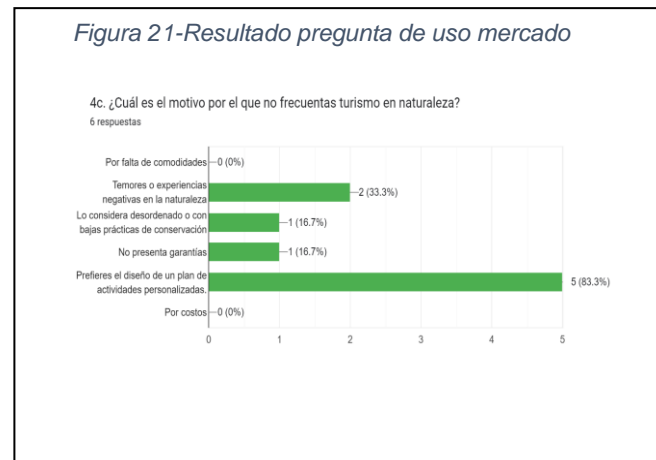


4.5.3. Demanda Potencial

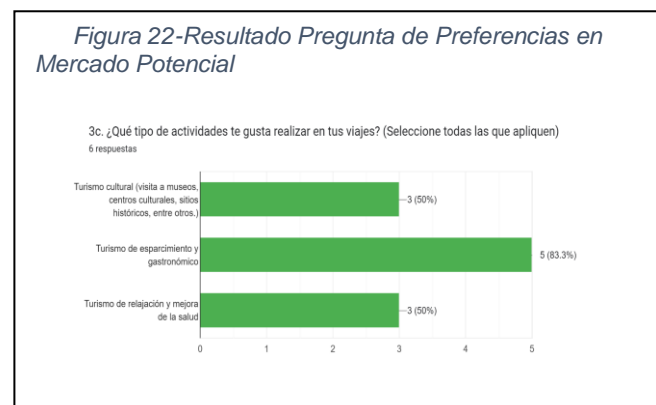
El cuestionario tenía preguntas filtro para captar aquellos usuarios que no disfrutaban del turismo de naturaleza, a quienes podríamos considerar en un futuro como mercado potencial, de allí salieron los siguientes resultados:



El 6,3% indicó que no le gusta hacer turismo de aventura o ecoturismo. En cuanto al motivo para no practicar turismo en naturaleza, de ese 6,3% el 83% indica que *“prefiere el diseño de un plan de actividades personalizadas”* y el 33% manifiesta *“Temores o experiencias negativas en naturaleza”*.



Frente a las preferencias de este segmento (6,3% del total de población) un 83% de preferencia demuestran que le gusta como primera opción el *“turismo de esparcimiento y gastronómico”* y como segunda opción con el 50% indicaron que les agrada el *“turismo de relajación y mejora de la salud”* y *“el Turismo cultural” (museos y culturales, sitios históricos)*.



Así mismo según sus respuestas les motivaría que *ofrecieran un buen hotel glamping* (66,7%) de preferencia; que ofrezcan *seguridades y garantías* (50%) y *actividades de relajación* (50%). Se observó que el último factor a considerar en esta pregunta fue el precio.

A la pregunta de cuanto gasta en promedio en un viaje por una semana para él y su acompañante, el 50% de los encuestados respondió que gasta en el *rango entre 2.000.000 a 4.000.000 millones* y el otro 50% del segmento *entre \$200.000 y \$2.000.000*.



4.5.4. Atributos Adicionales a la Oferta Existente

Se hicieron preguntas abiertas con el fin de conocer las expectativas adicionales en el ecoturismo y turismo de aventura a fin de contemplar futuros atributos de mejora.

Los resultados fueron:

Ante los servicios adicionales a los existentes, los encuestados manifestaron querer, *variedad y seguridad; meditación; el todo incluido; fondos en apoyo a fundaciones de animales; menú vegano; permitan ingreso de mascotas; la opción de arma tu plan; actividades por edades y condición física*. No obstante lo anterior, varios mencionaron que la encuesta muestra un plan muy completo.

Frente a aspectos de sostenibilidad implementados, consideran importante que una empresa de este tipo tenga lo siguiente: *Evidencia de lo que se hace para cuidar la naturaleza; reducción de huella ecológica; sensibilización de turistas; participación de comunidad; promoción de la conservación; uso responsable de recursos; certificaciones y estándares; licencia al día; prácticas como reciclaje, huertas, alimentos orgánicos; tener procesos digitales; reinversión de ganancias en los guías, personal de la región y planes de mitigación de impactos; política de huella de carbono y un programa de gestión ambiental para bien de la comunidad; sistema para aprovechamiento y reutilización del agua y paneles solares al menos en zonas comunes; personas a cargo con los conocimientos en aspectos ecológicos; transporte verde.*

4.5.5. Participación del Mercado

El cuestionario y las respuestas de los encuestados nos dio información sobre la competencia así:

En relación con que si ha utilizado servicios ecoturismo o de aventura en Cundinamarca, el 57% de los encuestados dijo que "SI". Frente a que empresas de ecoturismo y de aventura recuerda y podría recomendar indican las siguientes:



Tabla 10- Resultado pregunta recordación competencia y atributos

Empresa	Justificación de encuestados
Roadtrip	Excelente atención, excelentes guías y actividades, ofrecen mucha seguridad en todo momento. Servicio puerta a puerta, condiciones claras y variedad de actividades tranquilas. Excelentes hospedajes y a muy buen precio.
Caja de compensación	Es confiable, normalmente se contacta las existentes en el lugar.
Aventura extrema	Me gusta el servicio versus precio que ofrecen.

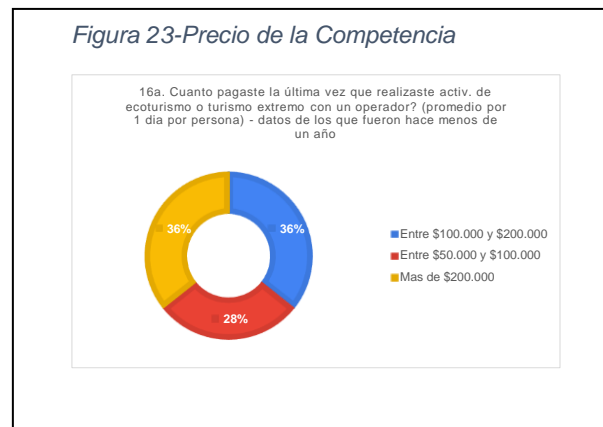
Otros nombres de empresas recordadas, pero sin justificación fueron:

Tabla 11- Resultado pregunta recordación competencia sin atributos

Eco Aventuras	Dosis Verde	Panche/ Turismo en bici
Huila Extremo	Fallabela	Terratour
Aventureros	Destino Paraíso	Tototour
All reps	Awake	Corpochingaza
Adrenatura	EcoTrip	Cocotera
	Roadtrip	Amigos de la Montaña

De los encuestados que contestaron que habían contratado planes durante el último año o hace uno o dos meses, que corresponde al 35% de los encuestados, al preguntarles por los precios pagados

indicaron que pagaron *entre \$100.000 mil y \$200.000 mil pesos* por un pasadía por persona (36%) y *pagaron más de \$200.000* (el 36%). Del total de encuestados que pagaron hace menos de un año el 57% indica que *el precio incluía almuerzo* y el 42% indica que *no incluía almuerzo*.



En cuanto a la satisfacción de los servicios de las empresas que ofrecen ecoturismo o turismo de aventura en Cundinamarca el 56,4% contesto estar *“Satisfecho”* y solo un 28,2% de los encuestados contestaron estar *“Muy satisfecho”* y solo el 5,1% contesto *“Poco Satisfecho”*. Al preguntarles que aspecto se pueden mejorar indican en



primer lugar “*mayor variedad de actividades*” y en segundo lugar “*mayor educación ambiental para los turistas*” y tercero “*gastronomía con productos de la región y recetas tradicionales*”.

4.5.6. Oportunidades y Riesgos del Mercado

Según los resultados de la encuesta y de los análisis realizados en los capítulos anteriores se reconocen oportunidades y riesgos así:

Tabla 12 - Oportunidades y Riesgos

OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidad del cliente a opciones sostenibles. • Alto porcentaje de gusto en planes de naturaleza cerca de la ciudad. • Los clientes se ven más inclinados hacia actividades de ecoturismo que a la adrenalina. • El modelo sostenible permite iniciar con la meta de certificarse en procesos sostenibles. • La acreditación como modelo sostenible puede abrir muchas puertas para la empresa. • El municipio está interesado en apoyar emprendedores con lo que puede acceder a beneficios. • Las políticas públicas y compromisos internacionales en ODS hacen propicio el emprendimiento de negocios sostenibles. • Nimaima se ha convertido en lugar de variadas actividades deportivas con promoción de programas de televisión, lo que ha aumentado el número de visitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los costos para realizar una infraestructura ecosostenible pueden incrementar la inversión inicial. • El parque de aventura municipal puede retrasar su entrada con lo que se disminuye los beneficios de tenerlo como socio y/o cliente del proyecto. • La baja infraestructura y el manejo de aguas residuales municipales puede afectar en la evaluación de impactos del proyecto. • La informalidad de la competencia en Tobia puede afectar la propuesta sostenible. • Los costos por transporte pueden afectar el valor de los planes e insumos. • La entrada en vigor de la ley 2277 y 2232 de plásticos de un solo uso y emisión de carbono podrán afectar los costos de los insumos. • El aumento de impuesto y la baja de expectativas de crecimiento económico de los hogares puede generar dificultad a la oferta.



<ul style="list-style-type: none"> • En caso de disminución de ingreso de los hogares, el ecoturismo puede convertirse en un sustituto de opciones más costosas. 	<ul style="list-style-type: none"> • La temporada es principalmente fines de semana y solo el 4,3% acude mensualmente y el 17,4% trimestralmente, por lo que se debe revisar la proyección de ventas. • El cambio climático y la época de lluvias puede generar dificultades en la zona, por lo que se deben hacer planes de contingencia para el servicio.
---	---

Para la gestión del riesgo se plantea el ejercicio de mapa de riesgo y matriz de riesgo y medidas de mitigación que se puede ver en el Capítulo 7 de aspectos organizacionales.

4.5.7. Estimación de la Demanda Local Específica

Tomando en consideración las cifras de turismo para Cundinamarca publicadas en el Informe de Perfiles Económicos de enero del 2024 (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2024); las cifras de los Puntos de Información Turística (PIT) publicadas por el IDECUT para el Departamento de Cundinamarca y sus provincias³, así como los resultados de preferencias de la encuesta de Turismo de Naturaleza analizadas en el presente capítulo se realiza la estimación de la demanda del proyecto tomando los datos así:

- Al departamento de Cundinamarca llegó el 0,63% de turistas extranjeros lo que equivale a 16.702 extranjeros (total extranjeros 26.511).

- En el 2023 llegaron a Cundinamarca 570.000 turistas de origen nacional principalmente desde Bogotá y en menor porcentaje desde Ibagué y Villavicencio (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2024) .

³ Provincias de Cundinamarca: Además de los municipios, por temas administrativos la región se divide en 15 provincias así: Almeidas, Alto Magdalena, Bajo Magdalena, Gualivá, Guavio, Magdalena Centro, Medina, Oriente, Rionegro, Sabana Centro, Sabana Occidente, Soacha, Sumapaz, Tequendama y Ubaté. Nimaima se encuentra ubicada dentro de la provincia o región del Gualivá.



- Con base en la información trimestral de los PIT (Puntos de Información Turística) y su desagregado por provincias, se identifica que **para el año 2023 a la región del Gualivá llegó en promedio el 15% de los visitantes del departamento de Cundinamarca** principalmente a la Vega, Nimaima y Villeta (IDECUT, 2024), **con lo que se estima que a Nimaima llegó en promedio el 8%** de los turistas del departamento.

Tabla 13-Número de Visitantes a los PIT de la Región del Gualivá en Cundinamarca año 2023

Periodo	Turistas que llegaron a Cundinamarca	Turistas Region Gualiva (Villeta y Nimaima)	% de Participacion de la del Gualiva
Primer Trimestre	7470	562	7,52%
Segundo Trimestre	9317	1530	16,42%
Tercer Trimestr	10239	1795	17,53%
Cuarto Trimestre	10239	1724	16,84%
TOTAL	37265	5611	14,58%

Fuente: Cifras basadas en los boletines de turismo trimestral # 8,9,10 y 11 de IDECUT año 2023

- Para hallar la demanda total de turismo de naturaleza y aventura en Nimaima se toman las cifras departamentales de turismo del Ministerio de Industria y Comercio para el año 2023 y los resultados de preferencia de la encuesta anteriormente analizada que indicó que el 93,8% de los encuestados prefiere el turismo de naturaleza (Figura 15). De esta forma **se pudo estimar que la cantidad de turistas de naturaleza y aventura en Nimaima para el 2023 fue de 44.206 turistas**, tal y como lo indican los cálculos de la tabla 14.

Tabla 14-Demanda de Turismo de Naturaleza en Nimaima 2023

Turistas Destino Cundinamarca/ Origen	Total turistas en Cundinamarca	Turistas Región del Gualiva 2023 (15% de Cund.)	Turistas Nimaima 2023 (8% de Cund.)	Turistas Nimaima que acuden a activ. de ecoturismo y aventura (93,8%)
Turistas Extranjeros (0,63% de extranjeros a nivel nacional)	16.702	2.505	1.336	1.253
Turistas Nacionales (Origen Bogotá)	567.400	85.110	45.392	42.578
Turistas Nacionales (Otro origen)	2.600	390	208	195
TOTALES	586.702	88.005	46.936	44.026

Fuente: Elaboración propia. Cifras basadas en Perfiles Económicos Departamentales del Ministerio de Comercio Industria y Turismo con información de Migración Colombia y DANE año 2023 y porcentajes para el Gualiva basado en boletines de turismo #8,9,10,11 del IDECUT



4.5.7.1. Demanda por Frecuencia del Servicio:

Por otra parte y teniendo en cuenta el porcentaje de respuestas de frecuencia en turismo de naturaleza de la encuesta (Figura 17-Resultado pregunta frecuencia) se consideró pertinente calcular la demanda del 2023 por frecuencia de visitas tal como se indica en la *tabla No. 15 Demanda de turismo por frecuencias 2023*. Es así como se considera que los usuarios que respondieron que acuden de forma mensual, bimestral y trimestral son la demanda periódica, mientras que los que respondieron que frecuentan el turismo de naturaleza de forma semestral y anual pueden ser considerados como parte de la demanda estacional.

Tabla 15-Demanda turismo de naturaleza 2023 por frecuencia de visitas

Frecuencia de la Actividad	Turistas de Naturaleza	DEMANDA
Mensual (4,3%)	1893	1893
Bimestral (3,2%)	1409	1409
Trimestral (17,2%)	7572	7572
Demanda periódica 2023		10874
Semestral (20,4%)	8981	8981
Anual (54,8%)	24126	24126
Demanda estacional 2023		33108

Fuente: Elaboración propia basada en resultados de encuesta y en cifras totales de demanda del Ministerio de Comercio Industria y Turismo 2023

4.5.7.2. Preferencias de la Demanda por Precio:

Los resultados de la encuesta de oferta ecoturística analizada en el presente capítulo nos proporcionan información valiosa sobre el precio que estarían dispuestos a pagar los turistas por un plan de ecoturismo por pasadía que incluye 5 actividades, seguro médico, primeros auxilios, equipos y guías expertos, transporte interno, refrigerio y almuerzo para 1 día por persona (Figura 20), lo que nos hace concluir que el servicio en estas condiciones puede oscilar entre \$180.000 y \$300.000.



5. Estrategia y Plan de Introducción al Mercado

El presente capítulo evidencia las estrategias planeadas para introducir de manera exitosa al mercado la propuesta de turismo sostenible presentada por ECOCAT. Estas a su vez permitirán obtener los objetivos empresariales propuestos, dentro de los cuales podemos señalar como objetivos principales: El consolidar la imagen de ECOCAT a nivel nacional e internacional como una de las empresas de turismo sostenible, que ofrece experiencias transformadoras en la naturaleza y que está comprometida con el desarrollo de la región; El desarrollar un modelo de negocio sostenible y rentable que responda a las necesidades y expectativas de sus inversionistas, aliados y comunidad; Obtener el reconocimiento y el posicionamiento comercial para una propuesta de experiencias ecoturísticas transformadoras y diferenciales en la región.

Las estrategias aquí indicadas tienen en cuenta tanto la investigación y análisis del sector como la validación y del estudio del mercado, tomando en cuenta las experiencias, necesidades, opiniones de los clientes, la competencia del mercado y las experiencias de operadores similares como las características y problemáticas propias de la zona y los principios de sostenibilidad integral y el ciclo de vida del turismo en la naturaleza.

De otra parte, es importante mencionar que el presente plan de negocios se visualiza en dos etapas, en el presente capítulo se indica las estrategias diseñadas para su primera etapa de operación⁴ (primeros 5 años).

5.1. Factores Fundamentales de Planeación y Estrategia:

⁴ Etapas ECOCAT: En la primera etapa se ofrecerán de forma directa los servicios de ecoturismo y se subcontratarán los servicios de alimentación y hospedaje; En la segunda etapa, se pretende incursionar en el ofrecimiento directo de los servicios de hospedaje.



Tomando en cuenta tanto los resultados del estudio de mercados para el presente plan de negocios, así como las experiencias y los factores que Costa Rica ha implementado como país en la cual su estrategia lo ha convertido en líder de ecoturismo en América latina (Gutierrez, 2021). Es por esto que planteamos los siguientes factores fundamentales para diseñar la planeación y las estrategias de ECOCAT, concibiéndolas como factores orientadores fundamentales que resumen los cimientos de nuestra propuesta.

Figura 24-Factores Fundamentales de Planeación y Estrategia ECOCAT



En razón a que ECOCAT ofrecerá servicios y es un producto nuevo, se tendrán en cuenta las recomendaciones que sugiere Miguel Santesmases en su libro de marketing, en cuanto a que para desarrollar las estrategias de marketing para servicios se deberán concretan en las siguientes acciones: 1. Tangibilizar el servicio; 2. Identificar el servicio; 3. Fijar el precio en función del valor percibido; 4. Realizar venta cruzada; 5. Utilizar medios de promoción personal; 6. Diferenciar por calidad; 7. Crear imagen corporativa; 8. Industrialización del servicio; 9. Singularización del servicio; 10. Contrarrestar la naturaleza perecedera de los servicios. (Santesmases Mestre, 2015)



Figura 25-Estrategia de Marketing para Servicios



Fuente: Elaboración propia basado en Santesmases Mestre, M. (2015), Marketing: conceptos y Estrategias.

5.2. Objetivos de Mercadeo:

ECOCAT en su primera etapa pretende:

- Lograr duplicar el nivel de ventas en sus primeros 5 años en el mercado de turismo en la región, mediante estrategia de ventas, estrategia de medios, mediante innovación, servicio y calidad.

- Aumentar en un 5% el porcentaje de frecuencia de visitantes en los primeros dos años mediante publicidad e incentivos al personal interno. (frecuencia con base en resultados de encuesta de mercados)

- Construir una imagen de un equipo empresarial que ofrece experiencias en la naturaleza con calidad, compromiso, garantía y sostenibilidad.



- Establecer modelos de alianzas con proveedores, aliados y socios que permitan incrementar los ingresos por servicios ecoturísticos.
- Establecer estrategia de medios y publicidad que no solo dé a conocer los servicios de la empresa, sino que se convierta en un canal bilateral del mercado.
- Organizar y construir un modelo de negocio de sostenibilidad integral que pueda ser certificado en su categoría de turismo natural.
- Mantener propuestas de servicio innovadoras para los clientes, teniendo en cuenta los principios y diseños de economía circular y la creación de una cultura estable del turismo de naturaleza.

5.3. Estrategia de Mercadeo:

La estrategia de mercadeo de ECOCAT de acuerdo con sus factores fundamentales de planeación y gestión de la figura 24 es:

- Implementar un modelo de marketing llamativo y unos canales de comunicación amigables con los clientes.
- Diseñar campañas publicitarias de impacto para medios ofreciendo los servicios ecoturístico y tips y consejos de economía circular que construyen experiencias de calidad.
- A través de las redes realizar seguimiento y monitoreo de medios que proporcionen información de gustos y tendencias relacionadas.
- Motivar con incentivos y comisiones a los guías contratados en la empresa para ofrecer y traer los clientes ofreciendo los servicios de la empresa.
- Generar programas de descuentos por referidos para que clientes satisfechos traigan nuevos clientes.
- Diseñar de campañas que exalten fuera de su diversidad ambiental, la autenticidad, la riqueza cultural y gastronómica de la zona y el apoyo a grupos de interés.



5.4. Estrategias de Producto:

- Acreditarse y certificarse como una empresa turística con procesos sostenibles.
- Generar recordación de marca como una empresa ecoturística integralmente sostenible que ofrece servicios de aventura, diversión y conocimiento con compromiso, calidad y garantías.
- Ofrecer los servicios de turismo sostenible resaltando la propuesta de valor como experiencia transformadora, con compromiso con la calidad, profesionalismo y garantías.
- Brindar a nuestros clientes tanto planes ecoturísticos y de aventura estándar como de campaña o temporada, para lo cual se deberán estructurar procesos de seguimiento al mercado y procesos de innovación y diseño.
- Los planes turísticos especializados de ecoturismo serán dirigidos y acompañados por expertos profesionales y tendrán los equipos de observación idóneos para la experiencia.
- Contratar personal de la región para los servicios de alimentación, hospedaje y cultura autóctona, así como promover los platos autóctonos con productos de la región como estrategia de sostenibilidad y progreso para la región.

5.5. Estrategias de Servicio:

- Mantener canales de comunicación para suministrar información a los clientes (redes sociales, teléfono, correos electrónicos, página web).
- Capacitar constantemente al personal en técnicas de sostenibilidad ambiental, en primeros auxilios, en atención y servicio al cliente que permitan cumplir con la promesa de venta.
- Mantener un sistema periódico de capacitación y búsqueda de mejores prácticas para el personal interno y la sensibilización y educación de los clientes.



- Mantener bases de datos autorizadas por los clientes para ofrecerles cortesías y detalles en épocas especiales.

5.6. Estrategias de Distribución:

- ECOCAT ofrecerá información y venta a través de su página web, en la cual el cliente puede consultar los planes y actividades a disfrutar y en donde puede comunicarse con un asesor web para pedir asesoría o conectarse a la página segura de pagos para realizar sus pagos o abonos.

- Existirán cuentas de ECOCAT en redes sociales y usuario y canal en WhatsApp que junto con la opción de atención telefónica directa, serán medios importantes que permitirá la comunicación y el suministro de la información y reserva de los planes.

- Venta a través de los guías o personal interno quienes estarán capacitados para orientar a los clientes según sus necesidades.

- Periódicamente se realizarán investigaciones para diseñar estrategias de producto y de publicidad que posicionen nuestras páginas en los primeros espacios web.

- Una vez consolidado y probado el modelo con la capacidad interna, ofrecer propuestas de servicio a cajas de compensación.

5.7. Estrategias de Precio – Modelo de Ingreso

Para desarrollar la estrategia de precios para la empresa, la cual es fundamental para obtener los objetivos de mercado se tuvo en cuenta los factores fundamentales de estrategia de ECOCAT de la figura 24 y el análisis de los factores condicionantes del precio que nos sugiere Santesmases en su libro de Marketing; conceptos y estrategias, para fijación de precios de servicios (Figura 26).

El análisis y detalle de estos factores contemplados para la empresa ECOCAT se puede ver en el anexo 11



Figura 26-Factores condicionantes del precio



Fuente: Santesmases, Miguel; Marketing: conceptos y estrategias, 2012

Es por esto por lo que teniendo en cuenta los factores condicionantes del precio analizado, el análisis del perfil del cliente explicado en capítulo 4 y los factores fundamentales de planeación ECOCAT, se descubre que la elasticidad precio de la demanda es inelástica, lo que indica una baja susceptibilidad de la demanda ante cambios en los precios. Así como que los servicios de ecoturismo en Nimaima se encuentran en la Etapa 3 - Desarrollo del ciclo de vida de los destinos turísticos CVDT de la teoría Richard Butler que se explica en el capítulo 9 de sostenibilidad. Lo que hace que los precios estén relativamente estables.

Es así que la estrategia de precios se orienta principalmente hacia una estrategia de demanda enfocada en la segmentación del turista, en la cual se saca para todos los planes un modelo de precios base que arranca desde el precio del método del coste más un margen (Santesmases Mestre, 2015) hallando los costos de cada paquete ofrecido agregando un margen de utilidad de acuerdo con las características propias de la experiencia turística y de cada segmento de cliente.



Para los planes de aventura y ecoturismo de los perfiles de cliente 1 y 2 y especialmente pasadías se prevén el manejo de los márgenes analizando los precios de la competencia y luego ajustando los mismos con métodos de diferenciación por precio resaltando que en nuestra propuesta se ofrecen mayores seguridades, garantías, exclusividad, practicas sostenibles, certificaciones y otros atributos (figura 24).

De otra parte, los planes para el segmento de clientes ecoturistas o aventurero exclusivo (perfil 3) los planes suelen involucrar costos más altos por hospedaje, transporte y guías especializados. Según los análisis, este perfil de cliente está dispuesto a pagar por exclusividad y confort, lo permitiría mejor margen de utilidad. No obstante, en la etapa inicial de ECOCAT se proyecta obtener un menor margen de utilidad en estos planes, con el fin de atraer a este segmento de clientes, y una vez se perfeccione y sea conocido el servicio por el público, se podrá usar "la estrategia del valor percibido" (Santesmases Mestre, 2015) en el que el precio estará en función del valor que atribuyan los clientes a nuestra propuesta diferenciada para ellos y el margen para esos planes podrá ser mayor.

Finalmente y como resultado del estudio de mercado en el que se logró establecer cuáles son los periodos de estacionalidad y de menor demanda, se podrán implementar "estrategias de precios dinámicos" (Soloagentes, 2024) donde se pueden ofrecer descuentos y promociones especiales para dinamizar las ventas.

5.7.1. Análisis Comparativo de Precios de Mercado:

Como complemento a la definición de la estrategia de precios y teniendo en cuenta los resultados de la encuesta analizados en el capítulo 4 de validación e investigación de mercado (ver numeral 4.5.5. *Participación del mercado*) se observa que el 35% de los encuestados respondió haber pagado entre \$100.000 mil y \$200.000 mil pesos por un plan de pasadía por persona, y el (36%) pagaron más de \$200.000. Igualmente, teniendo



en cuenta el análisis de la competencia directa en Nimaima (*tabla 7. Mapeo de la Competencia en la Cabecera de Nimaima*), se verifica que el precio promedio de mercado por un plan de pasadía solo para servicios de aventura extrema es de \$175.000 y no es común que existan ofertas ecoturísticas de otro tipo; Solo el Cairo Reserva Natural promociona actividad de senderismo ecológico, pero se hace en el mismo lugar de hospedaje de camping (1km de recorrido). De otra parte, el valor de mercado para un plan para fin de semana oscila entre \$250.000 y 380.000 por persona e incluye solo desayuno. Comparativamente, en ECOCAT por servicios similares de pasadía para un plan de aventura extrema el precio será en promedio de \$190.000 persona con actividades adicionales de conservacionismo y ecología, guías certificados y personal conocedor de primeros auxilios, superando solo en un 8,6 % el precio promedio del mercado; De otra parte los planes de fin de semana, oscilaran entre \$400.000 hasta \$940.000 pesos por persona con todas las comidas en lo cuales se encontraran además de los guías servicios que incluyen orientación de profesionales ambientales a elección, actividades de cultura local y hospedajes de lujo ecoturístico en la zona (perfiles de cliente 3 ecoturista o aventurero exclusivo).

5.8. Estrategias de Comunicación y Promoción

Teniendo en cuenta que la empresa de ecoturismo ha logrado establecer unas características marcadas, se plantea una estrategia de comunicación y promoción destacando los puntos de diferenciación claves sí:

- Desarrollo de identidad y posicionamiento: Como complemento al nombre, se desarrollará el logo y eslogan orientados a la propuesta de valor para cada segmento de clientes. De igual forma se analizarán los segmentos de mercado y perfiles de turista para desarrollar publicidad y canales de comunicación acordes a sus características propias.



- Como estrategia de posicionamiento se hará énfasis en los elementos distintivos de diferenciación frente a otras propuestas de la región.

- Desarrollo de Storytelling: Se creará una narrativa que conecte a la audiencia con la historia de ECOCAT, los valores detrás de cada experiencia y el impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente.

- Imagen e identificación: Es importante que desde el inicio se den a conocer los productos al público identificando con una imagen que simbolice la esencia del servicio.

Para lo pertinente se sugiere el siguiente logo

Figura 27-Logo e Imagen publicitaria



5.8.1. Canales de Comunicación:

Manejo de redes sociales:

- Creación de perfiles atractivos en plataformas como Instagram, Facebook y TikTok.
- Contenido visual de alta calidad: fotografías y videos que muestren la belleza natural, las actividades, la cultura local y el equipo humano.
- Historias interactivas: Involucrar a la audiencia con encuestas, preguntas y desafíos relacionados con la sostenibilidad.

Sitio web:

- Diseño intuitivo y amigable de página web y blog adaptado también a dispositivos móviles.



- Información detallada sobre los destinos, actividades, alojamiento y políticas de sostenibilidad.

- Diseño de página Blog: Publicaciones regulares sobre temas relacionados con el ecoturismo, la conservación y la cultura local.

Marketing de contenidos:

- Creación de guías de viaje personalizadas y detalladas para cada destino.

- Webinars y talleres online sobre prácticas sostenibles en el turismo. (una vez se inicie la acreditación o certificación)

Email marketing:

- Construcción de una base de datos de suscriptores y envío de newsletters con ofertas exclusivas, noticias y contenido relevante. (una vez esté acreditada o certificación)

Experiencias personalizadas:

- Ofrecimiento de paquetes turísticos especiales a la medida que se adapten a los intereses y necesidades del cliente.

- Creación de experiencias únicas que conecten a los viajeros con la naturaleza y la cultura local.

Relaciones públicas y eventos:

- Comunicados de Prensa: Difusión de noticias sobre la empresa. (una vez se inicie la acreditación o certificación)

- Eventos y Ferias: Participación en eventos relacionados con el turismo sostenible y la conservación del medio ambiente.



○ Colaboraciones con otras Empresas y aliados estratégicos que compartan los mismos valores.

5.8.2. Estrategias de Promoción:

- **Ofertas especiales:** Desarrollo de promociones atractivas para atraer a nuevos clientes y recompensar a los leales.
- **Programas de fidelización:** Creación de programas que incentiven a los clientes a regresar y recomendar la empresa.
- **Alianzas estratégicas:** Colaborar con otras empresas del sector turístico para ofrecer paquetes combinados y ampliar el alcance.
- **Campañas de Contenidos:** Creación de serie de videos cortos y atractivos para redes sociales que muestren la belleza de los destinos y las actividades ecoturísticas.
- **Publicidad online:** Utilizar plataformas como Google ADS y redes sociales para llegar a un público más amplio.

Medición y optimización:

Tanto para los canales de comunicación como para las estrategias de promoción es clave usar metas y optimización con indicadores KPI de campañas, análisis de datos y medición de resultados.

5.9. Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo.

El mix de marketing que involucra precio, producto, plaza para la presente empresa es de suma importancia ya que como se ha explicado apunta a crear una estrategia diferencial en la zona. Es por esto y en razón a que es una empresa nueva en el mercado del ecoturismo, que se define un presupuesto para estrategias de mercadeo superior al que suelen invertir empresas similares, enfocado en publicidad y manejo de redes con el fin de dar a conocer y posicionar los servicios en el corto y mediano plazo.



En esta estrategia y debido al acelerado cambio de las tendencias sociales, es necesario realizar mediciones y monitoreo permanente y con base los resultados ajustar lo que sea necesario. Una vez se logre consolidar un posicionamiento en un nicho diferencial y mantener una buena estrategia de mercadeo, podríamos estar hablando de la creación de una ventaja competitiva para ECOCAT. El resumen del presupuesto de mercadeo se resume en su primer año así:

Tabla 16- Presupuesto de Marketing Mix

CONCEPTO	COSTO BASE	INVERSION 1ER AÑO
Diseño y gestión de página web Pagina web 4-5 pestañas/ blog imágenes ilimitadas; Diseño responsive para celulares; Indexaciones en Google-Yahoo-Bing; Hosting, dominio y certificado SSL incluidos; enlaces a redes sociales (servicio 1 vez)	1.500.000,00	1.500.000,00
Tienda virtual y pasarelas de pago Plataformas de pagos o pasarelas de pagos (Pay U; Paypal); Indexación de productos con sus imágenes y descripción; Diseño responsive para celulares; Correo corporativo; hosting y dominio; Diseño y funcionamiento de páginas web, redes sociales y blog. (servicio mensual para todo el año)	865.000,00	10.380.000,00
Gestión en redes sociales (Community Manager) Paquetes administración de redes sociales (medio); Generación de contenidos: Diseño gráfico de post y textos; Creación de stories o reets; post de video; Optimización de historias destacadas y de perfiles en redes sociales; Publicidad en redes sociales (creación de campañas con objetivos); Actualización en web: artículos publicados en sitio web, optimizados para buscadores; Informes y seguimiento estadístico. (servicio mensual para todo el año)	550.000,00	6.600.000,00
Estrategia de Posicionamiento a largo plazo y Web SEO Diagnostico; Definición de palabras claves; Optimización del sitio web; Configuración ambiente Google construcción de enlaces; Estrategias de contenidos y seguimiento de indicadores de trafico web; Análisis de la competencia; Posicionamiento en redes sociales. (Paquete por 3 meses) Esta se implementara desde el segundo año	2.400.000,00	0,00
Participación en eventos y exhibiciones Material POP Participación en aprox 4 eventos al año)	200.000,00	1.200.000,00
TOTAL		19.680.000,00



6. Aspectos Técnicos

El presente capítulo presenta los componentes técnicos del servicio ofrecido por ECOCAT, desde su etapa de marketing y comercialización hasta el servicio de post venta. Por lo cual, se señalan las fichas de servicios ofrecidos, el proceso del servicio, los insumos y equipos requeridos, la infraestructura y el personal requerido para la fase 1 del proyecto (prestación servicios turísticos y tercerización de hospedaje). Para esta fase se tendrán en cuenta los siguientes objetivos del servicio:

6.1. Objetivos de Prestación del Servicio:

- Promover experiencias de turismo de aventura y ecoturismo sostenible que incorpore ecología, preservación, cultura regional y gastronómica del Municipio de Nimaima.
- Garantizar la seguridad de nuestros planes con el acompañamiento de guías conocedores de la región capacitados en primeros auxilios, y con el cubrimiento de una póliza de emergencias.
- Ofrecer planes emocionantes de aventura en la naturaleza de acuerdo con el nivel y experticia de nuestros clientes.
- Ofrecer planes que permitan conocer los tesoros naturales y culturales de la zona aprendiendo prácticas de conservación y sostenibilidad.
- Brindarles a nuestros clientes la opción de disfrutar el turismo de naturaleza en un ambiente seguro, con hospedajes confortables y muestras gastronómicas autóctonas.

6.2. Fichas Técnicas del Servicio:

De acuerdo con la investigación sobre caracterización del usuario (*Anexo 1_Análisis de Clientes Objetivo y Segmentación de Mercado*) y como ya se ha mencionado el servicio de ECOCAT va dirigido a 3 tipos de clientes. Por lo que de acuerdo con cada segmento de cliente se incluye a continuación las fichas técnicas



tomadas del portafolio de servicios de ECOCAT que describen las características de los servicios ofrecidos a cada uno (*Ver Anexo 4 Portafolio de Servicios*). Para el análisis rápido se resumen la oferta así:

Perfil 1: Usuarios con Gustos por el Ecoturismo Básico (*averso al riesgo y le gustan los planes tranquilos en recorrido cortos para disfrutar la naturaleza*)

Propuesta de Valor: “*ECOCAT-Regreso a lo natural*”

Oferta:

OPCION 1-Plan Paz y Naturaleza

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona (caminata corta)
- Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
- Visita a cascada y baño en pozo natural según temporada del año
- Desplazamiento en mini – tren.
- Almuerzo según menú del día, refrigerios
- Guías certificados
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca.
Hora finalización 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se coftza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas

Precios por persona
\$160.000

OPCION 2-Plan Origenes

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona (caminata corta)
- Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 25 mts. de altura
- Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico .
- Visita a cascada y baño en pozo natural según temporada del año.
- Cabalgata
- Almuerzo menú del día refrigerios
- Guías certificados
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca
Hora finalización 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se coftza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas

Precios por persona
\$190.000

“Perfil 2: Usuarios con Gustos por el Ecoturismo Especializado y/o de Aventura Extrema” (*muestra sus alegrías enfocadas hacia actividades ecoturísticas, de aventura extrema y/o muestran un gusto por llevar a cabo los dos tipos de actividades*)

Propuesta de Valor: “*ECOCAT-El placer de vivir la aventura natural, sostenible y segura*”

Oferta:



OPCION 3- Atrévete (Pasadía)

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
- Canyoning, Travesía de adrenalina por el río, con obstáculos naturales
- Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mts. de altura.
- Rafting Nivel 2 o 3
- Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
- Almuerzo menú del día y refrigerio
- Guías certificados
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca
 Hora finalización 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas

Precios por persona \$190.000

OPCION 4-Desafío (Pasadía)


Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
- Canyoning, descenso de adrenalina por barrancos en el lecho de quebrada.
- Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mts. de altura.
- Puente Tibetano y puente Indiana Jones
- Canopy 70 metros
- Almuerzo menú del día y refrigerio
- Guías certificados
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca
 Hora finalización 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas



Precios por persona \$240.000

Opción 5- Desafío Fin de Semana

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Hospedaje: 1 noche 2 días
- Alimentación: 2 Almuerzos menú del día, 1 cena, 1 desayuno
- Actividades según elección por día:
 - Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
 - Canyoning, descenso de adrenalina por barrancos en el lecho de quebrada
 - Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mt. de altura.
 - Rafting Nivel 2 o 3
 - Cabalgata
 - Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
- Guías certificados
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca
 Hora finalización 2do día a las 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas

Precios por persona \$400.000

Opción 6- Plan de Eco-Aventura Fin de Semana


Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Hospedaje: 1 noche dos días
- Alimentación: 2 Almuerzos menú del día, 1 cena, 1 desayuno
- Actividades según elección por día:
 - Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
 - Canyoning, descenso de adrenalina por barrancos en el lecho de quebrada
 - Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mt. de altura.
 - Canopy 100 metros de recorrido
 - Puente Tibetano y puente Indiana Jones
 - Rafting Nivel 2 o 3
 - Cabalgata
 - Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
- Guías certificados
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 06:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca
 Hora finalización 2do día a las 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas



Precios por persona \$480.000

Opción 7 – Plan Ecoturístico de Fin de Semana


Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Hospedaje: 1 noche dos días
- Alimentación: 2 Almuerzos menú del día, 1 cena, 1 desayuno
- Actividades según elección por día:
 - Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
 - Observación de aves y especies nativas (incluye equipos de observación profesional)
 - Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 25 mt. de altura.
 - Cabalgata
 - Visita dos cascadas y baño en pozo natural según temporada del año
 - Actividades de reforestación y aprendizaje de actividades Panches
- Acompañado de experto ambiental
- Guía profesional certificado
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca
 Hora finalización 2do día a las 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas



Precios por persona \$680.000



“Perfil 3: Usuarios Exclusivos con Gustos por Ecoturismo y/o Aventura Extrema”, se caracterizan por actividades ecoturísticas, y/o de aventura extrema con marcados gustos por conocer ecosistemas y prácticas conservacionistas de la zona. Una característica especial es que quieren comodidad, estar en grupos pequeños con hospedaje y atención exclusiva.

Propuesta de Valor: “Sumérgete en una experiencia naturalmente única con comodidad”

Oferta:

Opción 8 – Plan Exclusivo de Ecoturístico (fin de Semana)

Incluye:


- Traslados internos con transporte de la zona
- Hospedaje: 1 noche 2 días en muy cómodas cabañas o glamping con jacuzzi, con hermosa vista natural
- Alimentación: 2 almuerzos, 1 Desayuno, refrigerios. Valor base excedente a cargo cliente (restaurante a la carta exclusivo para sus clientes)
- Actividades según elección por día:
 - ✓ Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona (Caminata de entre 3 y 6 Horas)
 - ✓ Observación de aves y especies nativas (incluye equipos de observación profesional)
 - ✓ Tormentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 25 mt. de altura.
 - ✓ Cabalgata
 - ✓ Visita cascada y baño en pozo natural según temporada del año
 - ✓ Enseñanzas ecológicas cultura panche
- Acompañado de experto ambiental y guía certificado
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca
 Hora finalización 2do día a las 5:00 p.m. aprox.

NO Incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas.
- Actividades no especificadas

Precio por persona \$940.000



Opción 9 – Plan Exclusivo de EcoAdeñalina (fin de Semana)

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Hospedaje: 1 noche 2 días en cabañas o glamping con jacuzzi, con hermosa vista natural
- Alimentación: 2 almuerzos, 1 Desayuno, 1 cena, refrigerios. (Valor base excedente a cargo cliente restaurante a la carta exclusivo para sus clientes)
- Actividades de Aventura según elección por día:
 - ✓ Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
 - ✓ Canyoning: Travesía de adrenalina por el río, con obstáculos naturales
 - ✓ Tormentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mt. de altura.
 - ✓ Canopy 100 metros.
 - ✓ Circuito aéreo (Puente tibetano y puente indiano Jones)
 - ✓ Rafting Nivel 2 o 3
 - ✓ Cabalgata
 - ✓ Salto a pozo natural
 - ✓ Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
- Acompañado por guía profesional certificado
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca
 Hora finalización 3er día a las 5:00 p.m. aprox.

NO Incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas. Para la cena el lugar de hospedaje cuenta con menú a la carta en restaurante exclusivo para el huésped
- Actividades no especificadas

Precios por persona \$920.000

6.3. Descripción del Proceso de la Prestación del Servicio

ECOCAT ofrecerá planes de aventura y ecoturismo en su mayoría con personal y equipos propios. No obstante y para ofrecer planes completos a sus clientes contratará con terceros los servicios de hospedaje, alimentación, actividades culturales y de conservación y se contempla el alquiler de equipos especializados según el plan. Para esto cuenta con personal de planta y personal de outsourcing que mediante el desarrollo de sus actividades con compromiso logran entregar servicios de calidad a nuestros clientes.

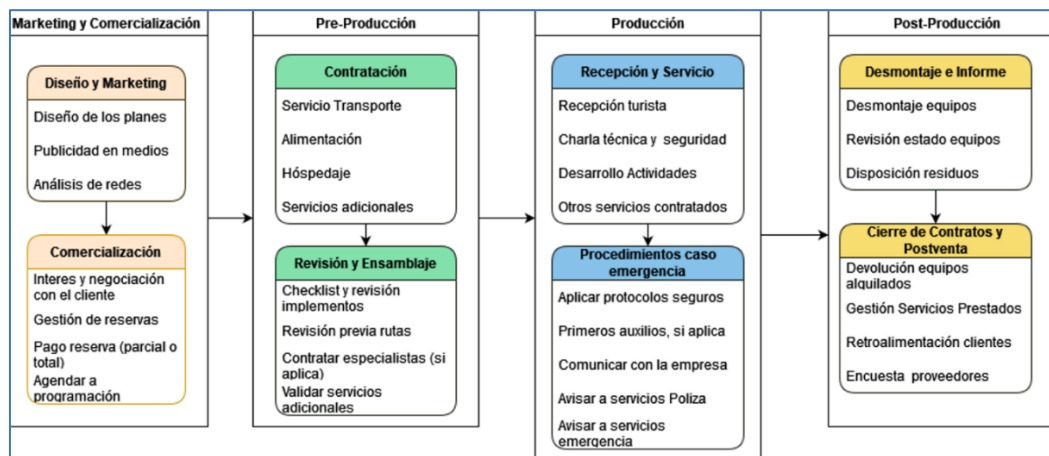
El proceso de servicios ECOCAT se contemplará por etapas según el momento en que se realizan las actividades; etapas que se asimilan el ciclo de vida de un producto y que a futuro nos permitirán realizar evaluaciones de impacto ambiental, tal y como se describe en el capítulo 9 de sostenibilidad.



Las etapas del servicio para ECOCAT según el momento de operación del servicio se pueden observar en la figura 28. Para ver el detalle de cada etapa se puede consultar el *Anexo 7-Procesos de Prestación del Servicio de ECOCAT*.

- Etapa de Marketing y comercialización:
- Etapa de Pre-producción.
- Etapa de Producción.
- Etapa de Postproducción.

Figura 28-Procesos de ECOCAT según Etapas del Servicio



6.4. Equipos, Insumos y Requerimientos

- Equipos y maquinaria e infraestructura:

- Elementos de práctica y seguridad en actividades de aventura: Dentro de los que se incluyen 2 balsas para rafting, kayak, remos, cascos, chalecos salvavidas, arnés, polainas, guantes, cordones de seguridad, cuerdas líneas de vida, mosquetones, anclajes, bloqueadores, botiquín de primeros auxilios, entre otros (costos incluidos en el modelo financiero)
- Equipo de avistamiento de aves: Telescopio, binoculares, cámara fotográfica profesional, trípode.



Figura 29- Equipos y elementos para el servicio de ECOCAT

Elementos de Practica y Seguridad Actividades Aventura		unidades
Rafting	Balsa 8 personas tipo Rafting	2
	Kayak	1
	Remos	3
	Casco norma CE EN 13155	33
	Chaleco Salvavidas (promedio)	16
	Arnés norma CE EN 12278	1
	Polainas: Protegen las piernas de los golpes y	6
	Guantes: Protegen las manos de los golpes y	5
Canyoning, torrentismo	Cordones de seguridad: Son los elementos que conectan el arnés con la línea de vida. Deben ser certificados por la norma CE EN 12278.	6
	Material de progresión: Incluye casco, cuerdas, mosquetones, cintas, anclajes, bloqueadores, arnes.	2
	Botiquin primeros auxilios	1
	Mascarilla facial: Protege la cara de los golpes y	2
Actividades de observación	Binoculares	2
	Cámara fotográfica con objetivo 300 mm o más – trípode o monopié	1

- Software y hardware: Se contará con 2 computadores y espacio en la nube en los que funcionarán las plataformas de reserva y pago contratada.

- Lugar de recepción y bodega: La agencia en su primera etapa no cuenta con oficina de ventas, ya que las mismas se realizarán por medios electrónicos e internet. Sin embargo, se contará con un espacio para recepción, cambio y descanso del turista, el cual corresponde a un terreno rural aportado por los inversionistas, adaptado para comodidad del turista. De otra parte como bodega se usará un espacio en la vivienda de uno de los inversionistas ubicada en la zona urbana de Nimaima, el cual se utilizará para guardar equipos y para reuniones de la agencia.

- Insumos de conservación: Plántulas, abonos otros elementos para reforestación y otras actividades de conservación.

- Licencias de Operación: El presente proyecto contempla la documentación básica como es el trámite del registro mercantil; Trámite del Nit; Matricula mercantil; Licencia de



funcionamiento; inscripción en el RUT; Seguro de responsabilidad civil. (costos incluidos en el modelo financiero del proyecto)

Figura 30-Costos por Capital de trabajo

COSTOS MENSUALES		
		Cantidad
Insumos de Conservación	Plantulas, abonoso y otros de reforestacion	12
Gastos de Funcionamiento	Servicios publicos	12
	Plan de Internet	12
	Papeleria ECOCAT	12
	Plan celular	12
Publicidad y marketing	Desarrollo sitio web	1
	Tienda Virtual y pasarelas de pago	12
	Gestión en redes sociales	12
	Participacion en eventos y material POP	6
Mantenimientos equipos y Reposición Herramientas	Mantenimientos equipos	4
	Reemplazo de herramientas	4
Seguros Agencia	Seguro de responsabilidad civil extracontractual	1 año
Capacitación	Programa Practicas sostenibles	2
	Capacitación Primeros auxilios	2
Comisiones de las ventas	Inicialmente se plantea un rubro del 6% del total de las ventas proyectadas, la cual se distribuirá entre su personal según metas de ventas realmente alcanzado	1 año

6.5. Requerimientos y Necesidades de personal

Para mejorar las condiciones de empleabilidad de la zona y motivar al personal se contratará a gran parte del personal por nómina con prestaciones de ley.

- **Nomina:** Se vinculará por contrato de tiempo parcial a 3 guías, 2 auxiliares de guía, 1 administrador o gerente, 1 auxiliar de ventas y servicios.

- **Servicios de outsourcing:** Se vinculará a una profesional contable y un profesional ambiental. Este último suministrará 2 asesorías mensuales a la empresa para



mejorar aspectos de conservación y sostenibilidad ambiental en la zona. Adicionalmente podrá acompañar y asesorar a los grupos de turistas que soliciten planes de ecoturismo especializado. Este servicio se pagará al experto con cargo a los costos extras del plan turístico pagado. De otra parte, se vinculará a una profesional para implementar y realizar mantenimiento a programas de seguridad industrial y salud ocupacional.

Frente a este tema es importante mencionar que, de la validación de la propuesta de valor, se descubrió que en Nimaima no es común trabajos que ofrezcan estabilidad laboral y la contratación en varias labores, usando el método del pago de un jornal sin prestaciones. Es por eso por lo que los integrantes de las familias deben salir a buscar trabajo a las grandes ciudades. Por lo anterior y debido a que una de las esperanzas de la población es cotizar para salud y pensión en su propio pueblo, se pretende contratar de planta por contrato de tiempo parcial al personal con las respectivas afiliaciones, trabajo que estará enfocado principalmente en fines de semana. A medida que se amplíe el proyecto y se consolide la imagen de la agencia esperamos aumentar las condiciones salariales y contratar mayor cantidad de personal de la región.

Nomina

Operativos

3 Guías
2 Auxiliar con Primeros aux

Administrativo

1 Administrador

Ventas

1 auxiliar de ventas

Outsourcing

1	Contable
1	Experto ambiental (2 asesorías mes por primer año o acompañamiento) mas de eso se pagara adicional
1	Asesorías en seguridad industrial

6.6. Operación y Capacidad de Funcionamiento



La capacidad de ECOCAT se calcula teniendo en cuenta la combinación de fines de semana en el año, fechas festivas, cantidad de personal de producción necesario para llevar con seguridad y responsabilidad a grupos de turistas; capacidad de los botes rafting, distribución de actividades en el día, así como las preferencias de los clientes identificadas en el estudio mercado. De forma general se explica así:

- Cantidad de guías en primera etapa: 3 guías certificados
- Auxiliares acompañantes: 2
- Cantidad de total de fines de semana en el 2025: 52
- Cantidad de fines de semana factibles con puente: $18-3(\text{entre semana}) = 15$

De lo anterior se deduce que:

- Cantidad de sábados: $52-15=37$
- Cantidad de domingos: $52-15=37$
- Capacidad de personas por cada guía y auxiliar:
 - o Actividades de agua y tierra: 2 guías y un auxiliar para 16 turistas (capacidad de cada bote 8 personas y 1 guía)
 - o Actividades de aire: 1 guías y 1 auxiliar para 16 turistas.

6.6.1. Cálculo de la Capacidad:

La jornada laboral para el personal operativo y productivo será a tiempo parcial, el cual comprenderá un total de 32 horas semanales en jornada laboral de viernes a lunes desde las 8 am a las 5 pm con flexibilidad dependiendo si cae en fin de semana sencillo o con festivo incluido.

Basados en la forma de operación, las actividades generales de los planes y la capacidad de equipos, se definió que los 3 guías y 2 auxiliares tendrán una capacidad para atender a 32 turistas por día con las debidas seguridades. Esta capacidad calculando el total de días en fines de semana sencillos y días de fines de semana con festivos nos da una capacidad total por año para atender a 2848 turistas. No obstante y debido a que se está incursionando en el mercado, se realizarán todos los cálculos y



proyecciones tomando una capacidad al 80% del total, lo cual en el primer año indica que se tiene la meta de atender a 2278 turistas para el primer año, tal y como lo indica la *tabla17 de proyección de capacidad de operación del primer año.*

Tabla 17-Proyección de Capacidad de Operación

	Total Fines de semana y Festivos	Capacidad personas por Guia	Capacidad sábado (3guías y 2 aux)	Capacidad domingo 3 guías y 2 aux)	Capacidad de atención Anual	Porcentaje de operación	ECOCAT Personas atendidas por año (80%)
Sábado y domingos sencillos	37	16 personas para rafting y 16 para canopy	32	32	2368	80%	1894,4
Fines de semana con festivo	15	16 personas para rafting y 16 para canopy	32		480	80%	384
Total					2.848		2.278

Para distribuir el total de clientes en nuestros 9 planes de servicio ofrecidos y realizar las proyecciones financieras, se tuvo en cuenta los resultados del estudio de mercados en el cual indican una preferencia del 55% hacia planes ecoturísticos y del 45% hacia planes de aventura. Esta distribución en el primer año se puede observar en la siguiente tabla, en la que los planes verdes son ecoturísticos y los azules son de aventura:

Tabla 18-Distribución de Clientes por Productos (primer año)

Opcion	Planes	Valor total	Probabilidad según Preferencias (45% aventura; 55 ecologicos)	Total Clientes Año
Planes de Pasadía				
1	Plan Paz y Naturaleza	\$ 160.000	20%	379
2	Plan Origenes	\$ 190.000	35%	663
3	Atrevete Pasadía	\$ 190.000	30%	568
4	Desafío (Pasadía)	\$ 260.000	15%	284
Planes de Fin de Semana y Festivos				
5	Desafío Fin de Semana	\$ 400.000	35%	134
6	Plan de Eco-Aventura Fin de Semana	\$ 480.000	30%	115
7	Plan Ecoturístico de Fin de Semana	\$ 600.000	20%	77
8	Plan Exclusivo Ecoturismo	\$ 940.000	5%	19
9	Plan Exclusivo de Eco-Adrenalina	\$ 920.000	10%	38
				2278



Las proyecciones de ventas para el primer año se estiman en \$466.706.300 millones sin IVA para el primer año así:

Tabla 19-Proyección de Ventas (primer año)

NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CANTIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	INGRESOS TOTALES
Plan 1	379,00	\$ 129.600,00	\$ 49.118.400
Plan 2	663,00	\$ 153.900,00	\$ 102.035.700
Plan 3	568,00	\$ 153.900,00	\$ 87.415.200
Plan 4	284,00	\$ 210.600,00	\$ 59.810.400
Plan 5	134,00	\$ 324.000,00	\$ 43.416.000
Plan 6	115,00	\$ 388.800,00	\$ 44.712.000
Plan 7	77,00	\$ 486.000,00	\$ 37.422.000
Plan 8	19,00	\$ 761.000,00	\$ 14.459.000
Plan 9	38,00	\$ 745.200,00	\$ 28.317.600
	-	\$ -	\$ -
TOTAL			\$ 466.706.300

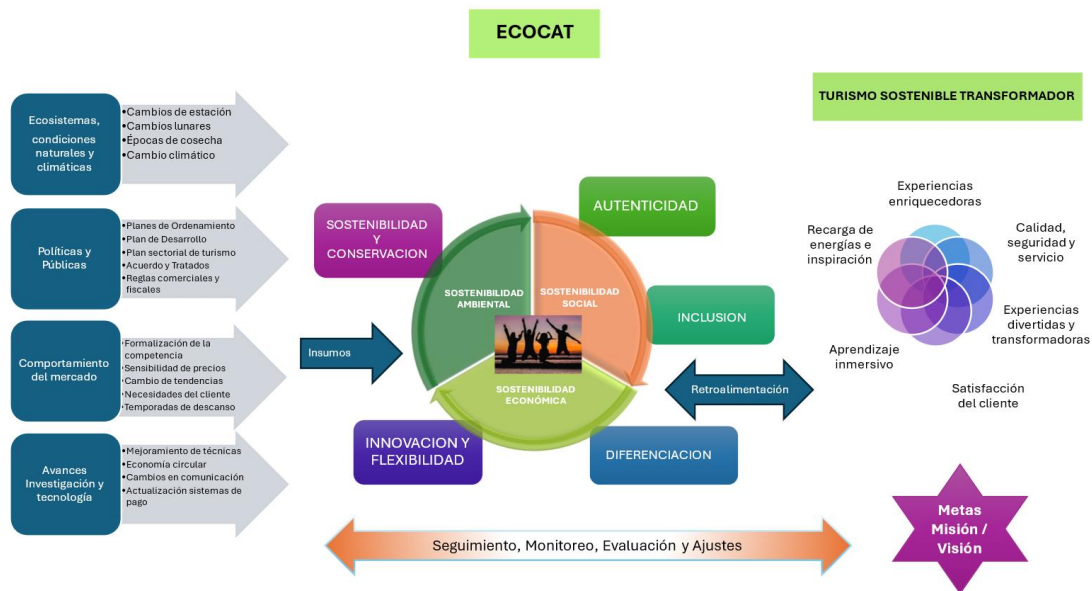
Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes

6.7. Modelo de Gestión Integral del Servicio

El modelo de gestión integral de ECOCAT se puede observar en la figura 31, en este se evidencian los insumos que entran al sistema y que deben ser constante referente monitoreo, tales como las políticas públicas, comportamiento del mercado, los avances en investigación y tecnología, así como las condiciones naturales y climáticas. Estos insumos entran al sistema para formar parte de las propuestas sostenibles de ECOCAT siendo transformados por los factores fundamentales de planeación y gestión (*capítulo 5 numeral 5.1*), para lograr unos productos que cumplan con los factores de desarrollo en sostenibilidad ambiental, social y económica, teniendo como eje central a sus clientes y sus necesidades. Esto da como resultados las experiencias ecoturísticas acordes a nuestra propuesta de valor.



Figura 31-Modelo de Gestión Integral de ECOCAT



6.7.1. Presupuesto de Producción e Infraestructura

Para la producción y teniendo en cuenta que es un servicio, es importante tener los equipos y los elementos que permiten la prestación del mismo, por lo que en los cuadros se encuentra el presupuesto de inversión inicial por \$125.931.000 dentro de los cuales existe un terreno por \$50 millones y dentro del rubro de propiedad planta y equipos se incluye la adecuación del terreno tal y como figura en tabla 20 y los equipos y elementos para los servicios incluidos en la tabla 28. De otra parte se debe considerar el capital de trabajo para los 3 primeros meses por un valor \$86.380.201.

Tabla 2-Inversión Inicial terreno y equipos ECOCAT

	INVERSIÓN INICIAL
TERRENOS	\$ 50.000.000,00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 67.118.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.000.000,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 3.000.000,00
EQUIPO DE TRANSPORTE	
FRANQUICIAS	\$ -
PATENTES INV en INTANGIBLES	\$ -
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$ 4.815.000,00
TOTAL INVERSIONES	\$ 125.931.000,00

Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes

Tabla 3-Inversión Inicial capital de trabajo ECOCAT

COSTOS OPERATIVOS	CALCULO DEL CAPITAL DETRABAJO INICIAL	
	MESES	VALOR
COSTOS OPERATIVOS	3,0	\$ 46.471.125,00
NOMINAS	3,0	\$ 18.942.000,00
MARKETING MIX	3,0	\$ 4.920.000,00
GASTOS FIJOS	3,0	\$ 16.047.076,50
TOTAL		\$ 86.380.201,50

Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes



Tabla 20-Presupuesto de adecuación del terreno

Adecuación Terreno	Estudio y diseño del terreno	\$ 1.000.000
	Licencia de construcción	\$ 500.000
	Permisos ambientales	\$ 500.000
	Materiales (cemento, arena, madera ; bambu; tejas de barro , pintura, fontaneria y ferreteria)	\$ 8.000.000
	Mano de obra	\$ 5.000.000
		\$ 15.000.000



7. Aspectos Organizacionales y Legales

En el presente capítulo se desarrollan los aspectos administrativos y legales que deben considerarse para el desarrollo y puesta en marcha de la agencia teniendo en cuenta la naturaleza, los objetivos y estrategias analizadas en los capítulos previos.

7.1. Análisis Estratégico

Misión:

ECOCAT es una empresa dedicada a promover el ecoturismo sostenible, ofreciendo experiencias únicas y enriquecedoras de aventura y conocimiento en la naturaleza que a través de nuestros planes especialmente diseñados y la guía de expertos, busca conectar a nuestros clientes con el medio ambiente, fomentar la conservación y generar un impacto positivo en las comunidades locales. Nuestro compromiso es brindar experiencias divertidas, transformadoras y seguras que inspiren a disfrutar la alegría de vivir valorando y protegiendo nuestro planeta.

Visión:

Para el año 2030, ECOCAT se consolidará como un referente principal del ecoturismo sostenible en la región, ofreciendo una amplia gama de experiencias innovadoras especializadas. Seremos reconocidos por nuestra excelencia en la gestión ambiental, el compromiso social y la satisfacción del cliente. Queremos inspirar a miles de personas a descubrir la belleza de la naturaleza, contribuyendo a la conservación de los ecosistemas y al desarrollo de las comunidades locales.

7.2. Estructura Organizacional

En su primera etapa y dada la cantidad de personal y la naturaleza de las actividades, se contempla una estructura jerárquica simple y flexible en la que el gerente coordine a los guías, auxiliar operativo y servicios contables, ambientales y de salud



ocupacional e industrial que estarán bajo outsourcing. Como complemento se considera importante empoderar a los guías de mayor experiencia para que formen parte de la organización e innovación de los planes, haciéndoles sentir parte importante de nuestra misión. De otra parte los guías coordinaran a los auxiliares de guías de acuerdo con la cantidad de turistas y actividades elegidas.

7.3. Perfiles y Funciones

Se incluye en la siguiente tabla los perfiles y funciones principales de recurso humano para desarrollo de las labores:

Tabla 21-Perfiles y funciones ECOCAT

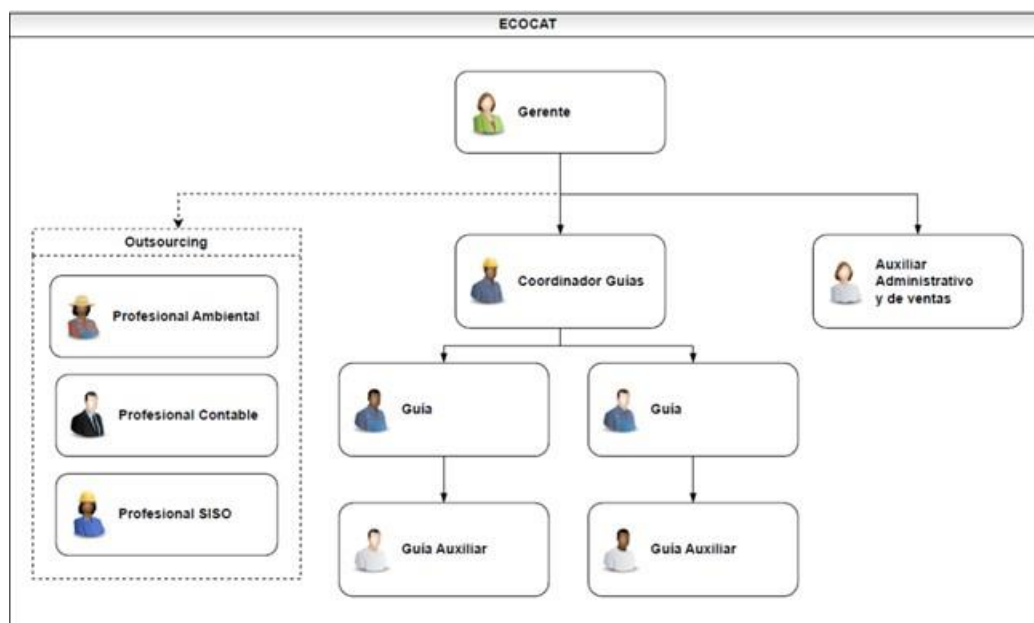
NOMINA	CARGO	FUNCIONES PRINCIPALES	CANTIDAD	PERFIL
Administrativo	Gerente	Responsable en definir los lineamientos, objetivos, estrategias y cronograma de actividades para lograr las metas establecidas.	1	Administrador con experiencia en gestión de empresas, liderazgo y conocimiento del sector turístico.
		Monitorear los resultados de la prestación del servicio y la imagen entre el mercado, así como las variables externas del mercado que puedan afectar a la empresa.		
		Orienta las investigaciones hacia la innovación y mejora llamando y motivando el equipo hacia la mejora permanente.		
		Establece y negocia los contratos con los nuevos proveedores de hospedaje, alimentación, actividades de cultura étnica y conservación.		
		Toma de decisiones estratégicas, supervisión del personal, gestión financiera, relaciones con clientes y proveedores, desarrollo de nuevos productos y mercados.		
Administrativo y ventas	Auxiliar operativo y de ventas	Gestión de reservas, coordinación de logística para las actividades, atención al cliente; soporte administrativo al gerente.	1	Bachiller con experiencia en asistencia administrativa y logística.
		Colabora en actividades logísticas como recepción y guarda de equipos, registro de inventarios, pago de gastos ordinarios.		
Operativo y producción	Guías	Implementa los planes de servicios sostenibles con calidad y seguridad, esmerándose en la atención y servicio al cliente.	3	Profesional o técnico con conocimientos en ecología y medio ambiente de la región, con certificado y experiencia como guía turístico en la región; con conocimientos básicos en; Habilidades de comunicación. Y liderazgo de grupos.
		Garantiza el cuidado, revisión y mantenimiento de los implementos usados en el servicio.		
		Aporta en diseño de los nuevos servicios.		
		Ayuda a coordinar las actividades contratadas con terceros que forman parte de los planes de servicio.		
Operativo y producción	Auxiliares de guía	Garantizan estar actualizados en conocimientos y prácticas de seguridad, primeros auxilios y técnicas de conservación suministrados por ECOCAT.	2	Bachiller con conocimientos básicos en primeros auxilios y orientación al cliente.
		Pueden participar del proceso de mercadeo y ventas, para lo cual existen comisiones no contempladas como parte de prestación social. (estos solo aplican para el personal de planta).		
Servicios de Outsourcing	Profesional ambiental	Garantiza la revisión y actualización de actividades de conservación y sostenibilidad de la empresa	1	Biólogo o ingeniero ambiental con experiencia en planificación y gestión ambiental.
		Asesora y dirige las actividades concretas que orientan las labores de la empresa hacia la certificación en sostenibilidad y conservación.		
		Tramita y diligencia con las autoridades correspondientes permisos relacionados con la labor.		
Servicios de Outsourcing	Profesional contable	Diseña las actividades conservacionistas incluidas dentro del portafolio de servicios.	1	Profesional en contabilidad con experiencia en gestión financiera de pequeñas empresas.
		Informa sobre las tendencias y novedades que puedan apoyar a la empresa.		
		Gestión contable, impuestos, nómina, elaboración de informes financieros.		
Servicios de Outsourcing	Profesional de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional	Evaluación de riesgos, implementación de medidas de seguridad, capacitación del personal, gestión de emergencias.	1	Ingeniero en seguridad industrial o profesional en salud ocupacional.
		Realiza auditorías periódicas a elementos, equipos y protocolos usados en la labor.		



7.4. Organigrama

Dado el perfil de la empresa, que combina elementos de aventura, naturaleza y un enfoque sostenible, es fundamental que la estructura organizacional refleje la necesidad de coordinación, especialización y flexibilidad. Por lo que la estructura funcional con un enfoque matricial en áreas de operación es la más oportuna para garantizar la coordinación de actividades en la etapa de producción del servicio y de la gerencia sobre los servicios de outsourcing según la estrategia.

Figura 32-Organigrama Inicial ECOCAT



7.5. Factores Claves de la Gestión del Talento Humano

Como ya se ha mencionado anteriormente, tradicionalmente esta labor en la zona ha sido remunerada bajo la figura de jornal generando inestabilidad de ingresos a las familias de la zona, situación que el proyecto quiere cambiar dándole mejor calidad de vida a la comunidad y a sus trabajadores mediante salarios dignos, capacitaciones que logren el empoderamiento en sus labores y la oportunidad de realizar otras labores teniendo en cuenta la forma de contratación de la agencia a tiempo parcial. Es por esto y pensando en nuestro compromiso de sostenibilidad desde el contexto social que nuestro



esquema de trabajo ha concebido varios elementos claves para lograr este fin, los cuales se mencionan así:

- Personal de nómina con garantías sociales a tiempo parcial: Como se indicó este tipo de actividades son principalmente en fines de semana, por lo que para motivar al personal la forma de contratación será a tiempo parcial con turnos flexibles teniendo en cuenta la temporada del año.
- Comisiones por ventas: Aunque existirá una empresa contratada para desarrollar las redes sociales y la página web para pagos electrónicos, los análisis y proyecciones financieras hacen factible que se puedan ofrecer comisiones al personal de nómina por metas cumplidas que no estarán consideradas como parte de salario. Esto teniendo en cuenta que nadie es más idóneo para asesorar y ofrecer de forma convincente los planes ofrecidos que sus mismos guías, convirtiéndose así en motores impulsores de las ventas de la empresa.
- Capacitaciones y talleres sobre atención al cliente: Como complemento a la función de asesorar a nuestros clientes se considera importante realizar capacitaciones y talleres para atender a nuestros clientes, las cuales están consideradas dentro de los gastos de la agencia.
- Capacitaciones en primeros auxilios: En nuestra propuesta de valor es indispensable la seguridad de los turistas y de nuestro personal, por lo que aunque ellos ya tengan conocimientos en primeros auxilios, es clave que el personal de operaciones realice actualizaciones y talleres prácticos en primeros auxilios.
- Capacitación y guía en actividades de conservación: Parte de nuestra misión y naturaleza es la sostenibilidad ambiental. Es por esto que con la guía nuestro experto ambiental contratado mediante outsourcing y la guía de los socios del proyecto, se pretende sensibilizar a todo el personal para orientar nuestras actividades hacia mejoras



traducidas en la conservación del medio ambiente y la implementación de prácticas de economía circular en el lugar de trabajo y en los lugares de prestación del servicio.

- Reuniones de retroalimentación y mejora: El equipo de trabajo se considera fundamental para monitorear el mercado y proponer opciones de mejora. Por lo que se pretende lograr sinergia, compromiso y la motivación de equipos de trabajo realizando reuniones periódicas de retroalimentación del servicio y de sugerencias e ideas para mejora o nuevos planes.

- Diseño de rutas, planes de acción y protocolos: Es importante diseñar y documentar rutas de los planes turísticos y desarrollo de actividades. De igual forma y con la guía del especialista de seguridad y salud ocupacional es importante diseñar y documentar protocolos de atención de emergencias y contingencias que permitan de forma rápida y clara proceder ante diversas situaciones.

- Protocolo de auditoría y mantenimiento de equipos: Aunque una de las funciones de los guías es revisar y alistar los equipos de servicio, se contempla el acompañamiento del experto de salud industrial mediante talleres y protocolos de auditoría a herramientas y equipos esto hace sentir sinergia, y seguridad y confianza en el equipo.

7.6. Esquema de Gobierno Corporativo

Un esquema de gobierno corporativo bien estructurado es fundamental para asegurar la transparencia, responsabilidad y sostenibilidad de la empresa de ecoturismo y aventura dentro de la planeación estratégica diseñada. Por lo tanto y considerando el tamaño y la naturaleza de la empresa, un esquema de gobierno corporativo simplificado, pero efectivo, puede estar conformado por la **Junta de Accionistas** conformada por los socios fundadores; quienes a su vez también conforman la **Junta Directiva** en compañía del gerente y el profesional contable, este órgano colegiado supervisa el desempeño financiero y toman decisiones de inversión entre otras. **La Gerencia** es la responsable de



desarrollar la estrategia y dirigir las operaciones diarias de la empresa. De otra parte es importante crear el **Comité de Sostenibilidad** conformado por el gerente, los socios y un experto ambiental, que asegura el cumplimiento de la misión, visión y metas, así como de la implementación de las estrategias de sostenibilidad trazadas. Debido a que la agencia empieza como una PYME es importante sensibilizar a los socios con el tema de gobierno corporativo con el fin de reducir los riesgos de empresas inexpertas y optimizar el crecimiento de la empresa usando este elemento como herramienta potencializadora. (IFC-Corporación Financiera Internacional, 2021)

7.7. Gestión de Riesgo y Medidas de Mitigación

Como complemento a la identificación y planteamiento de posibles riesgos y oportunidades esbozadas en los capítulos de análisis del sector y de validación e Investigación del mercado, se muestra en la Tabla 22 la herramienta de matriz de riesgo en donde se analizan los principales riesgos que pueden influir en el proyecto. En ella se plantean las posibles causas, consecuencias y las primeras acciones de mitigación e identificación de nuevas oportunidades especialmente para los riesgos altos. El siguiente es el mapa de calor resume los riesgos identificados y el nivel de este para ECOCAT.

Figura 33-Mapa de Riesgo para ECOCAT

Mapa Riesgos para el Proyecto (Mapa de calor)			
Probabilidad	Impacto / Severidad		
	bajo	medio	alto
alto	Bajo nivel de mano de obra calificada y/o certificada	Pérdida de negocios y contratos con el Parque Nimaima Aumento de la percepción de inseguridad Altos costos de transporte y servicios de hospedaje y alimentación	Altas tasas de informalidad y/o sin buenas practicas en el sector
medio		Aumento de contribuciones e impuestos Aumento de riesgo de cancelación por inundaciones y/o deslizamientos	
bajo		Demandas por accidentes o mal servicio	Disminución de clientes de ecoturismo

Fuente: Elaboración propia



PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR UNA EMPRESA DE SERVICIOS ECOTURISTICOS Y DE AVENTURA EN EL MUNICIPIO DE NIMAIMA CUDINAMARCA

Tabla 22- matriz de riesgos, plan de mitigación y oportunidades.

Matriz de Riesgo y Oportunidad para ECOCAT								
Clasificación Riesgo	Riesgo	Causa	Consecuencia	Probabilidad	Impacto	Nivel de Riesgo	Planes de Mitigación	Oportunidad
POLITICO/ECONOMICO	Aumento de contribuciones e impuestos	Déficit fiscal y disminución de inversión en el país; Reformas y aumento de impuestos y contribuciones	Afectación a los flujos de caja y utilidades afectando sostenibilidad económica	Media	Alto	Medio	- Monitorear el mercado y realizar presupuestos y ajustes realistas	
POLITICO/ECONOMICO	Disminución de clientes de ecoturismo	Disminución de nivel inversionista en el país; Decisiones políticas encontradas	Aumento de precios de la canasta familiar disminuyendo ingreso para planes de naturaleza	Baja	Alto	Medio	- Revisar y fortalecer el mercadeo por redes; revisar formulas de reducción de precios y costos para planes con los mejores márgenes de utilidad.	El Ecoturismo aumento como sustituto de productos turísticos mas costosos, por lo que aplicación de planes de mitigación puede generar oportunidad.
FINANCIERO	Pérdida de negocios y contratos con el Parque Nimaima	Inversión del parque podría exigir contratos con grandes aliados como cajas para cubrir los costos	Disminución de negocios para agencias pequeñas; aumento de necesidad de mano de obra capacitada y certificada de la zona.	Alta	Medio	Alto	- El parque necesitará subcontratar planes de actividades con guías o empresas de la región que estén certificadas, por lo que la meta de posicionar a ECOCAT con las certificaciones idóneas será la mejor carta de presentación	ECOCAT será una empresa certificada en sostenibilidad que será referente para esta entidad y otras
POLITICO	Aumento de la percepción de inseguridad	Situación económica y altas tasa de inmigrantes al país.	Aumento de robos y extorsiones; Aumento de inseguridad y sensación de estrés en las ciudades y carreteras	alta	medio	alto	Monitorear en la zona los eventos de inseguridad que se puedan presentar y realizar reuniones comunitarias con las entidades municipales para establecer planes de acción	Nimaima es un Municipio alejado de bajo perfil comercial cercano a Bogotá que suele ser muy tranquilo, motivo que puede servir para incentivar la visita de los turistas al lugar en redes.
SOCIAL	Altas tasas de informalidad y/o sin buenas practicas en el sector	Cantidad de papeles y tramites para constituir empresa; Excesiva tributación; Falta de control de las entidades a cargo; el ecoturismo deja buenos márgenes si no se hace bajo normas legales ni seguridades requeridas	Disminución de imagen del ecoturismo; Desconfianza de los clientes; disminución de mercado para las empresas legal y formalmente establecidas	Alto	Alto	alto	- Mantener una estrategia de medios fuerte que haga ver los peligros y los beneficios de contratar con empresas legalmente constituidas	Se convierte en oportunidad en razón a que la gente ya se ha vuelto desconfiada y en este tipo de servicios busca seguridad, garantías y referencias de otros clientes.
SOCIAL	Bajo nivel de mano de obra calificada y/o certificada	El pago por jornal y la falta de fuentes de empleo genera migración de mano de obra joven hacia las ciudades; Falta de universidades y buenas fuentes de empleo; falta de recursos o tiempo para que los residentes se certifiquen como guías	La mano de obra de profesionales deben traerse de fuera del municipio; Existe pocos guías certificados en el municipio	Alta	bajo	Medio	- Presupuestar recursos para capacitaciones periódicas . - Contratar por outsourcing personal profesional especializado	
SOCIAL/ECONOMICO	Altos costos de transporte y servicios de hospedaje y alimentación	El estado de las vías del municipio y la baja oferta de servicios de transporte; Los altos costos de los insumos que no se producen en la zona y la falta de cooperativas o mayoristas que compren cosechas de los campesinos hacen que los costos sen altos	Servicios de transporte costosos; costos de alimentos similares a los de la ciudad; falta de negocios que crezcan variedad de alimentos	Alta	Medio	Alto	- Incluir en las proyecciones de ventas los costos reales por transporte y alimentación. - Cuando se recupere la inversión y en una segunda etapa evaluar la posibilidad de comprar vehículo colectivo propio y en construir propuesta hotelera sostenible	
CLIMATICO	Aumento de riesgo de cancelación por Inundaciones y/o deslizamientos	El terreno es montañoso; la zona presenta en invierno inundaciones; remoción en masa	Los ríos aumentan su caudal y nivel de riesgo; las rutas ecoturísticas se modifican	Medio	Medio	Medio	- Dentro del proceso de actividades de servicio contemplar la constante y frecuente exploración y diagramación de rutas y alternativas. - Revisar la posibilidad de realizar planes en zonas cercanas del mismo municipio. - Revisar la opción de seguros de lluvia en casos extremos	
LEGALES	Demandas por accidentes o mal servicio	El exceso de la capacidad operativa; una mala preparación del servicio; la imprudencia de los clientes	Accidentes; pérdida de imagen; afectaciones económicas; dificultades legales	Baja	Medio	Baja	- Capacitar al personal en primeros auxilios. - Realizar planes de rutas y revisión de peligros previo a los eventos. - Actualizar protocolos de emergencia. - Contratar seguro para cada cliente con mínimo un día de anticipación. - Contratar seguro de responsabilidad civil para Ecocat -realizar revisiones y auditorias a materiales y equipos previo el inicio de todos los servicios	



7.8. Aspectos Legales

Para la constitución y operación de la empresa es importante considerar la normatividad y los pasos relacionados con naturaleza jurídica de la empresa, régimen laboral, régimen de permisos y licencias, responsabilidad civil y otros requisitos de constitución; De otra parte se enuncia la normatividad específica para el turismo y turismo de naturaleza; y la normatividad de sostenibilidad principal que se debe tener en cuenta. El presente aparte describe de forma clara y concisa los aspectos legales que deberá tener en cuenta ECOCAT para el inicio y desarrollo de sus funciones. No obstante y para mayor detalle se incluye un normograma en *el Anexo 12-Normograma para ECOCAT*.

7.9. Estructura Jurídica y Tipo de Sociedad:

Dado el número de socios y la flexibilidad que ofrece, una **(SAS)-Sociedad por Acciones Simplificada** se considera como la estructura y tipo de sociedad más adecuada para esta empresa, ya que tiene 2 personas naturales como socios que de acuerdo con la norma, solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Este tipo de sociedad está enmarcada en la Ley 1258 de 2008.

Por otra parte y una vez la empresa se pueda certificar con marcos de referencia o con otra certificación para empresa sostenible, se evaluará la opción de constituirse como una empresa BIC en Colombia, la cual otorga beneficios tributarios, de imagen y posicionamiento a quienes cumplen sus requisitos, sin cambiar su régimen legal (Ley 1902 de 2018, D.2046 de 2019).

7.9.1. Formalización y Registro de la Empresa como Agencia:

En virtud del artículo 84 de la Ley 300 de 1996 ECOCAT se clasificará como una agencia de viajes operadora. Para el proceso de formalización se debe cumplir con estos procesos principales (ProtecciónAmbiental-OpEPA & Mincomercio, 2021):



- Registrar la agencia de viajes ante la DIAN. Se realizan allí los pasos para inscripción del RUT.
- Registro en la Cámara de Comercio en la jurisdicción en donde va a funcionar. Allí se presenta la documentación para asignación del NIT y se formaliza la matrícula mercantil que lo acredita en condición de comerciante.
- Trámite para obtener el Registro Nacional de Turismo (RNT), que es el registro público en el que se deben inscribir todos los prestadores de servicios turísticos en Colombia, el cual es carácter obligatorio y de renovación anual.

7.9.2. Permisos y Licencias para Operar

- **Licencias ambientales:** Obtención de las licencias ambientales necesarias para operar en un área protegida o de especial importancia ecológica.
- **Permisos municipales:** Adquirir los permisos municipales correspondientes, como uso del suelo, construcción, y saneamiento básico, bomberos para la adecuación del terreno en zona de Nimaima.
- **Permisos de operación y funcionamiento:** Para ejercer la actividad se requiere que los guías tengan tarjeta profesional como guía inscrita en el Registro Nacional de Turismo.

- **Seguridad Social:** Afiliar a los empleados a la seguridad social integral (salud, pensiones, riesgos laborales).

7.9.3. Responsabilidad Ambiental

- **Política ambiental:** Adopción de una política ambiental que establezca los compromisos de la empresa en materia de protección del medio ambiente.
- **Manejo de residuos:** Implementación de un sistema de manejo de residuos sólidos. (Ley 2068 de 2020; Decreto 1713 de 2020 y reglamentarios)



- **Educación ambiental:** Promoción de la educación ambiental entre los *empleados* y los *turistas*.

7.9.4. Responsabilidad Civil y Seguro

Responsabilidad civil: Cobertura de los riesgos de responsabilidad civil derivados de las actividades de la empresa. Para el servicio de ECOCAT que involucra actividades de aventura y ecología existen seguros individuales que cubren a la empresa de daños a terceros y amparan al turista en asistencia médica y económica ante una contingencia. (*Anexo13_SeguroExtremosparaEmpresas*) Estos seguros deben ser pagados y contratados con anticipación de un día y se contrata de manera individual para cada turista.

7.9.5. Regímenes Especiales

El régimen especial está relacionado con la regulación a empresas de turismo definido en la Ley 300 de 1996 y en la última actualización mediante la Ley No. 2068 de 2020, en el cual se indican los requisitos a cumplir de parte de las agencias y prestadores turísticos, sus obligaciones, así como sus contribuciones adicionales y exenciones es

- La ley de turismo No. 2068 de 2020 en su art. 34 estableció la contribución parafiscal para el turismo la cual se cobra sobre los ingresos operacionales vinculados a la actividad sometida a gravamen, la cual será del 2,5 por mil sobre los ingresos operacionales.

- La ley de turismo No. 2068 de 2020 en su art. 42. Otorga descuentos para inversiones realizadas en control, conservación y mejoramiento del medio ambiente. Se considera así que si es un predio el 20% del total de este, deberá estar destinada al mejoramiento ambiental así sea para desarrollo turístico.

- También tienen derecho a descuentos las inversiones encaminadas a desarrollo de productos o atractivos turísticos encaminados a la preservación y restauración. Para



reglamentar beneficios aplicables a adquisición de bienes, equipos o maquinarias destinados a proyectos o actividades que tengan como objeto el consumo sostenible, se podrá suscribir convenios con las autoridades ambientales de orden nacional o local.

(Congreso de la Republica, 2020)

7.9.6. Presupuesto de Personal Administrativo.

El presupuesto para el personal administrativo es de \$31.4 millones para el primer año, compuesto por el gerente o administrador y un auxiliar de gerencia y ventas con prestaciones laborando a tiempo parcial.

Tabla 23-Personal de nómina ECOCAT

Personal por Nómina

<u>Cargo</u>	<u>Sueldo*</u>	<u>Factor Prestacional</u>	<u>MES</u>	<u>AÑO</u>	<u>cantidad</u>	<u>Total</u>
Administrativo						
Gerente	\$ 1.100.000	1,54	\$ 1.694.000	\$ 20.328.000	1	\$ 20.328.000
Auxiliar de gerencia y ventas	\$ 600.000	1,54	\$ 924.000	\$ 11.088.000	1	\$ 11.088.000
				Subtotal		\$ 31.416.000
Operativos						
Guías	\$ 600.000	1,54	\$ 924.000	\$ 11.088.000	3	\$ 33.264.000
Auxiliar de guías	\$ 300.000	1,54	\$ 462.000	\$ 5.544.000	2	\$ 11.088.000
				Subtotal		\$ 44.352.000
				TOTAL NOMINA		\$ 75.768.000

* Personal laborando a tiempo parcial y algunos por turnos

De otra parte para el desarrollo de la labor administrativa se contempla contar con labores profesionales que son contratados por outsourcing, tales servicios son los contemplados en la tabla 24:

Tabla 24-Servicios contratados por outsourcing

Servicios de Outsourcing						
1	Contable			\$ 400.000	12	\$ 4.800.000
1	Experto ambiental (5 asesorías mes por primer año mas de eso se pagara adicional)			\$ 900.000	12	\$ 10.800.000
1	Asesorías en seguridad industrial y salud ocupacional			\$ 400.000	12	\$ 4.800.000
						\$ 20.400.000



8. Aspectos Financieros

El presente capítulo resume los aspectos financieros para lograr los objetivos de mercado y la puesta en marcha del proyecto.

Objetivo General:

Maximizar el valor económico de ECOCAT a través de un crecimiento sostenible de los ingresos y la optimización de los costos, asegurando la rentabilidad a largo plazo.

Objetivos Específicos:

- Establecer el punto de equilibrio y los niveles de ingresos necesario para lograr la participación del mercado propuesta mediante la proyección de costos y gastos.
- Determinar la estructura de costos necesaria para mantener los ingresos de forma sostenible incluyendo en el flujo de caja todos los costos e ingresos proyectados.
- Identificar la estructura financiera óptima para obtener una rentabilidad superior a la esperada en el sector.
- Identificar el flujo de caja que permita lograr las metas de participación del mercado propuesta para los próximos años.
- Establecer la inversión necesaria para el planteamiento de negocio propuesto.
- Determinar la tasa interna de retorno y el tiempo de recuperación de la inversión.

8.1. Supuestos Económicos para la Simulación:

La simulación financiera se basa en los siguientes supuestos:



Tabla 25-Supuestos financieros

SUPUESTO	ITEM	JUSTIFICACION
INGRESOS		
Crecimiento en ventas	8% primer año y 10% los subsiguientes	Teniendo en cuenta estrategia y objetivos de mercados
Incremento de presupuesto de marketing mix	16%	Teniendo en cuenta que el producto es diferenciado, y que existe un alto porcentaje de competencia informal en la zona
Incremento anual de los costos fijos	8%	Considerando la inflación y el crecimiento de la empresa.
Comisiones por ventas (personal planta)	6% de las ventas anuales	Estableciendo cumplimiento de metas entre el punto de equilibrio y las proyecciones que permiten lograr la tasa esperada y el retorno de inversion
OPERATIVOS		
Capacidad	80%	Trabaja al 80% de su capacidad teniendo en cuenta que la propuesta encaminada hacia la sostenibilidad incursona en la zona
Jornada laboral	Tiempo parcial flexible de viernes a lunes (8am a 5:00pm) Turnos de medio tiempo para administrativos de lunes a sabado	Teniendo en cuenta que el servicio es requerido principalmente los fines de semana
SUPUESTOS DE PREFERENCIA		
Preferencias de Uso (consumidor)	55% Planes ecologicos 45% Planes de aventura	Basado en la investigacion de mercados
Clientes asiduos al ecoturismo (mensual, bimensual trimestral)	24,70%	Basado en la investigación de mercados. (mensual 4,3%; bimestral3,2%; trimestral 17,2%)
Mercado potencial (por desarrollar)	81,40%	Basado en la investigación de mercados. Aquellos que no frecuentam seguido el servicio o no acuden a servicios de turismo por experiencias .(No hacen turismo 6,2%; acuden cada semestre 20,4%; acuden 1 vez al año 54,8%)
Precio promedio aceptado por dia	\$180.000 y \$300.000	Basado en la investigacion de mercados
FINANCIEROS		
Tasa de credito	18%	Tasas del Banco Agrario para credito verde PYME
Plazo del credito	5 años	
Tasa de descuento	25%	Calculada en la tedencia del mercado y el nivel de riesgo
Tasa de impuestos sobre la renta	34%	De acuerdo con la legislación fiscal vigente en el país.
Inflación anual	7%	Basada en las proyecciones del Banco Central y metas de gobierno

8.2. Proyección de Ventas

Las ventas se proyectaron teniendo en cuenta el 80% de la capacidad anual de ECOCAT lo que indicó que hay una capacidad para atender 2278 clientes en el primer año y aplicando entre sus 9 planes la preferencia del 55% hacia planes ecoturísticos y



del 45% hacia planes de aventura. De igual forma se tiene en cuenta un crecimiento del 8% el primer año y en los posteriores del 10%. El resultado se indica así:

Tabla 26-Proyección de Ventas

AÑO	PROYECCIONES				
	2025	2026	2027	2028	2029
VENTAS ANUALES	\$ 466.706.300,0	\$ 539.325.800,3	\$ 634.786.466,9	\$ 747.143.671,6	\$ 862.950.940,7
COSTOS ANUALES	\$ 185.884.500,0	\$ 210.793.023,0	\$ 243.465.941,6	\$ 281.203.162,5	\$ 321.696.417,9
MARGEN OPERATIVO	\$ 280.821.800,0	\$ 328.532.777,3	\$ 391.320.525,4	\$ 465.940.509,1	\$ 541.254.522,8

Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes

8.3. Proyección de Gastos de Mercadeo

Debido a la estrategia comercial y propuesta diferencial en la zona, se define un presupuesto de mercadeo superior al que suelen invertir empresas similares, enfocado en publicidad y manejo de redes; Por esto con el fin de dar a conocer y posicionar los servicios en el corto y mediano plazo el presupuesto inicial asciende a \$19,6 millones para el primer año, el cual se incrementará en un 16% cada año.

Tabla 27- Presupuesto de Mercadeo

CONCEPTO	COSTO BASE	INVERSION 1ER AÑO
Diseño y gestión de pagina web	1.500.000,00	1.500.000,00
Página web 4-5 pestañas/ blog imágenes ilimitadas; Diseño responsive para celulares; Indexaciones en Google-Yahoo-Bing; Hosting, dominio y certificado SSL incluidos; enlaces a redes sociales (servicio 1 vez)		
Tienda virtual y pasarelas de pago	865.000,00	10.380.000,00
Plataformas de pagos o pasarelas de pagos (Pay U, Paypal); Indexación de productos con sus imágenes y descripción, Diseño responsive para celulares; Correo corporativo, hosting y dominio; Diseño y funcionamiento de paginas web, redes sociales y blog. (servicio mensual para todo el año)		
Gestión en redes sociales (Community Manager)	550.000,00	6.600.000,00
Paquetes administración de redes sociales (medio); Generación de contenidos: Diseño gráfico de post y textos; Creación de stories o reels; post de video; Optimización de historias destacadas y de perfiles en redes sociales; Publicidad en redes sociales (creación de campañas con objetivos); Actualización en web: artículos publicados en sitio web, optimizados para buscadores; Informes y seguimiento estadístico. (servicio mensual para todo el año)		
Estrategia de Posicionamiento a largo plazo y Web SEO	2.400.000,00	0,00
Diagnostico; Definición de palabras claves; Optimización del sitio web; Configuración ambiente Google construcción de enlaces; Estrategias de contenidos y seguimiento de indicadores de trafico web; Análisis de la competencia; Posicionamiento en redes sociales. (Paquete por 3 meses) Esta se implementara desde el segundo año		
Participación en eventos y exhibiciones	200.000,00	1.200.000,00
Material POP Participación en aprox 4 eventos al año)		
TOTAL		19.680.000,00

8.4. Proyección de Costos de Producción

Los costos de producción varían según el plan y según los servicios tercerizados que se requieran. Por lo que se proyecta los costos de acuerdo con los planes ofertados. Para el primer año los costos se distribuyen así:



Tabla 28-Costos de cada plan de ECOCAT primer año

NOMBRE DEL PRODUCTO SERVICIO	CANTIDADES	COSTO UNITARIO DEL PDTO O SERVICIO	COSTOS TOTALES
Plan 1	379	\$ 48.000,00	\$ 18.192.000
Plan 2	663	\$ 53.000,00	\$ 35.139.000
Plan 3	568	\$ 38.000,00	\$ 21.584.000
Plan 4	284	\$ 78.000,00	\$ 22.152.000
Plan 5	134	\$ 155.000,00	\$ 20.770.000
Plan 6	115	\$ 215.000,00	\$ 24.725.000
Plan 7	77	\$ 240.000,00	\$ 18.480.000
Plan 8	19	\$ 452.500,00	\$ 8.597.500
Plan 9	38	\$ 427.500,00	\$ 16.245.000

Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes

8.5. Proyección de Gastos Administrativos:

La tabla de gastos para el primer año se presenta teniendo en cuenta nóminas contratadas a tiempo parcial, el presupuesto de marketing, el que no existe arriendo ya que la zona de recepción de turistas y bodega será aporte de los socios. No obstante se contempla gastos de servicios públicos; outsourcing para labores específicas en temas de sostenibilidad y conservación, contable y de seguridad industrial y salud ocupacional. Igualmente se contemplan rubros para capacitación y comisiones por ventas para el personal de planta que cumpla metas.

Figura 34-Proyección Gastos ECOCAT (primer año)

NÓMINAS:		GASTOS FIJOS:	
	VALOR AÑO 1		VALOR AÑO 1
ADMINISTRATIVA:	\$ 20.328.000,00	ARRIENDO:	-
VENTAS:	\$ 11.088.000,00	SERVICIOS PUBLICOS:	\$ 1.200.000,00
PRODUCCION/SERVICIO:	\$ 44.352.000,00	TELEFONIA CELULAR:	\$ 2.400.000,00
TOTAL NÓMINAS	\$ 75.768.000,00	INTERNET:	\$ 1.200.000,00
PRESUPUESTO DEL MARKETING MIX año de INICIO.	\$ 19.680.000,00	PAPELERIA:	\$ 600.000,00
GASTO PUBLICITARIO AÑOS SIGUIENTES		SERVICIOS DE SEGURIDAD:	-
2026	\$ 22.828.800,00	SERVICIOS DE ASEO:	-
2027	\$ 26.481.408,00	Polizas de seguro extracontractual	\$ 2.000.000,00
2028	\$ 30.718.433,28	Outsourcing	\$ 20.400.000,00
2029	\$ 35.633.382,60	Mantenimientos equipos	\$ 5.600.000,00
		Reemplazo de herramientas	\$ 1.200.000,00
		Insumos de Conservación	\$ 2.000.000,00
		Capacitaciones	\$ 2.000.000,00
		Comisiones Ventas	\$ 27.588.306,00
		TOTAL GASTOS FIJOS	\$ 64.188.306,00

Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes



8.6. Presupuesto de Inversión

El total de la inversión necesaria para iniciar labores de ECOCAT se calcula en \$125.931.000 teniendo en cuenta el terreno rural en donde se atenderá a la gente, el cual por un valor de \$50 millones. La adecuación de este terreno por \$15 millones se incluye dentro del rubro de propiedad planta y equipo, en donde también están las compras de los equipos e implementos que serán utilizados en la prestación del servicio, equipos de oficina, y muebles y gastos legales de puesta en marcha.

Figura 35-Presupuesto de inversión inicial ECOCAT

	INVERSIÓN INICIAL	
TERRENOS	\$	50.000.000,00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$	67.116.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$	1.000.000,00
EQUIPO DE OFICINA	\$	3.000.000,00
EQUIPO DE TRANSPORTE		
FRANQUICIAS	\$	-
PATENTES /INV en INTANGIBLES	\$	-
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$	4.815.000,00
TOTAL INVERSIONES	\$	125.931.000,00

Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes

8.7. Estados Financieros (escenario probable)

El presente escenario conservador es el más probable, ya que sus cálculos están hechos sobre el 80% de su capacidad así como que existe una demanda total turistas de aventura en el año 2023 de 44.026, de los cuales el 24,7% se puede considerar una demanda periódica de 10.874 turistas y 33.108 turistas como demanda estacional (Ver numeral 4.5.7.1. Demanda por frecuencia del servicio)

8.7.1. Estado de Resultados:

Se observa en la figura 36 la proyección desde el año 2025 al 2029 con una utilidad bruta de \$273,9 millones para el primer año de operación y crecimiento promedio anual del 17% hasta obtener en el año 2029 un valor de utilidad bruta de \$528,4 millones.



Figura 36-Estado de resultados proyectados- ECOCAT

	2025	2026	2027	2028	2029
VENTAS	\$ 466.706.300,0	\$ 539.325.800,3	\$ 634.786.466,9	\$ 747.143.671,6	\$ 862.950.940,7
COSTO VENTAS	\$ 185.884.500,0	\$ 210.793.023,0	\$ 243.465.941,6	\$ 281.203.162,5	\$ 321.696.417,9
UTILIDAD BRUTA	\$ 280.821.800,0	\$ 328.532.777,3	\$ 391.320.525,4	\$ 465.940.509,1	\$ 541.254.522,8
GASTOS ADITIVOS Y VTAS	\$ 75.768.000,0	\$ 81.071.760,0	\$ 86.746.783,2	\$ 92.819.058,0	\$ 97.460.010,9
GASTOS FIJOS DEL PERIODO	\$ 64.188.306,0	\$ 68.681.487,4	\$ 73.489.191,5	\$ 78.633.434,9	\$ 82.565.106,7
OTROS GASTOS	\$ 19.680.000,0	\$ 22.828.800,0	\$ 26.481.408,0	\$ 30.718.433,3	\$ 35.633.382,6
DEPRECIACIÓN	\$ 8.474.600,0	\$ 8.474.600,0	\$ 8.474.600,0	\$ 8.474.600,0	\$ 8.474.600,0
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 112.710.894,0	\$ 147.476.129,9	\$ 196.128.542,6	\$ 255.294.982,8	\$ 317.121.422,5
GASTOS FINANCIEROS	\$ 20.216.016,3	\$ 17.390.265,1	\$ 14.055.878,8	\$ 10.121.303,0	\$ 5.478.503,4
UTILIDAD ANTES DE IMPOTOS	\$ 92.494.877,7	\$ 130.085.864,7	\$ 182.072.663,8	\$ 245.173.679,9	\$ 311.642.919,1
IMPUESTOS	\$ 31.448.258,4	\$ 44.229.194,0	\$ 61.904.705,7	\$ 83.359.051,2	\$ 105.958.592,5
UTILIDAD NETA	\$ 61.046.619,3	\$ 85.856.670,7	\$ 120.167.958,1	\$ 161.814.628,7	\$ 205.684.326,6

Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes

8.7.2. Balance General:

Figura 37-Balance general proyectado-ECOCAT

AÑO o	BALANCE					
	2025	2026	2027	2028	2029	
ACTIVO						
CAJA/BANCOS	\$ 86.380.201,50	\$ 171.651.061,87	\$ 199.192.280,38	\$ 237.794.924,67	\$ 283.577.210,05	\$ 328.084.919,10
FIJO NO DEPRECIABLE	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00
FIJO DEPRECIABLE	\$ 75.931.000,00	\$ 75.931.000,00	\$ 75.931.000,00	\$ 75.931.000,00	\$ 75.931.000,00	\$ 75.931.000,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ 8.474.600,00	\$ 16.949.200,00	\$ 25.423.800,00	\$ 33.898.400,00	\$ 42.373.000,00
ACTIVO FIJO NETO	\$ 125.931.000,00	\$ 117.456.400,00	\$ 108.981.800,00	\$ 100.507.200,00	\$ 92.032.600,00	\$ 83.558.000,00
TOTAL ACTIVO	\$ 212.311.201,50	\$ 289.107.461,87	\$ 308.174.080,38	\$ 338.302.124,67	\$ 375.609.810,05	\$ 411.642.919,10
PASIVO						
Impuestos X Pagar	\$ 0	\$ 31.448.258,4	\$ 44.229.194,0	\$ 61.904.705,7	\$ 83.359.051,2	\$ 105.958.592,5
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ 31.448.258,4	\$ 44.229.194,0	\$ 61.904.705,7	\$ 83.359.051,2	\$ 105.958.592,5
Obligaciones Financieras	\$ 112.311.201,50	\$ 96.612.584,14	\$ 78.088.215,67	\$ 56.229.460,86	\$ 30.436.130,19	\$ -
PASIVO	\$ 112.311.201,50	\$ 128.060.842,57	\$ 122.317.409,67	\$ 118.134.166,55	\$ 113.795.181,34	\$ 105.958.592,49
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 100.000.000,00	\$ 100.000.000,00	\$ 100.000.000,00	\$ 100.000.000,00	\$ 100.000.000,00	\$ 100.000.000,00
Utilidades del Ejercicio	\$ 0	\$ 61.046.619,3	\$ 85.856.670,7	\$ 120.167.958,1	\$ 161.814.628,7	\$ 205.684.326,6
TOTAL PATRIMONIO	\$ 100.000.000,00	\$ 161.046.619,30	\$ 185.856.670,71	\$ 220.167.958,11	\$ 261.814.628,71	\$ 305.684.326,61
TOTAL PAS + PAT	\$ 212.311.201,50	\$ 289.107.461,87	\$ 308.174.080,38	\$ 338.302.124,67	\$ 375.609.810,05	\$ 411.642.919,10

Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes

8.7.3. Flujo de Caja:

Figura 38-Flujo de caja proyectado-ECOCAT

AÑO o	FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO:					
	2025	2026	2027	2028	2029	
CAPITAL INVERTIDO						
Activos Corrientes	\$ 86.380.202	\$ 171.651.062	\$ 199.192.280	\$ 237.794.925	\$ 283.577.210	\$ 328.084.919
Pasivos Corrientes	\$ -	\$ 31.448.258	\$ 44.229.194	\$ 61.904.706	\$ 83.359.051	\$ 105.958.592
KTNO	\$ 86.380.202	\$ 140.202.803	\$ 154.963.086	\$ 175.890.219	\$ 200.218.159	\$ 222.126.327
Activo Fijo Neto	\$ 125.931.000	\$ 117.456.400	\$ 108.981.800	\$ 100.507.200	\$ 92.032.600	\$ 83.558.000
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ 8.474.600	\$ 16.949.200	\$ 25.423.800	\$ 33.898.400	\$ 42.373.000
Activo Fijo Bruto	\$ 125.931.000	\$ 125.931.000	\$ 125.931.000	\$ 125.931.000	\$ 125.931.000	\$ 125.931.000
Total Capital Operativo Neto	\$ 212.311.202	\$ 257.659.203	\$ 263.944.886	\$ 276.397.419	\$ 292.250.759	\$ 305.684.327

Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes

8.7.4. Fuentes de Financiación



Se requiere un crédito por \$ 112,3 millones que inicialmente se calcula con los datos de la línea de crédito verde para PYMES del Banco Agrario a una tasa de 18% EA con plazo de 5 años, para lo cual se puede observar el flujo en la siguiente tabla:

Figura 39-Proyección flujo de financiación-ECOCAT

CALCULO DEL PRÉSTAMO						
	inicial	interés	amort	cuota	final	
AÑO 0						\$112.311.201,5
2025	\$ 112.311.201,5	\$ 20.216.016,3	\$ 15.698.617,4	\$ 35.914.633,6	\$ 96.612.584,1	
2026	\$ 96.612.584,1	\$ 17.390.265,1	\$ 18.524.368,5	\$ 35.914.633,6	\$ 78.088.215,7	
2027	\$ 78.088.215,7	\$ 14.055.878,8	\$ 21.858.754,8	\$ 35.914.633,6	\$ 56.229.460,9	
2028	\$ 56.229.460,9	\$ 10.121.303,0	\$ 25.793.330,7	\$ 35.914.633,6	\$ 30.436.130,2	
2029	\$ 30.436.130,2	\$ 5.478.503,4	\$ 30.436.130,2	\$ 35.914.633,6	\$ -	

Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes

8.7.5. Flujo de Caja Libre

El flujo de caja libre de sus primeros cinco años muestra un flujo de efectivo positivo que denota la liquidez de la empresa y el flujo de efectivo en todos los años.

Tabla 29-Flujo de caja libre

CALCULO DEL FLUJO DE CAJA LIBRE						
EBIT	\$ 112.710.894,0	\$ 147.476.129,9	\$ 196.128.542,6	\$ 255.294.982,8	\$ 317.121.422,5	
Impuestos	\$ 38.321.704,0	\$ 50.141.884,2	\$ 66.683.704,5	\$ 86.800.294,2	\$ 107.821.283,7	
NOPLAT	\$ 74.389.190,0	\$ 97.334.245,7	\$ 129.444.838,1	\$ 168.494.688,7	\$ 209.300.138,9	
Inversión Neta	\$ -45.348.001,9	\$ -6.285.682,9	\$ -12.452.532,6	\$ -15.853.339,9	\$ -13.433.567,7	
Flujo de Caja Libre del período	\$ 29.041.188	\$ 91.048.563	\$ 116.992.306	\$ 152.641.349	\$ 195.866.571	

Fuente: Simulador financiero simplificado V.2.12. Magister Mauricio Reyes

8.7.6. Indicadores Financieros de Rentabilidad

Las proyecciones de ventas y los resultados evidenciados en el flujo de caja proyectado para este emprendimiento indican que la inversión tiene una rentabilidad del 34,27% superando la tasa de descuento libre de riesgo del 25%, con un valor presente neto de la inversión positivo superior y una recuperación de la inversión estimada en 3 años y diez meses. Tal y como se indica en la *tabla 30 de indicadores financieros* que se explican con mayor detalle en el numeral 8.7.7 *Evaluación financiera*.



Tabla 30-Indicadores financieros ECOCAT

Indicador	Valor
Valor Presente Neto (VPN)	\$ 55.796.344,07
TIR	34,27%
Tasa de descuento	25%
Punto de equilibrio	1.081 unidades
Valor de unidades en punto equilibrio	\$ 295.574.126,26
Periodo de recuperacion de la inversión	3,96 años

8.7.7. Evaluación Financiera.

Realizando el análisis de los indicadores financieros de la tabla 30, se puede indicar que:

El VPN que representa el valor actual de todos los flujos de caja del proyecto descontados a la tasa libre de riesgo o mínima exigida por los inversionistas (25%) es positiva y muy alta, lo es una señal muy positiva de este emprendimiento.

La tasa interna de retorno TIR del 34,27% es superior a la tasa del 25%, tasa que considera tanto el valor de la tasa libre de riesgo (CDT 14%), como la inflación proyectada (10%) y el margen neto del sector (2%). Lo que demuestra que es una excelente inversión.

El punto de equilibrio de 1081 unidades que corresponde al 53% de las ventas con la capacidad calculada para el primer año, lo que demuestra que es muy factible de superar y que no se requiere un volumen de ventas excesivas.

La recuperación de la inversión de 3 años y 10 meses es relativamente corta, lo cual se puede evidenciar en el flujo de caja libre el cual es positivo desde el primer año, lo que significa que la inversión inicial se recuperará en poco tiempo.



9. Enfoque Hacia la Sostenibilidad

En el presente capítulo se presenta la propuesta de sostenibilidad integral de ECOCAT fundamentada en los principios de sostenibilidad recomendados por la ONU Turismo desde el equilibrio en los aspectos medioambientales, económicos y sociocultural (ONU-Turismo, 2024) todo ello considerando la gobernanza en que se desenvuelve el territorio. Para ello, se describe de manera breve el diagnóstico de la problemática del turismo mediante el análisis de estudios de casos rurales y las etapas que describe la Teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos (CVDT) del doctor Butler. Posteriormente, se aborda la propuesta desde cada uno de los principios de sostenibilidad y la alineación de esta con los objetivos de los ODS. De igual forma y para tener una imagen global del negocio sugerimos consultar el *Anexo 10 Lienzo del modelo de negocio*, que describe en el modelo Canva la interrelación de sus dimensiones.

9.1. Diagnóstico del Ecoturismo y Teoría del Ciclo de Vida

El turismo de naturaleza como ya se ha mencionado, tiene muchos beneficios para la salud y el bienestar de los seres humanos. No obstante, al desarrollar cualquier tipo de proyecto es importante considerar tanto los impactos positivos como los negativos. A estos últimos podríamos llamarlos como la problemática del turismo. Por eso se toman los resultados reportados por algunos estudios, como el de los impactos del turismo de naturaleza analizados en una investigación para el Departamento de Boyacá (Cruz Rodríguez, 2021) en donde se muestran entre los impactos positivos, el incremento de los ingresos de las poblaciones rurales al lograr exhibir y resaltar la cultura y sus costumbres generando experiencias generadoras de ingreso; Se observa también el aumento de la conciencia ambiental en los pobladores y turistas de la zona; La mejora



en la calidad de vida por ingresos y por la unión familiar, ya que este tipo de negocio atrajo de nuevo a los jóvenes hacia el campo, fortaleciendo los lazos familiares y de amistad entre sus pobladores.

Por otra parte, como impactos negativos se menciona que en Villa de Leyva, Ráquira, Tota, Cuitiva y Monquirá, en los que el crecimiento estable de este tipo de turismo ha generado el turismo en masa, se ha requerido la expansión de construcciones artificiales para atender al turista y se observa el aumento de la inversión foránea; lo que ha llevado a la pérdida de identidad cultural de la zona y a la modificación del atractivo de los paisajes rurales como por ejemplo el Lago de Tota, en el que se ha permitido pesca comercial y construcción de hoteles de lujo y otros complejos perimetrales, con lo que se ha aumentado la probabilidad de pérdida de paisajes y la posible pérdida de los ecosistemas (Cruz Rodríguez, 2021). Este mismo estudio menciona ecaso en zona rurales de China, en el que se demuestra que el turismo aumentó la probabilidad de impactar la cultura rural, de cambiar su forma de vida y de incrementar los motivos de conflicto al tener que competir por clientes. Adicionalmente, indica que es normal que en zonas de crecimiento estable del turismo se vea el aumento del valor de la tierra, lo que puede afectar de alguna forma en la migración de sus habitantes.

Por otro lado, en zona rural de la Toscana, Italia (Randelli, 2019) se ha dado además el fenómeno de la gentrificación rural al verse el aumento de compra de propiedades por parte de externos en zona rurales, provocando la tendencia de la mercantilización de las zonas rurales y con ello la amenaza de pérdida de identidad que los recursos locales, incluyendo la probabilidad que sus residentes puedan ser sobreexplotados.

De manera más cercana al territorio del presente plan de negocios, es importante mencionar los resultados de una investigación de campo cualitativa sobre las

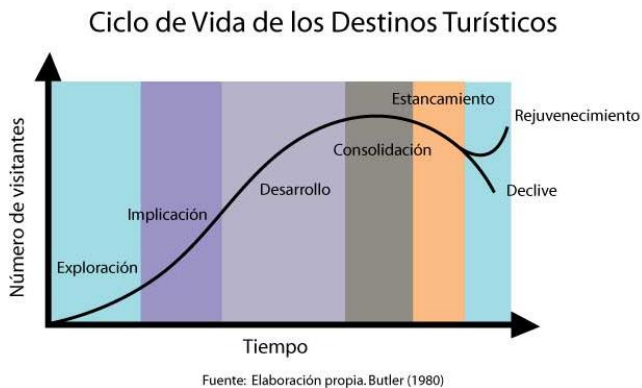


implicaciones del turismo en Tobia, inspección del Municipio de Nimaima. El autor concluye que luego de 20 años (entre 1997 al 2017) en que Tobia ha sido desarrollado como destino turístico principalmente para actividades de aventura extrema, los beneficios e impactos negativos han sido entre otros que: La actividad se convirtió en el primer medio económico de la zona generando mayor empleo e ingreso; Se presentó la degradación de algunos espacios rurales y urbanos; Se modificó la tradición arraigada del modo de producción para cambiarla al sector turístico; Mejoraron los principales servicios de infraestructura (red vial, alcantarillado, agua potable, luz, puesto de salud entre otros); Se observó el cambio de las dinámicas rurales tradicionales por rutinas turísticas y gustos ciudadanos; Se modificaron los espacios rurales por el paso excesivo de turistas, lo que ocasionó la desaparición de algunos ecosistemas; Se incrementó la inversión extranjera y como respuesta a esto apareció el turismo comunitario a fin de obtener las ganancias que no les deja el turismo de aventura; También se observó la aparición de economías ilegales (droga, prostitución, creación de empresas fachadas) (Bastidas, 2018)

Por otra parte, y relacionando los anteriores estudios de caso, se observa que la problemática ya ha sido identificada e incluso se podría decir que está evidenciada en el desarrollo de la reconocida Teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos (CVDT) formulada en los años 80's por el doctor Richard Butler Profesor Emérito de la Strathclyde Business School, en Glasgow, quien en el 2015 ganó premio Ulises de la OMT hoy ONU Turismo, por sus aportes en la capacitación y sostenibilidad del sector turismo. Según Butler un destino turístico tiene una evolución similar a la de los productos comerciales subdivididas en 6 etapas en las cuales el destino muestra una etapa de exploración, implicación, desarrollo, consolidación estancamiento y declive o rejuvenecimiento. El siguiente gráfico resume su teoría:



Figura 40-Ciclo de vida de los destinos turísticos CVDT- Butler 1989



Las etapas del CVDT y algunos impactos de cada etapa (Entorno Turístico Staff, 2017) se resumen a continuación:

Etapas del CVDT:

Etapas 1 Exploración: Se observa en un destino en donde llega un pequeño grupo de visitantes atraídos por las bellezas naturales o particularidades del lugar. Es posible que también los atraiga la falta de infraestructura y lo alejado de la civilización. En esta etapa la población local es amable y fluida. El entorno se ve alterado de forma limitada.

Etapas 2. Implicación: Se da el inicio a la actividad turística de manera informal, se dan iniciativas locales de desarrollo de una planta turística básica para los visitantes, lo que hace que el número de visitantes crezca hasta tener una tasa regular, aparecen emprendedores locales que hacen que aumente su promoción y las administraciones públicas se empiezan a ver obligadas a mejorar la infraestructura del lugar. Impactos: Crecimiento de nueva economía local, Mejora de infraestructura vías, servicios y otros.

Etapas 3. Desarrollo: Motivado por la publicidad de los emprendimientos locales para conocer el destino, el número de visitantes comienza a crecer progresivamente. El negocio turístico puede empezar a pasar a manos de compañías foráneas y no de los lugareños. Esto se suele dar más en cuanto a los lugares de hospedaje, en algunos casos pueden empezar a aparecer nuevos atractivos “artificiales”. Impactos: Mejora



calidad de vida habitantes; Inicia cambio de cultura y tradiciones; Aumento tasa de visitantes; Se inician modificaciones a los ecosistemas con atractivos artificiales; Se empieza a notar el desencanto de la comunidad.

Etapa 4. Consolidación: Se observa el aumento de visitantes, pero con un ritmo más lento. El turismo pasa a ser parte importante de la economía local. Se observa el deterioro de la infraestructura y el número de visitantes empieza a ser mayor que el de los residentes, lo que hace que la parte cultural que definía el lugar se vea más alejada, lo que puede hacer que los residentes vean una invasión de parte de los turistas. El objetivo es aumentar el periodo de estancia de los turistas, aumentar el consumo y desestacionalizar la temporada turística. Impactos: Desplazamiento de los habitantes; Aumento de personas foráneas; Cambio de cultura y tradiciones; deterioro de infraestructura; deterioro de ecosistemas; Cambio de economía y tradición de producción; Cambio del uso de la tierra.

Etapa 5. Estancamiento: En este punto se llega al tope de visitantes y el destino pasa de moda. Se busca nuevas opciones tratando de hacer turismo más conservador y/o alternativo. Existen problemas para mantener los antiguos niveles de ocupación, y el desarrollo se produce en las periferias del destino. Impactos: El número de foráneos es mayor que el de residentes; deterioro de infraestructura del lugar; Aparición de problemas sociales medioambientales y económicos; Infraestructura turística se empieza a usar en otros negocios.

Etapa 6. Declive o Rejuvenecimiento: En esta etapa se pueden presentar dos fenómenos, el primero es que el destino entra en “declive” y no podrá competir con otros destinos lo que producirá baja de visitantes, el lugar pasa de moda y se convertirá en destino de fin de semana o de un día; El segundo escenario es el “Rejuvenecimiento” en el cual en conjunto las organizaciones públicas y privadas cambian completamente las



características de atracción del destino enfocando un mercado turístico específico y diferente

Teniendo en cuenta el diagnóstico de casos y la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos se realizó el resumen de la problemática del turismo en la naturaleza el cual se puede observar en *el Anexo8_ArboldeProblemas_TurismoenNaturaleza*.

Para mitigar la problemática y maximizar los beneficios analizados, se presenta la propuesta de ECOCAT desde el análisis de cada dimensión de sostenibilidad teniendo en cuenta la siguiente definición:

El plan de negocio de ECOCAT se proyecta desarrollar sobre tres pilares de la sostenibilidad así: La sostenibilidad ambiental, mediante el desarrollo de actividades con calidad, seguridad y prácticas conservacionistas para colaboradores internos y turistas; La sostenibilidad social mediante el desarrollo de prácticas de contratación justas, legales y estables, mediante la capacitación periódica a sus colaboradores y mediante la integración de las tradiciones autóctonas de la comunidad en los planes ofertados y finalmente la sostenibilidad económica no solo para la empresa, sino para los colaboradores y miembros de la comunidad beneficiaria, en el sentido que le permita de forma justa y reconocida aumentar el flujo de ingresos generando desarrollo propio y a sus familias.

9.2. Dimensión Social

La empresa proyecta la sostenibilidad social mediante el desarrollo de prácticas de contratación justas, legales y estables, mediante la capacitación periódica a sus colaboradores, mediante la integración de las tradiciones autóctonas de la comunidad en los planes ofertados, mediante el apoyo y la contratación con proveedores de la zona de tal forma que ECOCAT ayude en el mejoramiento de las condiciones sociales y de



empleo en la región, así como que ayude en la exaltación de sus costumbres y su riqueza regional.

9.3. Dimensión Ambiental

La sostenibilidad ambiental se proyecta en el presente plan de negocios mediante el desarrollo de actividades con calidad, seguridad y prácticas conservacionistas desde colaboradores internos y turistas, es así como que se planea que como parte del mismo marketing y en el desarrollo de sus planes se promueva el respecto y la concientización de la conservación de los tesoros naturales de la zona.

Por otro lado, se considera importante revisar los aspectos ambientales relacionados con el ecoturismo, para lo que se realizará la evaluación de los impactos en el ciclo de vida de las actividades turísticas en el medio ambiente y se incorporaran opciones para minimizar las mismas. Como aproximación inicial, se realizó un ejercicio para evaluar los impactos ambientales en el inventario de actividades de la etapa de producción del servicio turístico, en el supuesto que la empresa iniciara labores.

Ver Anexo_9 EjerciciodelImpactoAmbiental_ISO_Ecoindicadores. (Parra M. , 2024)

Siendo conscientes de esta responsabilidad y de la conservación del medio ambiente, se contempla la contratación de un asesor ambiental tanto para el diseño de los planes turísticos especializados como para el acompañamiento de los planes especializados si los clientes lo requieren (*Ver Anexo 4 Portafolio de Servicios*). De igual manera con este personal se construirán la publicidad, capacitaciones y sensibilizaciones tanto a personal interno, como a turistas, comunidad y a otros actores importantes de gobernanza en la región.

9.4. Dimensión Económica

La sostenibilidad económica que se concibe desde ECOCAT no solo abarca la eficiencia de su inversión y flujo de ingresos para la empresa, sino que concibe que la



misma sea extensiva para todos sus colaboradores y miembros de la comunidad beneficiaria. En este sentido se proyecta pagar salario y prestaciones justas, situación que por la problemática social, hoy no tienen la mayoría de los habitantes de la zona, de tal forma que se desarrolle una modelo justa y reconocido para aumentar el flujo de ingresos propios y de sus familias.

De otra parte, se preferirá contratar servicios e insumos con personas de la región, teniendo en cuenta que progresivamente estos también comiencen a cambiar sus comportamientos hacia una sostenibilidad integral y de desarrollo justo para la región.

9.5. Dimensión de Gobernanza

Para lograr el desarrollo sostenible es muy importante analizar la gobernanza del lugar y lograr entender cómo funciona las relaciones que apoyan la sostenibilidad en el sector. En este sentido se identifica el mapa de stakeholders desde la gobernanza y se hace la definición o descripción de como cada actor se involucra en el propósito de la sostenibilidad.

Figura 41-Mapeo de Stakeholders.



9.6. Estrategia de incorporación de la Sostenibilidad y Relación con los ODS

Identificando así la problemática del turismo en la naturaleza y los efectos que el turismo mal gestionado ha generado en regiones similares de Colombia y otras partes del mundo se presenta un proyecto sostenible y sustentable contemplando las políticas, planeación y visión de negocio que permitan mitigar aquellas consecuencias negativas que puede traer el turismo a la naturaleza. Es así como la agencia de ecoturismo ECOCAT se proyecta como un actor del sector del ecoturístico sostenible, que desde sus inicios proyecta generar la mejora y la transformación de este tipo turismo. Por lo cual desde la etapa de pre-semilla se busca diseñar las políticas, planes y acciones conducentes a lograr la sostenibilidad integral en busca de promover el bien común de la región y sus participantes. Con ese objetivo se diseña el Plan de Sostenibilidad de ECOCAT que se puede consultar en el *Anexo No. 10 que relaciona los ODS* y la forma en que ECOCAT pretende aportar a la consecución de metas específicas de los ODS (Naciones Unidas, s.f.), así como los grupos de interés relacionados y los indicadores a alcanzar.

Algunos puntos clave de la estrategia de sostenibilidad se fundamentan en las siguientes acciones:

- Diseño, redacción y comunicación del capítulo de sostenibilidad asociado a la estrategia empresarial de ECOCAT (redacción de política y principios)
- Fomentar en la región el desarrollo de prácticas que mejoren la prestación de servicios y fomenten la conservación de los ecosistemas y el bienestar de la comunidad.
- Desarrollar iniciativas de sostenibilidad en cada uno de los planos y actores del modelo (Garrido & Reina, 2022) (consumidor, planeta y personas/ stakeholders).



- Acreditarse y/o certificarse con marcos de referencia y/o certificaciones estándar o de referencia avalados para los servicios de turismo sostenible de naturaleza.
- Priorizar contratos con familias cultivadoras y productoras de la región, y con mujeres emprendedoras o habitantes de la región.
- Realizar talleres o charlas sobre técnicas de conservación y sostenibilidad a proveedores de la región.



10. Conclusiones

- El ecoturismo en Colombia ofrece muchas oportunidades y posibilidades no solo entre el turismo interno sino también como oferta internacional ya que la diversidad de paisajes, ecosistemas, variedad de riquezas naturales y ecológicas, así como variedad de climas, hacen que nuestro país aparezca como uno de los destinos ecoturísticos más importantes después de Costa Rica. No obstante es importante presentar ofertas transformadoras que sean sostenibles que atraigan al turista nacional e internacional y que generen una generación de turistas comprometidos con la conservación.

- El análisis del macroentorno evidencia que si bien es cierto que existe tormenta e inestabilidad política y situaciones de bajo crecimiento económico, se puede evidenciar que el gobierno y las organizaciones privadas le apuestan al turismo sostenible lo que genera buenas oportunidades para este plan de negocios. De otra parte como conclusión ante el análisis del mesoentorno, se observa una calificación alta frente a los productos sustitutos que ofrecen algunos hoteles campestres que realizan actividades dentro del complejo turístico. No obstante la validación del mercado evidencio que el segmento de clientes que buscan actividades de aventura y ecoturísticas no acude normalmente a este tipo de servicios.

- La estrategia de mercadeo para una propuesta diferencial como presentada para ECOCAT requiere una planeación de mix marketing en la cual se realicen acciones claras y concretas en medios y redes sociales para dar a conocer nuestros productos y el sentido y compromiso con el que ofrecemos nuestros servicios. De igual forma es fundamental que dichas estrategias sean monitoreadas y ajustadas oportunamente para lograr los objetivos de mercadeo.



- Las estrategias de mercadeo de ECOCAT están soportadas en factores fundamentales de la propuesta ecoturística que involucran la sostenibilidad y conservación; la innovación y flexibilidad; la diferenciación; La inclusividad y la autenticidad.
- La planeación del marketing mix de la propuesta diferencial de ECOCAT mediante una intensa campaña de marketing, nos permitirá dar a conocer nuestro trabajo y filosofía de las experiencias transformadoras y enriquecedoras del turismo de naturaleza. No obstante la imagen y posicionamiento de la empresa deberá ser construida mediante arduo trabajo y capacitación de servicio y calidad apoyado en los cinco factores fundamentales concebidos como ruta para la empresa.
- ECOCAT mediante su estrategia de mercadeo diferencial busca establecer un nicho de mercado que le genere una ventaja competitiva y posicione su marca dentro de la ruta de sostenibilidad trazada.
- La definición de la organización administrativa es fundamental para lograr los objetivos deseados. Dentro de estos la definición del esquema organizacional más idóneo y el diseño de los perfiles y cargos materializan la necesidad del recurso humano que llevara a cabo el desarrollo de las actividades necesarias. Igualmente la concepción de los elementos que motivaran la fuerza laboral es importante para transmitir a toda la organización el compromiso y el amor de los socios por la nueva empresa.
- Es importante diseñar y comunicar a todos los involucrados el modelo de gestión integral, ya que con este esquema se logrará comunicar de manera concisa y concreta cual son los insumos, los principios y factores fundamentales para el desarrollo de las funciones de la empresa que logran transformar los productos y servicios ofrecidos bajo los estándares concebidos originalmente.



- En la medida que las pymes diseñen desde su inicio un buen gobierno corporativo, se disminuirán los riesgos que trae los negocios sin experticia. Así mismo es muy importante sensibilizar a todos los socios y miembros de estos órganos colegiados a fin de que se respeten los papeles y las actuaciones se realicen de forma coherente al rol asignado y asumido. ECOCAT iniciara como una empresa pequeña, no obstante considera importante el desarrollo de esta herramienta para lograr el crecimiento, las metas y consolidar las estrategias sin la influencia de los riesgos de los sentimientos y emociones de los primeros momentos del emprendimiento.

- En análisis de los componentes legales les permiten a los fundadores trazar una ruta para la formalización y creación de la empresa. Al igual le permiten analizar las bases legales relacionadas con las obligaciones y derechos, así como las normas relacionadas al sector turístico, ambiental, fiscal, tributario y comercial entre otros.

- Los indicadores financieros evidencian que la creación de ECOCAT con la propuesta de sostenibilidad integral planteada es viable, es atractiva para cualquier inversionista, genera rentabilidad y demuestra una recuperación de la inversión en el corto plazo.



11. Referencias

- Alcaldia Municipal de Nimaima en Cundinamarca. (28 de 08 de 2023). *Alcaldia de Nimaima / Turismo*. Obtenido de <http://www.nimaima-cundinamarca.gov.co/noticias/parque-regional-de-aventura-extrema>
- Bastidas, M. S. (2018). *El Turismo y sus Implicaciones Socio-Espaciales en Tobia-Cundinamarca*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional. doi:FOR020GIB
- BBC NEWS MUNDO. (07 de 08 de 2023). Petro a un año de su llegada a la presidencia de Colombia . Colombia, America Latina.
- BBC, NEWS MUNDO. (04 de 08 de 2023). Cómo le puede afectar a Gustavo Petro el escandalo en torno a su hijo Nicolas y otras preguntas sobre este caso. America Latina, Colombia.
- Buckley, R. (2022). Tourism as a Tool in Nature-Based Mental Health: Progress and Prospects Post-Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health; Basel* , Tomo 19 No. 20.
- CNN Lationamerica. (06 de 08 de 2023). Bajo turbulencia: asi se cumple el primer año de Gustavo Petro en la presidencia de Colombia. Colombia.
- Congreso de la Republica. (31 de diciembre de 2020). Ley 2068 de 2020. *Ley 2068 de 2020*. Bogotá.
- CORFICOLOMBIANA. (2023). *Perspectivas Económicas 2024*. Bogota.
- Cruz Rodríguez, N. J. (16 de Agosto de 2021). Ecoturismo y turismo cultural: impactos positivos y negativos en el departamento de Boyacá, Colombia. *Turismo y Patrimonio*.



- Cubillos, D. N. (2022). *El turismo en Bogotá-Cundinamarca/ Una aproximación a un diagnóstico territorial del sector en la región*. Bogota: Secretaria de Planeacion.
- DANE. (2018). *Censo Nacional de Población Y Vivienda 2018 -Cuadros Personas Demográfico-CNPV 2018*. Bogotá: DANE. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>
- Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2023). *Colombia, Potencia Mundial de la Vida; Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026*. Bogotá: DNP. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/plan-nacional-desarrollo/pnd-2022-2026>
- Diaz A, J. J. (05 de 02 de 2024). *Turismo de naturaleza y aventura: un sector que crece sin parar en Colombia*. Obtenido de Las2ORILLAS: <https://www.las2orillas.co/turismo-de-naturaleza-y-aventura-un-sector-que-crece-sin-parar-en-colombia/>
- DNP-Dirección de Estudios Económicos. (2024). *Expectativas Económicas*. Bogotá. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PublishingImages/Planeacion-y-desarrollo/2024/enero/pdf/Expectativas-ene24.pdf>
- Entorno Turístico Staff. (31 de mayo de 2017). *Entorno Turístico* . Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/la-teoria-del-ciclo-vida-los-destinos-turisticos-richard-butler/>
- Garrido, E., & Reina, R. (2022). Una Visión Práctica de la Sostenibilidad. *Harvard Deusto Business Review*.
- Gobernación de Cundinamarca. (2 de Diciembre de 2020). *Mapas y Estadísticas de Cundinamarca*. Obtenido de Diagnósticos por Subsistema - Esquema de Ordenamiento Territorial de Nimaima :



<https://mapas.cundinamarca.gov.co/documents/cundinamarca-map::municipio-de-nimaima/explore>

Gutierrez, L. (2021). Ecoturismo sostenible: Benchmarking del caso Costa Rica para impulsar el turismo en Colombia. *Turismo y Sociedad*, XXIX, 239-262.
doi:doi.org/10.18601/01207555.n29.11

IDECUT. (22 de 07 de 2024). *Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca (IDECUT)*. Obtenido de Boletines Turismo 2023:
<https://www.idecut.gov.co/boletin-de-turismo/boletines-turismo-2023>

IFC-Corporación Financiera Internacional. (2021). *Guía de Gobierno Corporativo para las PYMES*. Washintong.

Li, H. y. (2023 de Enero de 2023). Beyond “bluespace” and “greenspace”: A narrative review of possible health benefits from exposure to other natural landscapes. *SCIENCE of The Total Environment*, Volumen 856 parte 2.

Mincomercio, & Europraxis, T. T. (Noviembre de 2012). *Diagnóstico de Turismo de Naturaleza en Colombia*. Obtenido de Colombia Productiva:
<https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=56e56497-881d-41f6-b23c-4df2d0685f6b>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2021). *Guía Turística de Cundinamarca*. Bogotá, Colombia.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2024). *Perfiles Económicos Departamentales-Departamento de Cundinamarca*. Bogota.

Ministerio de Comercio, I. y. (2020). *Política de Turismo Sostenible: Unidos por la Naturaleza*. Bogotá.



NACIONES UNIDAS - CEPAL. (2010). *Biblioguias-Biblioteca de la CEPAL*. Recuperado el 30 de 05 de 2024, de Biblioteca CEPAL: <https://biblioguias.cepal.org/gobierno-digital/concepto-gobernanza>

Naciones Unidas. (s.f.). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 31 de Mayo de 2024, de Metas del Objetivo: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/#>

Observatorio de Turismo de Cundinamarca del IDECUT. (Julio de 2023). Boletín de Turismo #9. Obtenido de https://instituto-departamental-de-cultura-y-turismo.micolombiadigital.gov.co/sites/instituto-departamental-de-cultura-y-turismo/content/files/000390/19458_boletin-estadistico-de-turismo--9-idecut2023.pdf

ONU-Turismo. (02 de febrero de 2024). *Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Turismo Responsable y Sostenible: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Parra, M. (28 de Mayo de 2024). Diseñando para la Economía Circular. *Impactos Ambientales Medibles*. Bogotá.

Parra, M. V. (2023). *Anteproyecto de Grado-“Plan de Empresa para Demostrar la Viabilidad de la Puesta en Marcha de una Empresa de Servicios Ecoturísticos Sostenibles en Nimaima -Cundinamarca”*. Bogotá: EAN.

PORTAFOLIO. (17 de 04 de 2024). Portafolio.co. *¿A Donde Va el Turismo del País en 2024?* Obtenido de <https://www.portafolio.co/opinion/analisis/a-donde-va-el-turismo-del-pais-en-2024-opinion-598149>

ProtecciónAmbiental-OpEPA, O. p., & Mincomercio. (2021). *Buenas Prácticas en Sostenibilidad para Turismo de Naturaleza - Agencias de Viajes*. Bogotá.



- Randelli, F. (2019). Yo rural tourism-induced built-up growth a threat for the sustainability of rural areas? The case study of Tuscany. *Land Use Policy*, Volumen 86, pag 387-398.
- Riaño, N. C. (27 de 05 de 2019). Conozca como es el mapa de los estratos en las grandes ciudades de Colombia. *La República*.
- Santesmases Mestre, M. (2015). *Marketing: Conceptos y Estrategias* ((e ed) ed.). Madrid: Piramide.
- Secretaria Distrital de Planeación. (2021). *Cifras Vivienda, Hogares y Personas para Localidad 2005-2035*. Obtenido de Visor de Población Bogotá D.C.-Secretaria Distrital de Planeación:
<https://sdpbogota.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=baabe888c3ab42c6bb3d10d4eaa993c5>
- Soloagentes. (03 de 08 de 2024). 20 estrategias de marketing imprescindibles para una agencia de viajes. *Soloagentes EMAGAZINE PARA AGENTES DE VIAJES*. Obtenido de <https://www.soloagentes.com/>
- UDEC Universidad de Cundinamarca. (2019). *Turismo en Cundinamarca: Oferta - Demanda Tomo II*. Cundinamarca: UDEC Universidad de Cundinamarca. Obtenido de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/2764/Tomo2%20%281%29.pdf?sequence=4&isAllowed=y>.



12. ANEXOS

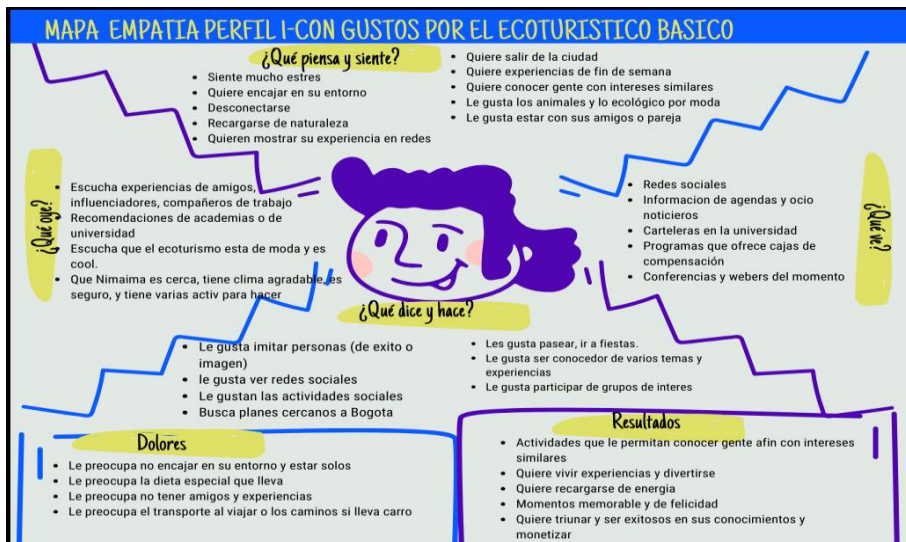


ANEXO 1

ANALISIS DE CLIENTES OBJETIVOS Y SEGMENTACION DE MERCADO

Mapas de Empatía y Perfiles Clientes

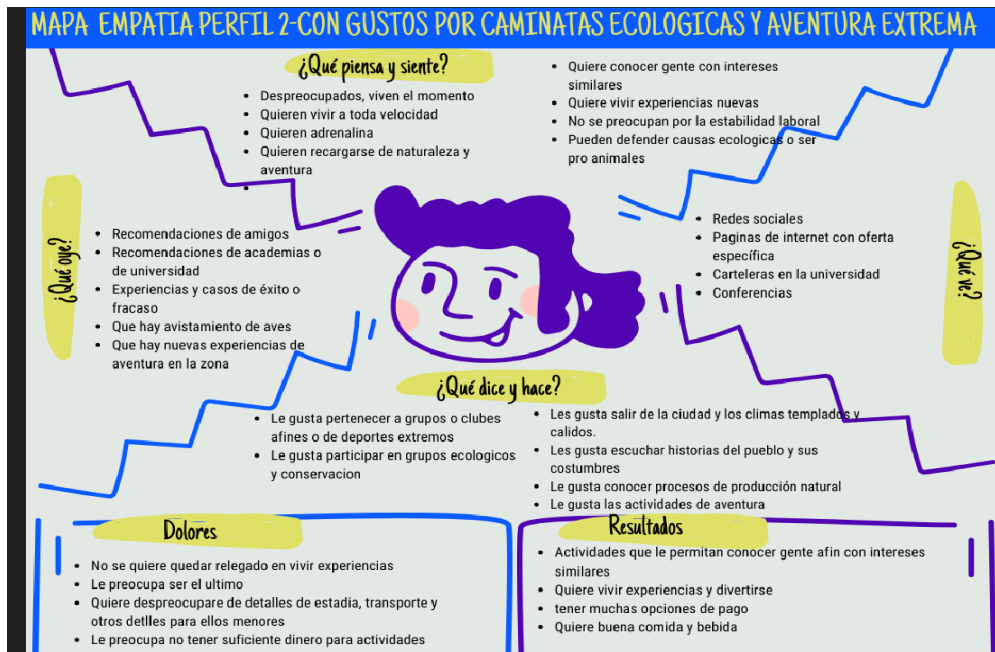
Perfil de persona 1:



SEGMENTACION EMPRESA DE SERVICIOS ECOTURISTICOS Y DE AVENTURA

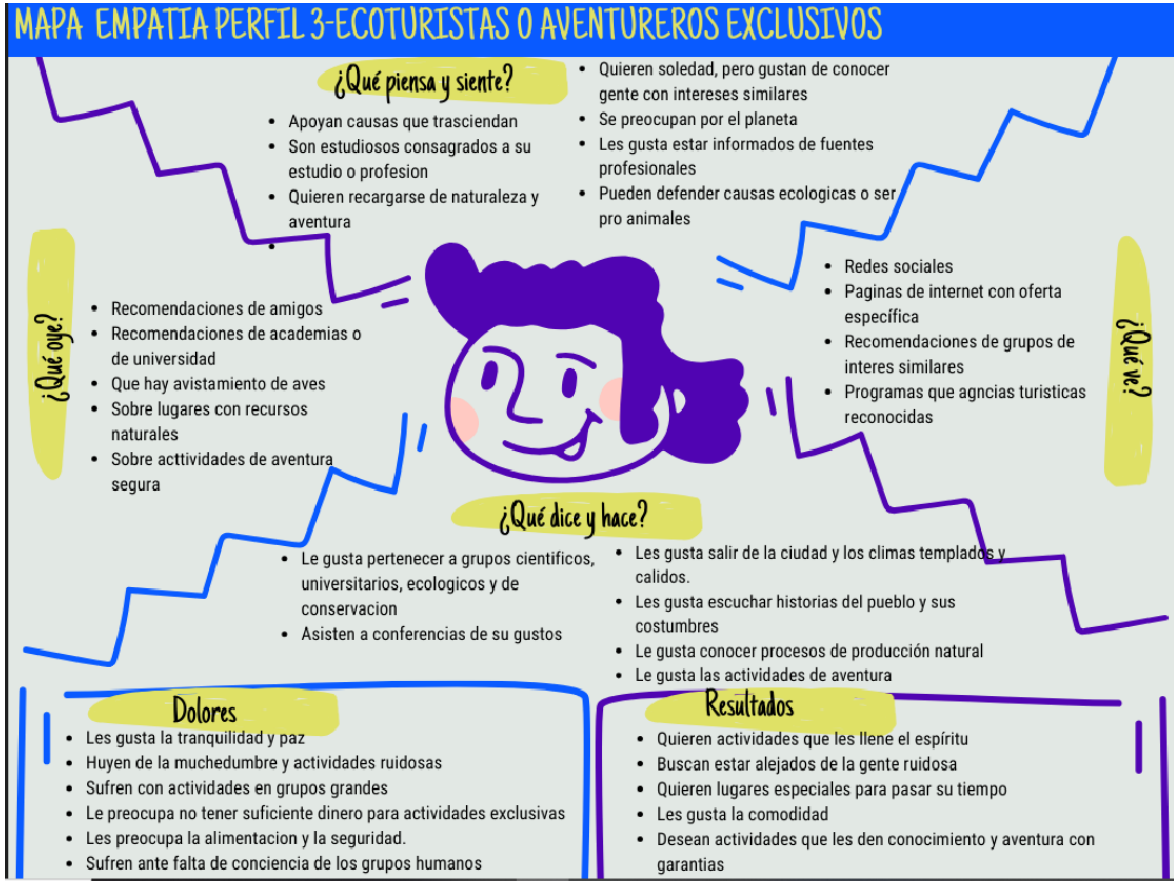
Perfil 1	USUARIOS CON GUSTOS POR EL ECOTURISTICO BASICO
Perfil usuario	Joven adulto Parejas jóvenes Personas solteras
Actividades	Estudio, trabajos, son sedentarios o realizan algún ejercicio de forma semanal. Algunos solamente estudian y reciben mesada de sus padres, otros están empezando su trabajo de forma profesional. En otros casos ya trabajan y tienen sus recursos propios y buscan nuevas experiencias profesionales de estudio o de actividades de su interés.
Rango edad	20-45
Profesión	Varias profesiones
Ingresos	Medio a Alto
Estado civil	Solteros, casados
Intereses	Quiere desconectarse, salir de la ciudad, conocer lugares nuevos, hacer caminatas cortas, conocer gente.
Donde consigue información	- Recomendaciones Cajas de Compensación, universidades, redes sociales - You Tubers - Paginas web

Perfil de persona 2:



Perfil 2	CON GUSTOS POR ECOTURISMO ESPECIALIZADO Y/O AVENTURA EXTREMA
Perfil usuario	Joven adulto Personas solteras Extranjeros
Actividades	Estudio, trabajo, físicamente activos, tienen entrenamiento físico permanente o de alto rendimiento. No se rigen por esquemas tradicionales de trabajo, se dedican a lo que les gusta o les apasiona. Viven de forma libre cada momento. tienen recursos medio o altos que permiten costear sus gustos; Pueden defender causas ecológicas y/o movimientos animalistas.
Rango edad	Mediana (25 a 45)
estrato	Ingreso medio a alto
profesión	Varias
Intereses	Gusto por hacer actividades ecológicas, o actividades extremas de aventura
Donde consigue info	- Amigos - You Tubers/ Influencer - Recomendaciones paginas especificas - Redes universitarias - Portales de agencias turísticas para extranjeros

Perfil de persona 3:

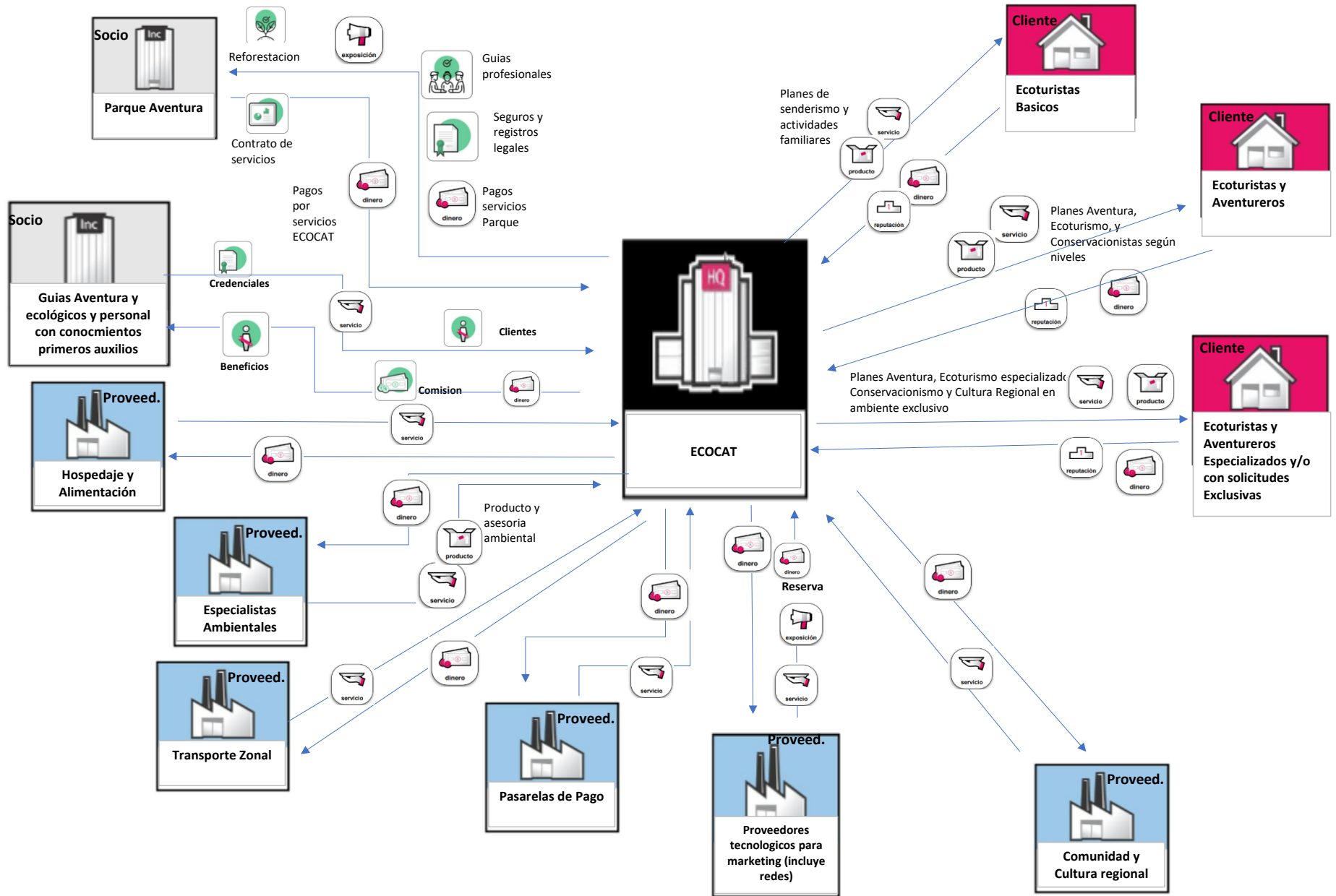


Perfil 3	ECOTURISTA O AVENTURERO EXCLUSIVO
Perfil usuario	Personas con estudios, activo, educado, busca libertad y exclusividad y privacidad
Actividades	Estudia o trabajan en actividades que les gusta o apasiona, algunos tienen participación en comunidades específicas, abogan por causas conservacionistas o pro animales por convicción. Les gusta la investigación la observaciones y actividades extremas responsables
Rango edad	Joven Adulto 35 a 50
estrato	Ingresos altos
profesión	Universitarios, profesores, investigadores, trabajadores ambientales, sociales y afines
estado civil	Solteros, casados
Intereses	Observación de aves, fotografía, estudios botánicos, huyen de lo habitual, les gusta afectar lo menos posible la naturaleza, les gustan actividades extremas con responsabilidad. Prefieren desplazarse en pequeños grupos y hospedarse en lugares tranquilos aunque deban pagar por paquetes mas costosos por día.
Donde consigue info	- Amigos - You Tubers - Recomendaciones paginas específicas o agencias reconocidas - Comunidades temáticas de interés

Perfil de persona 4: Clientes en la zona con gusto principal en hospedaje

Perfil 4	TURISTA DE RECREACION Y DESCANSO	OBSERVACION
Perfil usuario	Niños (traídos por terceros) y familias con niños	<p>Este perfil no se incluye por estar enfocado solo al hospedaje</p>
Actividades	Estudiantes de colegio para actividades de convivencia, Grupos de scouts, familias que buscan plan turístico de fin de semana para descanso.	
Rango edad	6 a 35	
estrato	medios	
profesión	colegios/ varias profesiones	
Ingresos	Medios	
Intereses	las familias, no les llama la atención las caminatas ni actividades de aventura	
Donde consigue info	Caja de compensación, paginas internet	

ANEXO 2
SYSTEM MAPPING -ECOCAT-

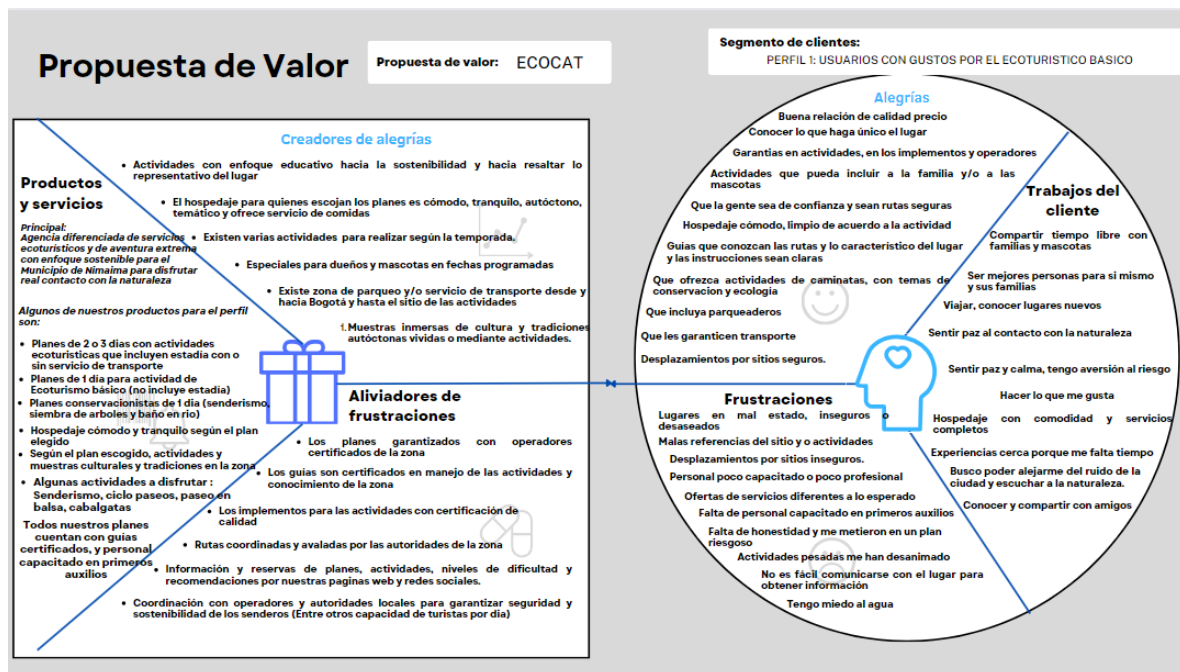


ANEXO 3

PROPUESTA DE VALOR POR SEGMENTO DE CLIENTE Y ANALISIS DE LA VALIDACION

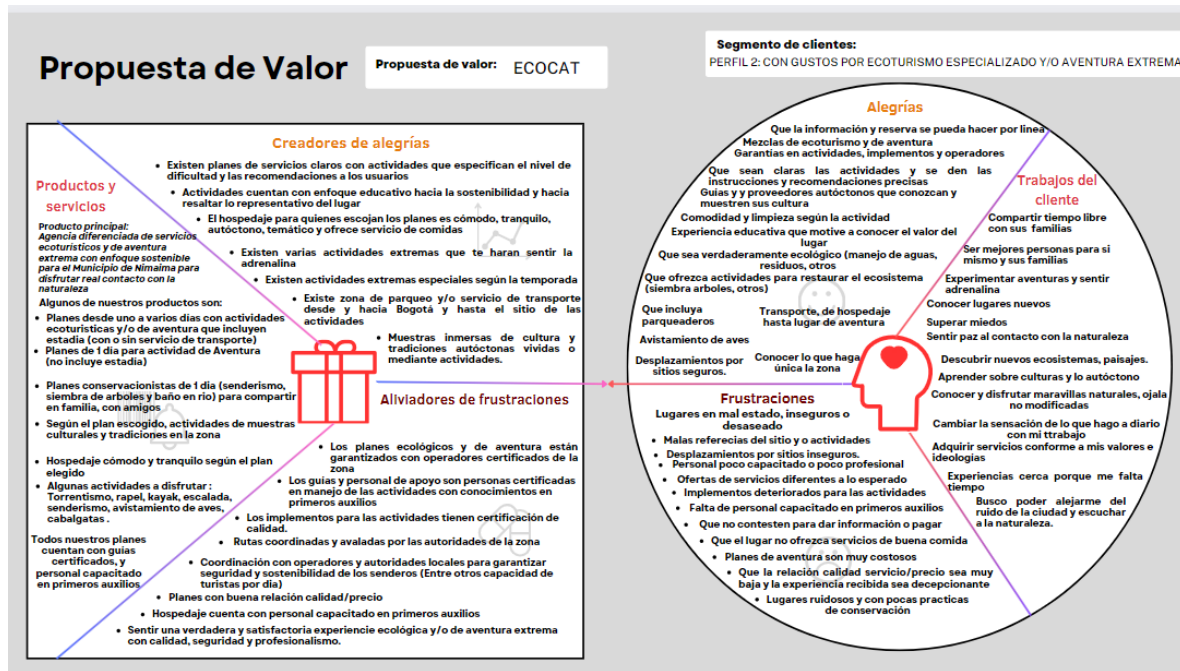
Propuesta de valor Segmento de Cliente 1: Usuarios con Gustos por el Ecoturismo Básico:

Se descubrió que este segmento tiene similares trabajos, alegrías y frustraciones frente a los otros dos segmentos en estudio. Sin embargo, muestra sus alegrías enfocadas hacia actividades tranquilas y sin riesgo (aversión al riesgo) con gusto por planes familiares, recorridos ecológicos cortos inmersos en naturaleza, estadía de medio día o un día, y actividades con familia y mascotas.



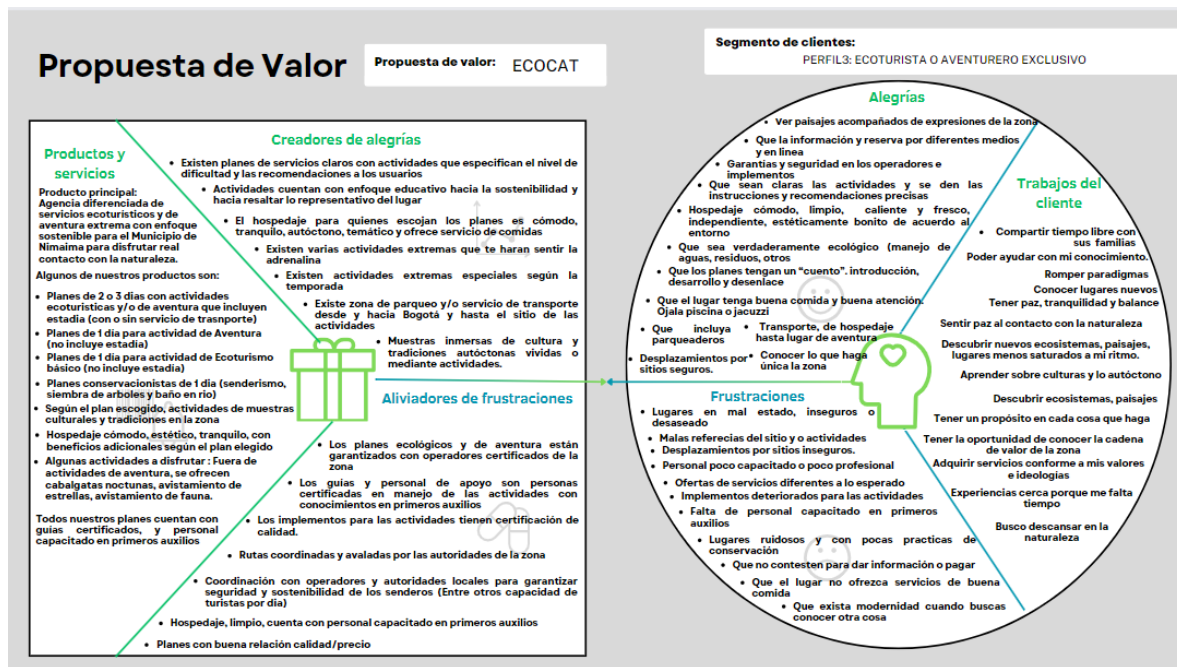
Propuesta de valor para el Segmento de Cliente 2: Usuarios con Gustos por Ecoturismo Especializado y/o Aventura Extrema:

Se descubrió que este segmento tiene similares trabajos, alegrías y frustraciones frente a los otros dos segmentos en estudio. Sin embargo, muestra sus alegrías enfocadas hacia actividades ecoturísticas, de aventura extrema y/o muestra un gusto por llevar a cabo los dos tipos de actividades. Buscan nuevas aventuras, adrenalina en entornos naturales, y/o actividades específicas de senderismo con un propósito definido, que puede ser de tipo educativo para conocer las especies características de la zona, su fauna, las costumbres de la población, busca practicas sostenibles y conservacionistas. Su estadía es mayor de uno a 3 días y busca involucrar en muchos casos a sus familias o amigos cercanos.



Propuesta de valor para el Segmento de Cliente 3: Usuarios Exclusivos con Gustos por Ecoturismo y/o Aventura Extrema:

Se descubrió que este segmento tiene similares trabajos, alegrías y frustraciones frente a los otros dos segmentos en estudio. Sin embargo, este segmento muestra sus alegrías enfocadas principalmente a actividades independientes, en grupos pequeños, con comodidades en los planes y sobre todo en su estadía, están dispuestos a quedarse en hospedaje pequeño, pero buscan características especiales y están dispuestos a pagar por tales servicios. Adicionalmente se caracterizan por actividades ecoturísticas, y/o de aventura extrema con un propósito definido en el que se pueda conocer las especies y características de la zona, fauna, sus costumbres, quieren conocer los elementos de las cadenas de valor agrícolas y de población en la zona, buscan identificar practicas sostenibles y conservacionistas. Su estadía se calcula de uno a 3 días pueden venir solos o acompañados.



Conclusiones de la Validación de la Propuesta:

- Los anteriores resultados nos confirman que bastantes clientes que realizan ecoturismo especializado fácilmente pueden ser el mismo que realiza aventura extrema.
- El 53% de los clientes quiere naturaleza, tranquilidad y paisajes, y el 47% quiere adrenalina y aventura.
- Como motivador para hacer este tipo de actividades, el 40% de los usuarios quieren desconectarse observando naturaleza y paisaje.
- Al preguntarles que experiencias querían vivir, el 53% indico actividades extremas, mientras que el 47% quiere actividades ecológicas. Es de anotar que dentro del 53% también se encontraban usuarios que respondieron que preferían el ecoturismo.
- El tiempo es el factor predominante con un 47% para no vivir estas experiencias. Varios señalaron que si hubiera un lugar cerca de Bogotá lo harían más frecuente.
- Al preguntarles que les preocupaba al buscar estas experiencias el 80% señala que la seguridad (de las rutas, de los operadores, de los guías, de los implementos y actividades) y el 20% indicaba la falta de personas que conocieran de primeros auxilios.
- En cuanto a la estadía por más de 1 día el 60% señaló que quiere un espacio cómodo, y como complemento varios indicaron que, aunque sencillo sea coherente con el lugar.
- Adicionalmente y al preguntarles recomendaciones para el proyecto, varios indicaron la necesidad de implementar planes sostenibles de manejo de residuos, de restauración, revisar carga de turistas y de resaltar el valor de lo autóctono de la zona.

Con todo lo anterior se puede observar que la propuesta de valor encaja con la mayoría de los trabajos y necesidades del cliente.

RESULTADOS DE VALIDACION PROPUESTA DE VALOR (Método Entrevista)

Total de Entrevistas: 15 (5 por cada segmento)

Fecha de las entrevistas: septiembre de 2023

Lugar. Bogotá-Colombia

Análisis de Entrevista Segmentos de Clientes ECOCAT

Preferencias de turismo de naturaleza

Respuestas	%
Ecoturismo	53%
Turismo de Aventura	13%
Ambos	33%

Experiencias que quisiera vivir

Respuestas	%
Actividades Extremas: (paracaídas, buceo, rapel, escalada)	53%
Ecológicas: Caminatas ecológicas y avistamiento de especies	47%

Motivo para escoger Ecoturismo o Turismo de

Respuestas	%
Adrenalina y aventura	47%
Naturaleza, tranquilidad y paisajes	53%

Que impide vivir estas experiencias

Respuestas	%
Tiempo	47%
Seguridad	13%
Miedos	27%
Costos	13%

Que buscas en este tipo de actividades

Respuestas	%
Naturaleza y paisajes	40%
Aventura	20%
Seguridad	27%
Estadía, descanso y buena atención	13%

Preocupaciones

Respuestas	%
Seguridad	80%
Primeros auxilios	20%

Estadía

Respuestas	%
limpio	40%
cómodo	60%

Las conclusiones de la primera validación fueron:

- Los anteriores resultados nos confirman que bastantes clientes que realizan ecoturismo especializado fácilmente pueden ser el mismo que realiza aventura extrema.
- El 53% de los clientes quiere naturaleza, tranquilidad y paisajes, y el 47% quiere adrenalina y aventura.
- Como motivador para hacer este tipo de actividades, el 40% de los usuarios quieren desconectarse observando naturaleza y paisaje.
- Al preguntarles que experiencias querían vivir, el 53% indico actividades extremas, mientras que el 47% quiere actividades ecológicas. Es de anotar que dentro del 53% también se encontraban usuarios que respondieron que preferían el ecoturismo.

- El tiempo es el factor predominante con un 47% para no vivir estas experiencias. Varios señalaron que si hubiera un lugar cerca de Bogotá lo harían más frecuente.
- Al preguntarles que les preocupaba al buscar estas experiencias el 80% señala que la seguridad (de las rutas, de los operadores, de los guías, de los implementos y actividades) y el 20% indicaba la falta de personas que conocieran de primeros auxilios.
- En cuanto a la estadía por más de 1 día el 60% señaló que quiere un espacio cómodo, y como complemento varios indicaron que, aunque sencillo sea coherente con el lugar.
- Adicionalmente y al preguntarles recomendaciones para el proyecto, varios indicaron la necesidad de implementar planes sostenibles de manejo de residuos, de restauración, revisar carga de turistas y de resaltar el valor de lo autóctono de la zona.

ANEXO 4

***OFERTAS DE
SERVICIO***

***Planes de Ecoturismo y
Ecoaventura***

***Nimaima
2024***

Planes Ecoturismo Inicial

OPCION 1-Plan Paz y Naturaleza

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona (caminata corta)
- Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
- Visita a cascada y baño en pozo natural según temporada del año
- Desplazamiento en mini - tren.
- Almuerzo según menú del día, refrigerios
- Guías certificados
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca.

Hora finalización 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas

Precios por persona
\$160.000

OPCION 2-Plan Orígenes

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona (caminata corta)
- Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 25 mts. de altura
- Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico .
- Visita a cascada y baño en pozo natural según temporada del año.
- Cabalgata
- Almuerzo menú del día refrigerios
- Guías certificados
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca
Hora finalización 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas

Precios por persona
\$190.000



Laguna Liverpool-Nimaima



Trayecto Cascada Barandillas



Sendero Ecológico - Nimaima - <https://www.viajarenverano.com/nimaima-cundinamarca/>

Planes – Aventura y Ecoturismo a tu Nivel

OPCION 3- Atrévete (Pasadía)

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
- Canyoning, Travesía de adrenalina por el río, con obstáculos naturales
- Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mts. de altura.
- Rafting Nivel 2 o 3
- Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
- Almuerzo menú del día y refrigerio
- Guías certificados
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca

Hora finalización 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas

Precios por persona
\$190.000



Rafting Rio Negro - <https://turismo.co/tours/canotaje-y-canoying-en-nimaima>

OPCION 4-Desafio (Pasadía)

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
- Canyoning, descenso de adrenalina por barrancos en el lecho de quebrada.
- Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mts. de altura.
- Puente Tibetano y puente Indiana Jones
- Canopy 70 metros
- Almuerzo menú del día y refrigerio
- Guías certificados
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

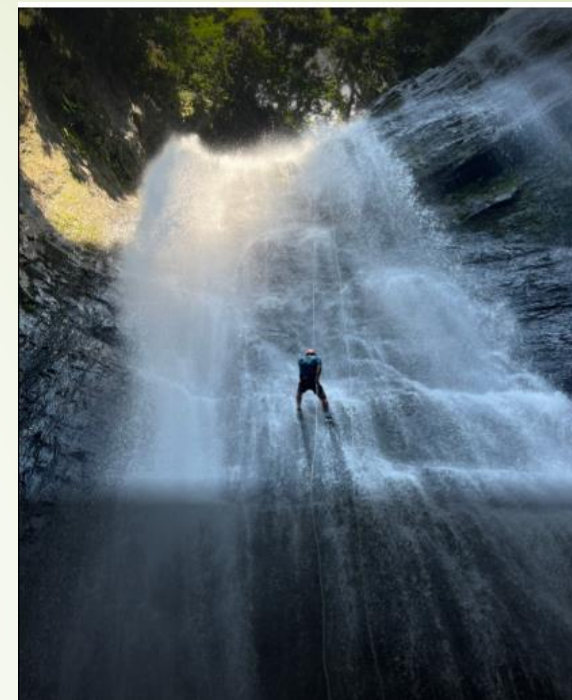
Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca

Hora finalización 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas

Precios por persona
\$260.000



Torrentismo Barandilla (55 mts)



Kayak Río Pinzaima-Cortesía <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=QkYpGguMuWY>

Planes - Aventura y Ecoturismo a tu Nivel

Opción 5- Desafío Fin de Semana

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
 - Hospedaje: 1 noche 2 días
 - Alimentación: 2 Almuerzos menú del día, 1 cena, 1 desayuno
 - Actividades según elección por día:
 - Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
 - Canyoning, descenso de adrenalina por barrancos en el lecho de quebrada
 - Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mt. de altura.
 - Rafting Nivel 2 o 3
 - Cabalgata
 - Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
 - Guías certificados
 - Asistencia médica
 - Seguro de accidentes
- Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca
Hora finalización 2do día a las 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas

**Precios por
persona \$400.000**



Torrentismo - Cascada el Escobo-Nimaima Cesar David Martínez (www.cesardavid.com)

Torrentismo

...sentirás la fuerza del agua cayendo sobre ti mientras bajas a través de un sistema de cuerdas.

Una experiencia maravillosa que te permite sentir tu fuerza interior y todo el poder de la naturaleza.

Una alta dosis de adrenalina y algo que con seguridad nunca vas a olvidar.

Aparte tomados del sitio web,
<https://awali.com.co/destino/deportes-extremos/torrentismo-nimaima/>



Canyoning

"El objetivo es progresar en el lecho de arroyos, barrancos y cañones con un caudal de agua variante"

"...tendrás que llevar a cabo una serie de técnicas que van desde caminar, descender en rápel o saltar en tirolina."

Tomado del artículo: Que es el canyoning o Barranquismo, <https://activasur.com/que-es-el-barranquismo-o-canyoning>

Canyoning <https://www.manawa.com/es/articles/the-complete-guide-to-canyoning>

Planes - Aventura y Ecoturismo a tu Nivel

Opción 6 - Plan de Eco-Aventura Fin de Semana

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
 - Hospedaje: 1 noche dos días
 - Alimentación: 2 Almuerzos menú del día, 1 cena, 1 desayuno
 - Actividades según elección por día:
 - Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
 - Canyoning, descenso de adrenalina por barrancos en el lecho de quebrada
 - Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mt. de altura.
 - Canopy 100 metros de recorrido
 - Puente Tibetano y puente Indiana Jones
 - Rafting Nivel 2 o 3
 - Cabalgata
 - Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
 - Guías certificados
 - Asistencia medica
 - Seguro de accidentes
- Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca
Hora finalización 2do día a las 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas



Piranga Escarlata-Nimaima (Naturalista:
https://www.naturalista.mx/check_lists/31529-Nimaima-Check-List)

Precios por persona
\$480.000



Rafting Rio Negro-<https://turismo1.co/tours/canotaje-y-canoying-en-nimaima>



Canopy-Nimaima



Geco Enlutado-Nimaima (Naturalista:
https://www.naturalista.mx/check_lists/31529-Nimaima-Check-List)



Taranga Real-Nimaima
(Naturalista:
https://www.naturalista.mx/check_lists/31529-Nimaima-Check-List)

Opción 7 – Plan Ecoturístico de Fin de Semana

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Hospedaje: 1 noche dos días
- Alimentación: 2 Almuerzos menú del día, 1 cena, 1 desayuno
- Actividades según elección por día:
 - Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
 - Observación de aves y especies nativas (incluye equipos de observación profesional)
 - Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 25 mt. de altura.
 - Cabalgata
 - Visita dos cascadas y baño en pozo natural según temporada del año
 - Actividades de reforestación y aprendizaje de actividades Panches
- Acompañado de experto ambiental
- Guía profesional certificado
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca
Hora finalización 2do día a las 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas
- Actividades no especificadas



Actividad de siembra de árboles-Nimaima-Fotografía
<https://colombiaverde.com.co/>

Precios por persona
\$600.000

Planes - Ecoturismo y Aventura Exclusiva

-ECOCAT-

Sumérgete en una experiencia naturalmente única con comodidad

155

Opción 8 – Plan Exclusivo de Ecoturístico (fin de Semana)

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Hospedaje: 1 noche 2 días en muy cómodas cabañas o glamping con jacuzzi, con hermosa vista natural
- Alimentación: 2 almuerzos, 1 Desayuno, refrigerios. Valor base excedente a cargo cliente (restaurante a la carta exclusivo para sus clientes)
- Actividades según elección por día:
 - ✓ (Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona (Caminata de entre 3 y 6 Horas)
 - ✓ Observación de aves y especies nativas (incluye equipos de observación profesional)
 - ✓ Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 25 mt. de altura.
 - ✓ Cabalgata
 - ✓ Visita cascada y baño en pozo natural según temporada del año
 - ✓ Enseñanzas ecológicas cultura panche
- Acompañado de experto ambiental y guía certificado
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

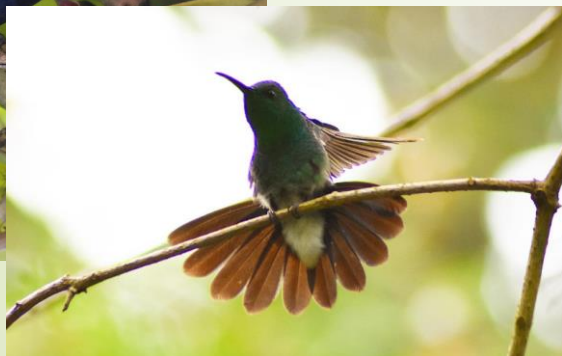
Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca

Hora finalización 2do día a las 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas.
- Actividades no especificadas

Precio por persona
\$940.000



Opción 9 – Plan Exclusivo de EcoAdenlina (fin de Semana)

Incluye:

- Traslados internos con transporte de la zona
- Hospedaje: 1 noche 2 días en cabañas o glamping con jacuzzi, con hermosa vista natural
- Alimentación: 2 almuerzos, 1 Desayuno, 1 cena, refrigerios. (Valor base excedente a cargo cliente restaurante a la carta exclusivo para sus clientes)
- Actividades de Aventura según elección por día:
 - ✓ Senderismo ecológico, observando la fauna y flora de la zona
 - ✓ Canyoning: Travesía de adrenalina por el río, con obstáculos naturales
 - ✓ Torrentismo, descenso por cascada en Rappel a más de 55 mt. de altura.
 - ✓ Canopy 100 metros.
 - ✓ Circuito aéreo (Puente tibetano y puente indiana Jones)
 - ✓ Rafting Nivel 2 o 3
 - ✓ Cabalgata
 - ✓ Salto a pozo natural
 - ✓ Actividades de conservación y/o aprendizaje ecológico
- Acompañado por guía profesional certificado
- Asistencia medica
- Seguro de accidentes

Hora de Inicio: 08:00 a.m. en Cabecera Nimaima - Cundinamarca

Hora finalización 3er día a las 5:00 p.m. aprox.

NO incluidos

- Transporte desde y hasta Bogotá (se cotiza adicionalmente para grupos de 10 personas en adelante)
- Alimentación y bebidas no especificadas. Para la cena el lugar de hospedaje cuenta con menú a la carta en restaurante exclusivo para el huésped
- Actividades no especificadas

Precios por persona
\$920.000

ANEXO 5
CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Sección 1 de 7

Encuesta para validar el lanzamiento de oferta de servicios Ecoturísticos y de Aventura Sostenible en Cundinamarca

B I U ↻ 🔗 ✖

Respetado usuario, con esta encuesta queremos conocer tu interés en la oferta de ecoturismo y turismo de aventura sostenible en Cundinamarca. Tus respuestas nos ayudarán a validar una propuesta que este acorde a tus necesidades y preferencias, así como a ofrecerte una experiencia atractiva, responsable y ambientalmente amigable. Es por esto que agradecemos tu tiempo, opiniones y sugerencias respondiendo con objetividad el siguiente cuestionario:

Garantizamos la confidencialidad de tus respuestas y el uso exclusivo para el fin anteriormente indicado.

Tiempo estimado de respuesta: 5 a 10 minutos

Nombres y Apellidos: *

Texto de respuesta largo

Edad: *

Texto de respuesta breve

Sexo: *

Femenino

Masculino

No Binario

No informar

Ciudad en el que reside: *

Texto de respuesta largo

Correo electrónico: *

Texto de respuesta breve

⋮

¿En cuál de las siguientes categorías se encuentra su ocupación actual? *

Estudiante

Profesional independiente

Empleado en empresa privada

Empleado en el sector público

Jubilado

Labores en el hogar

Otros

1. ¿Con qué frecuencia realiza viajes por turismo? *

Una o dos veces al año
 Varias veces al año
 Mensualmente
 Semanalmente
 No viajo por turismo
 Otra...

Después de la sección 1 Ir a la sección 2 (Le gusta el Turism...tura y ecoturismo) ▾

Sección 2 de 7

Le gusta el Turismo de Aventura y ecoturismo ▾ ⋮

Descripción (opcional)

⋮

2a. ¿Te gusta hacer turismo de aventura, ecoturismo o turismo en la naturaleza? *

SI
 NO


Después de la sección 2 Ir a la siguiente sección ▾


Sección 3 de 7



No viaja por turismo ▾ ⋮

Descripción (opcional)

⋮

2b. ¿Por cual de las siguientes razones no viaja por turismo?  ● Opción múltiple ▾

No disfruto de esas experiencias ✕
 La ofertas que existen no me agradan ✕
 Me parece costoso ✕
 Mi actividad laboral no me lo permite ✕
 Otra razón ⋮  ✕
 Agregar una opción o [agregar "Otros"](#)

  Obligatoria ⋮

Sección 4 de 7

Preferencias por Ecoturismo/Turismo de Aventura ▾ ⋮

Descripción (opcional)

...

3a. Cual es tu motivación para realizar turismo en la naturaleza? (califique de 1 a 5, siendo 1 **su favorito**) *

	1	2	3	4	5
Sensación de b...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sensación de a...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para conocer g...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salir de la rutin...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Por investigaci...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Busco formas ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...

4a. ¿Qué aspectos son más importantes cuando eliges un destino y operador para hacer ecoturismo o turismo de aventura? *

- El precio versus oferta
- Garantías y seguros en actividades ofrecidas
- La variedad de actividades que ofrecen
- La belleza natural del lugar
- Las tendencia de sostenibilidad ambiental que evidencian
- El historial de calidad del servicio y cumplimiento (redes sociales)
- Los atributos que se muestran en cuanto al hospedaje
- Las recomendaciones de amigos y/o familiares
- Otra...

...

5a. ¿Por cual medio prefieres recibir información sobre actividades de ecoturismo o turismo de aventura que están de moda? *

- Instagram
- Facebook
- Tik tok
- Publicidad radio/televisión
- Agencias virtuales
- Agencias físicas de viaje
- Correo electrónico
- Otra...

6a. ¿Cuándo realizas actividades de turismo en la naturaleza con quien prefieres ir? *
(seleccione los más importantes)

- Me gusta ir solo (a)
- Con la pareja
- Con amigos
- Con familia
- Con compañeros (trabajo, estudio, clubes)
- Otra...

...

7a. ¿De las siguientes actividades de turismo en la naturaleza cuáles prefieres? (seleccione tus favoritas) *

- Turismo de aventura (ciclomontañismo, rafting, canopy, rapel, torrentismo, tirolesa, escalada, entre otros.)
- Senderismo corto y observación de naturaleza
- Senderismo por niveles y observación de paisaje
- Actividades conservacionistas o de restauración ecológicas
- Observación de flora y fauna.
- Actividades con mascotas
- Actividades relacionadas con las tradiciones y la cultura del lugar
- Paseos a caballo
- Otra...

8a. ¿Qué importancia tiene para usted la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente en sus viajes? *

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

...

9a. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un servicio de ecoturismo o turismo de aventura en pasadía, que te ofrecieran 5 actividades en naturaleza, seguro médico, primeros auxilios, equipos y guías expertos, transporte interno, refrigerio y almuerzo? *

- Entre \$180.000 y \$250.000
- Entre \$250.000 y \$300.000
- Mas de \$300.000
- Menos actividades y menor precio

10a. ¿Con qué frecuencia participas en actividades de ecoturismo o turismo de aventura? *

- Varias veces al mes
- Una vez al mes
- Una vez cada dos meses
- Una vez cada trimestre
- Una vez en el semestre
- Una vez al año

...

11a. ¿Cuándo quieres realizar un plan de turismo en naturaleza, cuáles son las herramientas que utilizas para buscar este tipo de planes y actividades? (seleccione las que apliquen) *

- Recomendaciones de redes sociales
- Recomendaciones de amigos o terceros
- Agencias de viajes
- Cajas de Compensación
- Búsqueda de planes por Internet
- Recomendaciones de carteleras
- Otra...

...

12a. ¿En que época del año prefieres para hacer ecoturismo o turismo extremo en la naturaleza? *

- Fines de semana (sábado y domingo)
- Fines de semana con puentes festivos
- Semana santa
- Vacaciones escolares (mitad año/fin de año)
- Semana de receso
- Vacaciones Laborales (programación que no coincide con las anteriores)
- Otra...

13a. ¿Has utilizado los servicios de otras empresas de ecoturismo y/o turismo de aventura en Cundinamarca? *

- Sí
- No

Después de la sección 4 Ir a la siguiente sección

Sección 5 de 7

No ha utilizado empresas de turismo de naturaleza (conecta a NO de la 13a)



Descripción (opcional)

14b. ¿Que desearías que te ofrecieran las empresas de este tipo de turismo en Cundinamarca para contratar sus servicios? *

Texto de respuesta largo

15b. ¿Qué aspectos importantes consideras que debe tener implementados una empresa de este tipo de servicios para ser considerada como empresa sostenible ambientalmente? *

Texto de respuesta largo

Después de la sección 5 Enviar el formulario

Sección 6 de 7

Has conocido o contratado planes con alguna empresa de turismo en Cundinamarca (conecta a SI de la 13a)

Descripción (opcional)

14a. ¿Cuáles empresas de turismo de aventura o ecoturismo recuerdas o puedes recomendar? ¿Porque lo recomiendas? *

Si no conoce ninguna, por favor responder: Ninguna:

Texto de respuesta largo

15a. ¿Cuándo fue la última vez que contrataste con un operador planes en la naturaleza? *

- Hace 2 años
- El año pasado
- Hace uno o dos meses
- Mas de 2 años
- No he contratado ninguna
- Otra...

16a. ¿Cuánto pagaste la última vez que realizaste actividades de ecoturismo o turismo extremo con un operador? (promedio por 1 día por 1 persona) *

- Entre \$50.000 y \$100.000
- Entre \$100.000 y \$200.000
- Mas de \$200.000
- Otra...

17a. ¿Este pasadía incluía almuerzo por persona? *

- Sí
- No

18a. ¿Qué tan satisfecho estás con los servicios que ofrecen las empresas de ecoturismo y turismo de aventura?

- Muy Satisfecho
- Satisfecho
- Poco Satisfecho
- Nada Satisfecho
- Prefiero no opinar

:::

19a. ¿Qué aspectos consideras que se podrían mejorar en la oferta de las empresas de este tipo de servicios? *

- Mayor variedad de actividades
- Opciones de menú personalizados
- Gastronomía con productos de la región y recetas tradicionales
- Implementación de prácticas sostenibles en los alojamientos y las actividades turísticas
- Entornos tranquilos y libres de estrés
- Educación ambiental para los turistas
- Equipos mas nuevos o con mayor mantenimiento

20a. ¿Qué aspectos importantes consideras que debe tener implementados una empresas de este tipo de servicios para ser considerada como empresa sostenible ambientalmente? (menciona máximo 3) *

Texto de respuesta largo

Después de la sección 6 [Enviar el formulario](#)

Sección 7 de 7

Respondió No en gusto por ecoturismo, aventura y afines ⌵ ⋮

Descripción (opcional)

:::

3c. ¿Qué tipo de actividades te gusta realizar en tus viajes? (Seleccione todas las que apliquen) *

- Turismo cultural (visita a museos, centros culturales, sitios históricos, entre otros.)
- Turismo de esparcimiento y gastronómico
- Turismo de relajación y mejora de la salud
- Otra...

:::

4c. ¿Cuál es el motivo por el que no frecuentas turismo en naturaleza? *

- Por falta de comodidades
- Temores o experiencias negativas en la naturaleza
- Lo considera desordenado o con bajas prácticas de conservación
- No presenta garantías
- Prefieres el diseño de un plan de actividades personalizadas.
- Por costos
- Otra...

5c. ¿Qué tipo de actividades de ecoturismo y turismo de aventura te gustaría que te ofrecieran ?

Texto de respuesta largo

6c. ¿Qué aspectos consideras que se podrían mejorar en la oferta de las empresas de este tipo de servicios?

Texto de respuesta largo

:::

7c. ¿Qué te motivaría a considerar el turismo de naturaleza y/o aventura para un próximo fin de semana? *

- Un buen hotel o glamping
- Mayor oferta gastronomica
- Que existan seguridades y garantías comprobables (seguros, personal médico, certificación de calidad)
- Menor precio por actividades individuales (no paquetes)
- Que incluyan actividades de relajación y esparcimiento (piscina, juegos, jacuzzi, spa)
- Menores Costos
- Que este cerca de la ciudad
- Otra...

8c. ¿Cuánto gastas en promedio en un viaje de vacaciones por una semana para ti y tus acompañantes favoritos? *

- Entre \$200.000 a \$2.000.000
- Entre \$ 2.000.000 a \$4.000.000
- Entre \$4.000.000 a \$6.000.000
- Entre \$6.000.000 a \$10.000.000
- Valores superiores a \$10.000.000

9c. Para sus viajes: *

- Contrato agencia de viajes
- Contrato operador turistico
- Planeo viaje por mi cuenta

10c. Si has contratado con alguna agencia de viajes u operador de turismo: ¿lo recomendarías a algún conocido? ¿Porque ? *

Texto de respuesta largo

**ANEXO 6
CONCLUSIONES DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO PARA ECOCAT
ESTRATEGIAS METODOLOGIA ANALISIS DOFA**

		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		O1 Priorización de gobierno en sectores de agroindustria, vías terciarias impulso y diversificación de exportaciones	A1 Reformas tributarias aumentaron impuesto al consumo, IVA
		O2 Apertura de actividades presenciales que incrementan el consumo	A2 Fenómeno inflacionario
		O3 Tendencia creciente de los viajeros hacia experiencias más educativas, cercanas, sostenibles y con temas ambientales y de contacto con la naturaleza	A3 Algunos proveedores pueden presentar alto poder de negociación porque de ellos depende en gran parte de los costos que puede afectar la calidad del servicio prestado a los turistas.
		O4 El departamento de Cundinamarca es una de las regiones más competitivas del país.	A4 Algunos de los Parques Nacionales Naturales pueden dar privilegios a grandes agencias de viajes o cajas de compensación, quitando oportunidad a pequeños operadores
		O5 Existen pocas agencias de viajes legalmente construidas y con buenas prácticas que se dedican exclusivamente al ecoturismo de calidad.	A5 La seguridad democrática se está deteriorando en la provincia de Gualivá afectando las caravanas turísticas las cuales tienden a desaparecer.
		O6 La variable de calidad y sostenibilidad ambiental predominan la decisión de compra ante el precio, en los segmentos sede clientes milenials y centenials	A6 Otras Empresas no constituidas legalmente y/o sin buenas practicas, servicios, seguros que ofrecen precios bajos sin calidad en el servicio.
		O7 Posibilidad de certificarse como empresa sostenible lo puede aumentar el apoyo de organismos a nivel nacional e internacional	A7 En la zona el pago es por jornal diario sin pago de prestaciones, lo que genera emigración de la población nativa y falta de desarrollo interno
		O8 Nimaima esta muy cerca de Bogotá y tiene fama de región de deportes extremos	
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO (ofensivas o de Crecimiento)		ESTRATEGIAS FA -Defensivas
F1 Beneficios tributarios por inversión en el medio ambiente y economía ecosostenible (economía creativa)	F1,01	Revisar requerimientos tributarios y realizar cumplimiento a los mismos para pedir beneficios aplicables	F1,A1 Aprovechar los beneficios tributarios a empresa del sector ecoturismo.
F2 Diseño de los paquetes ecoturísticos segmentados para cada grupo objetivo, personalizado permitiendo un portafolio diversificado enfocado en preferencias del cliente.	F2,02	Crear portafolio flexible y/o promociones para ciertos segmentos de clientes y/o fechas especiales (día de la tierra, día del agua, etc.) permitiendo ofrecer más variedad y abarcar más perfiles de clientes.	F3,A6 Conforme al Plan sectorial de turismo 2022-2026 <i>Turismo en armonía</i> el MinCT desarrollará incentivos para empresas de turismo conformada con estándares de calidad y creación de empresas, buenas prácticas ambientales. Ante esto ECOCAT podrá postularse como empresa sostenible de turismo con prácticas ambientales.
F3 Buena relación calidad/precio por los servicios prestado con alta calidad.	F2,05	Crear portafolio flexible y/o promociones para ciertos segmentos de clientes y/o fechas especiales (día de la tierra, día del agua, etc.) permitiendo ofrecer más variedad y abarcar más perfiles de clientes.	F2,A2 Creación de promociones que permitan volumen a precios razonables.
F4 El proyecto desde su origen tiene enfoque de sostenibilidad integral.	F1,05	Incrementar Clientes: mediante la realización de campañas de Ecocat mostrando los riesgos del turismo ilegal.	F3,A2 Crear mecanismos que traten de mantener precios competitivos manteniendo costos que permitan proseguir con la operatividad de la empresa con calidad.
F5 Personal con conocimientos en primeros auxilios	F4,07	Lograr la certificación como proyecto turístico ecosostenible integralmente que le permita ser referente en el sector y atraer clientes (nacional y extranjeros) que buscan alta calidad en el servicio ofrecido. Además de que estamos alineados con el Plan sectorial de turismo 2022-2026 Turismo en armonía con la vida, sección 6.1.3.2 ítem d	F6, A7 Desde su inicio el proyecto busca contratar con medio salario mínimo y con prestaciones de ley buscado estabilidad de sus empleados. Esto aunque el trabajo se realice principalmente en fines de semana. Se espera que al crecer la empresa se mejoren salarios y aumente posibilidad para estabilidad de otras familias de la zona.
F6 El proyecto desde su origen se concibe como sostenible socialmente, por lo que busca el crecimiento de las familias y mejorar la calidad de vida en la zona.			
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO- De reorientación o refuerzo		ESTRATEGIAS DA-Supervivencia o retiro
D1 Dificultad para mantener precios de empresas no constituidas legalmente y/o sin buenas practicas, y sin servicios de calidad.	D2,06	Darse a conocer como referente en turismo ecosostenible, de aventura para ofrecer la mejor relación calidad precio en la experiencia de usuarios.	D5,A3 Realizar convenios con productores de la región para evitar intermediarios. Realizar alianzas estratégicas con otras agencias, hoteles o catering de la región para cubrir demanda.
D2 Muchas exigencias y gran costo para certificarse como empresa sostenible, por lo que al inicio será un reto cumplir con todos los requisitos exigidos.	D3,05	Programación capacitación: Desarrollo de programas educativos en prácticas sostenibles y primeros auxilios para el personal y los proveedores	D4,A2 Realizar ofertas en eventos comerciales como cybermonday, black friday, temporadas/días valle con descuentos atractivos que generen volumen de clientes.
D3 La falta de personal con certificaciones de guías expertos/profesionales y en practicas sostenibles.	D4,06	Enfocarse en una buena estrategia de marketing y medios para el lanzamiento de la agencia, así como programa de administración de redes para medir sentimientos en redes sociales y mantener las calificaciones de usuarios en un nivel promedio de cuatro estrellas o más.	D2,A4 Ecocat podrá inicialmente certificarse mediante un marco de referencia que reviste menores costos que las certificación, lo cual le permitirá ofrecer a sus clientes y al Parque de Aventura servicios de guías profesionales y planes sostenibles fuera del parque de aventura.
D4 Al empezar una empresa nueva, no existirán muchas opiniones en redes sociales que ayude a referenciar los beneficios y el servicio	D5, 07	Desarrollar capacidad física de servicios de hospedaje amigable con practicas conservacionistas, teniendo en cuenta la asesoría y apoyo de la entidades dedicadas a este tipo de proyectos.	D5,A5 Promocionar actividades de forma coordinada con los eventos municipales, en los cuales se aumentan las condiciones de seguridad y servicio turístico. Esto da mejor imagen y seguridad para los clientes de ECOCAT.
D5 Servicios de hospedaje y alimentación se contrata con terceros, los cuales cobran precios altos por un servicio que no se compensa con lo pagado.			D3,A7 Se puede motivar y acompañar un proyecto de creación de escuelas de artes y oficios auspiciada por la Alcaldía de Nimaima en donde se impartan entre otros capacitaciones oficiales para guías y taención a turistas

PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR UNA EMPRESA DE SERVICIOS ECOTURISTICOS Y DE AVENTURA EN EL MUNICIPIO DE NIMAIMA CUDINAMARCA

ANEXO 7

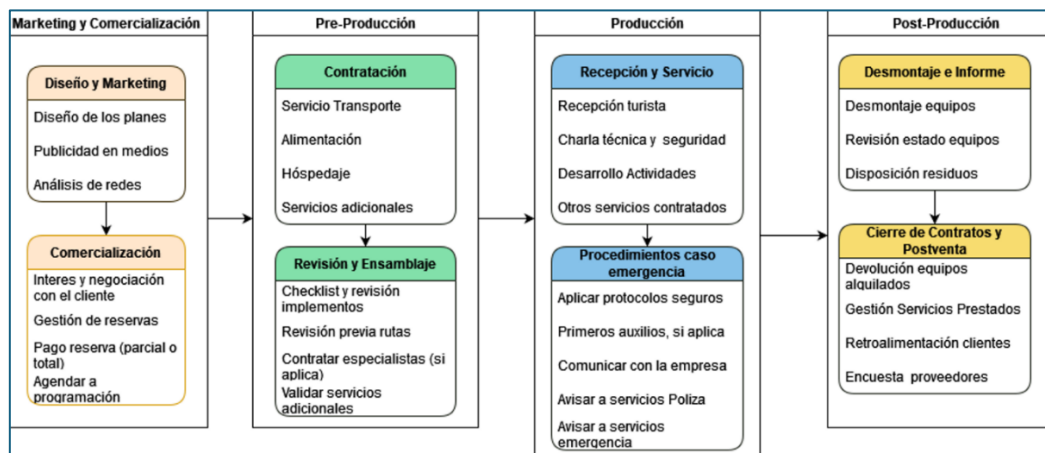
Procesos de prestación del Servicios de ECOCAT

El proceso de servicios ECOCAT se contemplará por etapas según el momento en que se realizan las actividades. Etapas que se asimilan el ciclo de vida de un producto y que a futuro nos permitirán realizar evaluaciones de impacto ambiental, tal y como se describe en el capítulo 9 de sostenibilidad.

Las etapas del servicio para ECOCAT según el momento de operación del servicio se pueden observar de en la figura 27. Para ver el detalle de cada etapa se puede consultar el Anexo 7-Proceso del Servicio a Detalle:

- Etapa de Marketing y comercialización:
- Etapa de Pre-producción.
- Etapa de Producción.
- Etapa de Postproducción.

Figura 1-Procesos de Ecocat según Etapas del Servicio



Para desarrollar estas etapas la agencia cuenta con 3 guías expertos y dos auxiliares todos capacitados en primeros auxilios; un profesional especializado en temas ambientales que asesora en temas de sostenibilidad a la empresa y que presta sus servicios adicionales como guía a los planes especializados que lo solicitan. Así como el gerente y auxiliar administrativo que están atentos a todas las reservas, negociaciones, permisos, contrataciones y logística para el desarrollo de los planes. Adicionalmente se cuenta con



PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR UNA EMPRESA
DE SERVICIOS ECOTURISTICOS Y DE AVENTURA EN EL
MUNICIPIO DE NIMAIMA CUDINAMARCA

una profesional de seguridad industrial y salud ocupacional atenta a la seguridad de los equipos y personal de la empresa.

1. Etapa de Marketing y comercialización:

Esta etapa corresponde a los procesos de diseño de planes; publicidad y manejo de redes; comercialización y pago y se describe así:

1.1. Proceso de Diseño y marketing

- El proceso del diseño de planes y marketing: Para el que se diseñará una estrategia fundamentada en parámetros de innovación y seguimiento del mercado, que será revisada de forma periódica (aprox. cada 3 meses) tomando en cuenta los resultados de los encargados del marketing y el seguimiento de redes y el personal de la empresa.

- Proceso publicidad: Manejo de redes, comercialización y pago.

De igual forma en el proceso de publicidad es importante resaltar que desde el principio la estrategia estará orientada hacia sensibilizar y mejorar las prácticas de sostenibilidad.

1.2. Proceso comercialización y pago:

- El cliente se contacta con personal de la agencia para conocer detalles de los planes por medio de correo, WhatsApp, teléfono o nuestra página web.
- El encargado realiza una pequeña encuesta de gustos, preferencias y tiempo disponible para su viaje, con el fin de poder orientar al cliente y hacerle las respectivas recomendaciones para su disfrute y seguridad.
- El encargado de la venta verifica que la reserva no sobrepase el cupo o capacidad máxima de personas establecida para ECOCAT (32 personas por día).
- Una vez seleccionado el plan ecoturístico se realiza la separación del plan con el 50% o el total y antes de la fecha de tomar el plan se pide el total del pago (a través de transferencia o pasarelas de pago contratadas).
- Se realiza confirmación de separación del plan, se solicitan los datos personales para la compra del seguro de turista (incluido en el valor del plan) y organizar la logística, y se le realizan las recomendaciones de seguridad que deben ser acatadas por el turista, así como que se le indica el lugar y hora en el que se le espera en Nimaima.

2. Etapa de Pre-producción:



PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR UNA EMPRESA DE SERVICIOS ECOTURISTICOS Y DE AVENTURA EN EL MUNICIPIO DE NIMAIMA CUDINAMARCA

En esta etapa se realiza la contratación de proveedores, la separación de hospedaje, y contratación de otros servicios con terceros, transporte de materiales y ensamblaje.

2.1. Proceso de contratación

- Se realiza contratación de servicios con habitantes de la región para el suministro de refrigerios y almuerzos que principalmente exaltan los platos de la región. (ejemplos platos típicos: Puntal; piquete; gallina, etc) para lo cual se acostumbra a dar anticipo del 20% o 50%.
- Para el hospedaje y según el plan escogido se contrata y separa la estadía con el 50%.
- Para las actividades como el canopy, Mini-tren, cabalgata o actividades etno culturales, y en futuro parque de aventura extrema, se realiza la separación de cupos abonando el 50%.
- Realizar la contratación de servicio de transporte o alquiler de bicicletas según el plan.
- Se realiza la verificación o compra de las manillas con los nombres de la agencia que identifican a nuestros turistas.
- Con mínimo un día de anterioridad se suministran los datos de los turistas para la expedición de las pólizas y se efectúa el pago.
- Con un día de anterioridad se deberá verificar y confirmar el estado de todos los servicios con los proveedores contratados.

2.2. Proceso de revisión de equipos, verificación rutas y ensamblaje

- Para paquetes especiales de ecoturismo se deberá reservar la agenda del especialista ambiental y realizar el alistamiento o el alquiler de equipos de observación u otros que se requieran (cámaras, binoculares, otros).
- Los guías deberán verificar el estado de los implementos a utilizar y realizar el respectivo mantenimiento.
- El dos días antes y el día anterior del servicio se deberá revisar la ruta a donde se llevará a los excursionistas, para evitar novedades y/o para despejar peligros del terreno. De igual manera se deberá tener plan alternativo en caso de que situaciones climáticas u otras se presenten al iniciar la etapa de producción del servicio.



PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR UNA EMPRESA
DE SERVICIOS ECOTURISTICOS Y DE AVENTURA EN EL
MUNICIPIO DE NIMAIMA CUDINAMARCA

- Realizar el ensamblaje de equipos en el lugar de recepción de los turistas, así como el ensamblaje para disposición de los residuos.

3. Etapa de Producción:

Esta etapa como tal es la correspondiente a la operación del servicio que incluye la recepción de turistas, al uso de recursos y equipos y la generación de residuos.

3.1. Recepción de Turistas e Inicio del Servicio:

3.1.1. *Recepción e información a Turistas*

- Se realiza la recepción del turista en el lugar y hora indicados en Nimaima (Normalmente 8 am).
- Se realiza las respectivas presentaciones de los guías y sus auxiliares, así como el suministro de las manillas del plan.
- Se procede a realizar una corta charla sobre las características del lugar, las prohibiciones y recomendaciones conservacionistas y de seguridad para el plan.
- Se procede a explicar cuál será el recorrido y orden de actividades a cada uno de los grupos, el orden de estas dependerá del clima y preferencias de clientes (reconocimiento previo de los senderos por parte de personal ECOCAT)

3.1.2. *Desarrollo Actividades*

- Se desarrollan las actividades de acuerdo con los planes, para lo cual los guías y auxiliares ya han revisado el estado de los implementos y los tienen ubicados estratégicamente.
- Se realizan las actividades que en la mañana suelen ser 2 o 3 actividades que pueden ser actividades de tierra, agua o aire (ejemplo: caminata, rafting, canopy).
- Se entrega los refrigerios a cada participante.
- Se realiza el regreso al lugar indicado para tomar el almuerzo.
- Se proporciona lugar para cambio y baño a los turistas.
- Se proporciona el espacio para almuerzo a los turistas en el lugar contratado según el menú del día o de acuerdo con el requerimiento previamente solicitado.
- Se proporciona espacio de descanso y/o se realiza esparcimiento con alguna actividad.
- Se realizan las actividades conservacionistas o de turismo rural según el plan.



PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR UNA EMPRESA
DE SERVICIOS ECOTURISTICOS Y DE AVENTURA EN EL
MUNICIPIO DE NIMAIMA CUDINAMARCA

- Según el orden asignado a cada grupo se realizan el intercambio de actividades de la tarde completando con estas 5 actividades totales para el día.
- Se realizan las encuestas de evaluación del servicio para los planes de pasadía.
- Se lleva a los turistas al lugar destinado según el plan (terminal de salida o al hospedaje)

3.1.3. Para los planes de fin de semana:

- Se realizan los mismos pasos que los planes de pasadía, con la diferencia que se le lleva al lugar de hospedaje.
- La cena puede ser proporcionado por el lugar o el turista puede conocer la oferta del pueblo que en fines de semana es buena.
- El desayuno es proporcionado por el lugar de hospedaje dentro del plan.
- El plan termina a las 5 pm del día según el plan en Nimaima.

3.2. Procedimientos en caso de emergencia:

- Los guías y auxiliares conocen de primeros auxilios, por lo que en la emergencia ellos prestaran la ayuda primaria en el lugar del evento.
- En caso de que el incidente supere los primeros auxilios, el encargado del grupo avisa la situación a la administración, para activar los protocolos de emergencia y contactar al seguro que presta asistencia médica y se puede proceder a la evacuación y posterior atención del paciente. (el seguro cubre la actividad por día y tiene contactos con varios centros médicos de acuerdo con la gravedad del suceso)
- ECOCAT estará pendiente del paciente hasta su salida del centro hospitalario.
- En la agencia, posterior al evento, se procederá a diligenciar el formato y croquis del evento y a realizar el análisis de la situación con los posibles aspectos a mejorar.

4. Etapa de Postproducción:

Corresponde al fin del ciclo de vida del servicio que contempla el desmontaje de infraestructura, el manejo de residuos; la evaluación e informe del servicio; la evaluación y servicio de postventa, el cierre de contratos con proveedores.

4.1. Desmontaje, informe final y manejo de residuos:

- El mismo día de la prestación de servicios, los encargados deberán realizar el desmontaje y limpieza del lugar de recepción, y asegurarse de guardar todos los equipos, los cuales deben ser entregados oficialmente al día siguiente a la actividad.



PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR UNA EMPRESA DE SERVICIOS ECOTURISTICOS Y DE AVENTURA EN EL MUNICIPIO DE NIMAIMA CUDINAMARCA

- Se procede durante el mismo día a limpiar y revisar los implementos y equipos, las novedades de estos serán anotados en el formato bitácora de equipos designado.
- El día siguiente los encargados deberán presentar los equipos a devolver verificando el estado de estos, relacionando los mismos en el formato bitácora de equipos y servicios, así como entregando el informe del servicio prestado.
- Para el manejo de residuos, teniendo en cuenta las técnicas de reciclaje se organizará la disposición de estos según su origen así: residuos orgánicos se usarán para procesos de compostaje, residuos reciclajes para personas o entidades que lo recogen; residuos no reutilizables serán organizados para la entrega a los servicios sanitarios municipales.

4.2. Cierre de contratos

- Posterior a recepción de equipos se realiza devolución de equipos alquilados y el reingreso al inventario de los equipos e implementos propios.
- Se realizan los pagos restantes para cierre de contratos con proveedores externos dejando los documentos contables que así lo acrediten.
- Se completa el formato de equipos y servicios con la calificación y novedades de los proveedores contratados.

4.2.1. Servicio de Postventa:

- Para retroalimentar y mejorar nuestros servicios se envía encuesta de calidad al cliente.
- Se revisan todos los comentarios así como los menores puntajes, quejas o incidentes para ajustar o los buenos comentarios para confirmar y retroalimentar la senda de los buenos procesos, y se contrarrestan frente a los informes presentados por los guías y expertos.
- Se organizan las bitácoras de la jornada en archivo físico y archivo escaneado el cual incluye el formato de equipos y servicios; informe del servicio prestado, croquis del evento en caso de alguna situación de emergencia; las facturas del evento y las evaluaciones de retroalimentación de los clientes.
- Con los datos del cliente se organiza base de datos, para ofrecer planes y descuentos siempre que este lo haya autorizado. (previa autorización del cliente).



ANEXO 8
CONCLUSIONES DIAGNOSTICO ESTRATEGICO PARA ECOCAT

ARBOL DE PROBLEMAS PARA EL TURISMO EN LA NATURALEZA



Fuente: Elaboración propia

ANEXO 9

Ecoturismo y Turismo de Aventura
Ejercicio de Análisis e Impacto Ambiental
Inventario de actividades y materias primas servicio de Producción en Ecoturismo

El presente ejercicio parte del supuesto que la empresa inicia labores y tiene 20 turistas en un fin de semana para lo cual se miden impactos en dos grandes momentos de la etapa de producción del servicio, el desarrollo de las actividades de ecoturismo y de aventura, y el momento del hospedaje.

		Cant Turistas		dias		ISO 14043- Evaluación de impactos ambientales			ECOINDICADORES 99 (Medición con millipuntos)						
Proceso Ciclo de vida turista por 2 día		20		2					Salud Humana		Ecosistema		RECURSO NATURAL		
PROCESO	ACTIVIDAD ECOTURISTICA	Actividades y Materias primas	Materia prima			Materias auxiliares	SALUD HUMANA	ECOSISTEMA	RECURSO NATURAL						
			persona	Unid	total grupo										
ETAPA DE PRODUCCION DEL SERVICIO	Ecoturismo actividades de: Senderismo Rafting Canopy	Consumo de agua personal (Botella)	2	lt	80	Equipos de altura y balsas	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	
		Actividades en río o cascadas (todos llevan puesto repelente o bronceador)	40	ml	1600		Toxicidad por el uso de repelentes (asma, dermatitis, vómitos convulsiones, encefalopatía, coma y ataxia); Bioacumulable	Bioacumulables; Eutrofización; Ecotoxicidad; Afectación a la Capa de Ozono	Contaminación del recurso aire y agua	Aunque no aparece en la tabla Eco99 y aun existen lagunas, si existen estudios que demuestran efectos tóxicos	1,6	Bioacumulables; Eutrofización; Ecotoxicidad; Afectación a la Capa de Ozono	6,4	Bioacumulables; Eutrofización; Ecotoxicidad; Afectación a la Capa de Ozono	6,4
		Residuos sólidos (por refrigerios)	1	Kg/día	40		NA	Eutrofización; acidificación	NA	NA	NA	Eutrofización; acidificación	80	NA	NA
		Contaminación ruido					NA	Afectación especies	NA	NA	NA	no tienen equivalencia en millipuntos pero afecta las especies	NA	NA	NA
		Actividades de senderismo (Perdida de capa vegetal)	0,01	cm/km	0,04		NA	Afectación especies	NA	NA	NA	no tienen equivalencia en millipuntos pero afecta las especies	NA	NA	NA
		Transporte local hasta el sitio y recogida 4 a 6 km (2 colectivos con diésel)	2	lt	4		NA	Gases de efecto invernadero (GEI)	Contaminación del recurso aire y Ruido	NA	NA	Gases de efecto invernadero (GEI)	4	Gases de efecto invernadero (GEI)	4
									Subtotal de la activ (mp)	1,6	Subtotal de la activ. (mp)	90,4	Subtotal de la activ. (mp)	10,4	
	Hospedaje: Pernoctar 1 noche en hospedajes tradicionales del pueblo.	Consumo de agua y baño	150	lt/día	6000		NA	NA	Consumo	NA	NA	NA	NA	NA	
		Consumo de energía	2	Kwh	80		NA	NA	Consumo	NA	NA	NA	NA	NA	
		Residuos solidos	0,4	Kg/día	16		NA	Eutrofización; acidificación	Contaminación Suelo y agua	NA	NA	Eutrofización; acidificación	32	Eutrofización; acidificación	32
Alimentación día		2	Kg/día	80		NA	NA	Consumo	NA	NA	NA	NA	NA		
	Aguas residuales (se basa en 6 litros diarios de consumo)	4,8	lt/día	192		Toxicidad por consumo y riego de alimentos	Eutrofización; Acidificación; Ecotoxicidad; Bioacumulables	contaminación del agua	Aunque no aparece en la tabla Eco, es importante tener en cuenta los efectos tóxicos para la salud	NA	Eutrofización; Acidificación; Ecotoxicidad; Bioacumulables	768	Eutrofización; Acidificación; Ecotoxicidad; Bioacumulables	768	
								Subtotal de la Act.(mp)	1,6	Subtotal de la Act.(mp)	800	Subtotal de la Act.(mp)	800		
								Total (mp)	1,6	Total (mp)	890,4	Total (mp)	810,4		

Revisión de Ecoturismo bajo Normas técnicas:

- ISO 14041** -Objetivo: Voy a evaluar el proceso de ecoturismo, no de todo el ciclo de vida sino de la etapa de producción del servicio desde el inicio de la primera actividad ecoturística, incluyendo el hospedaje hasta actividades del 2do día
- Alcance del ciclo de vida: El presente se realiza en la etapa de producción del servicio, que abarca la operación del servicio, el uso de recursos y la generación de residuos o contaminantes
- ISO 14042** Inventario de materias primas, auxiliares y de energía)
- ISO 14043** Evaluación del Impacto ambiental (en las columnas K a la N)

Factores de medición para hacer ECO 99	
Bioacumulable	1 mp/kg
Ecotoxicidad (ejemplo asbesto y text	0,1 mp/kg
Respirables	1 mp/kg
Oncogénicas	1 mp/kg
Cancerígenas	1 mp/kg
Teratogénicas	1 mp/kg
Acidificación	1 mp/kg
GEI	1 mp/kg
Eutrofización	1 mp/kg
Afectación en capa de ozono	1 mp/kg
Metales pesados	1 mp/kg

Posibles acciones de Mitigación y Rediseño de servicios

Teniendo en cuenta este diagnóstico de los procesos del inventario donde se generan mayores impactos, se puede rediseñar el servicio de producción de ecoturismo y hospedaje realizando algunas acciones como:

Para contaminación de aguas (cascadas y ríos)

- Concientizar a los turistas de las consecuencias para los ecosistemas al usar bronceadores y cremas repelentes, ofrecerles componentes naturales como el aceite de citronela; el aceite de árbol de té.
- Solicitar o promover el uso de trajes o vestidos de manga larga y pantalón de secado rápido para las actividades en río.

Para contaminación de aire (por diésel)

- Implementar opciones de transporte ecológico como bicicletas, botes.
- Incentivar planes ecoturísticos incluyendo el uso de bicicletas.
- Buscar o construir hospedajes ecológicos más cercanos a la zona de ecoturismo.

Para contaminación de aguas (en el hospedaje):

- Diseñar o implementar un sistema de tratamiento de aguas residuales o un humedal artificial para depuración.
- Implementación de fosas sépticas con planeación de su mantenimiento.
- Lagunas de oxidación el cual requiere una gran cantidad de terreno que realiza transformación de la materia de forma natural quedando libre luego del proceso entre un 70% y 85% para ser liberada a la naturaleza.

Para mitigar los impactos por contaminación auditiva o compactación de suelo:

- Es importante tener en cuenta la capacidad de carga y en coordinación con otros actores respetar el número de turistas que pueden entrar en la zona por día.
- Conservar ecosistemas: Apoyar iniciativas de restauración y conservación de los ecosistemas naturales en los destinos turísticos.
- Promover prácticas agrícolas sostenibles: Fomentar el consumo de productos locales provenientes de la agricultura sostenible.
- Compensar la huella ambiental: Implementar programas de reforestación u otras acciones para compensar las emisiones de carbono generadas por el turismo.

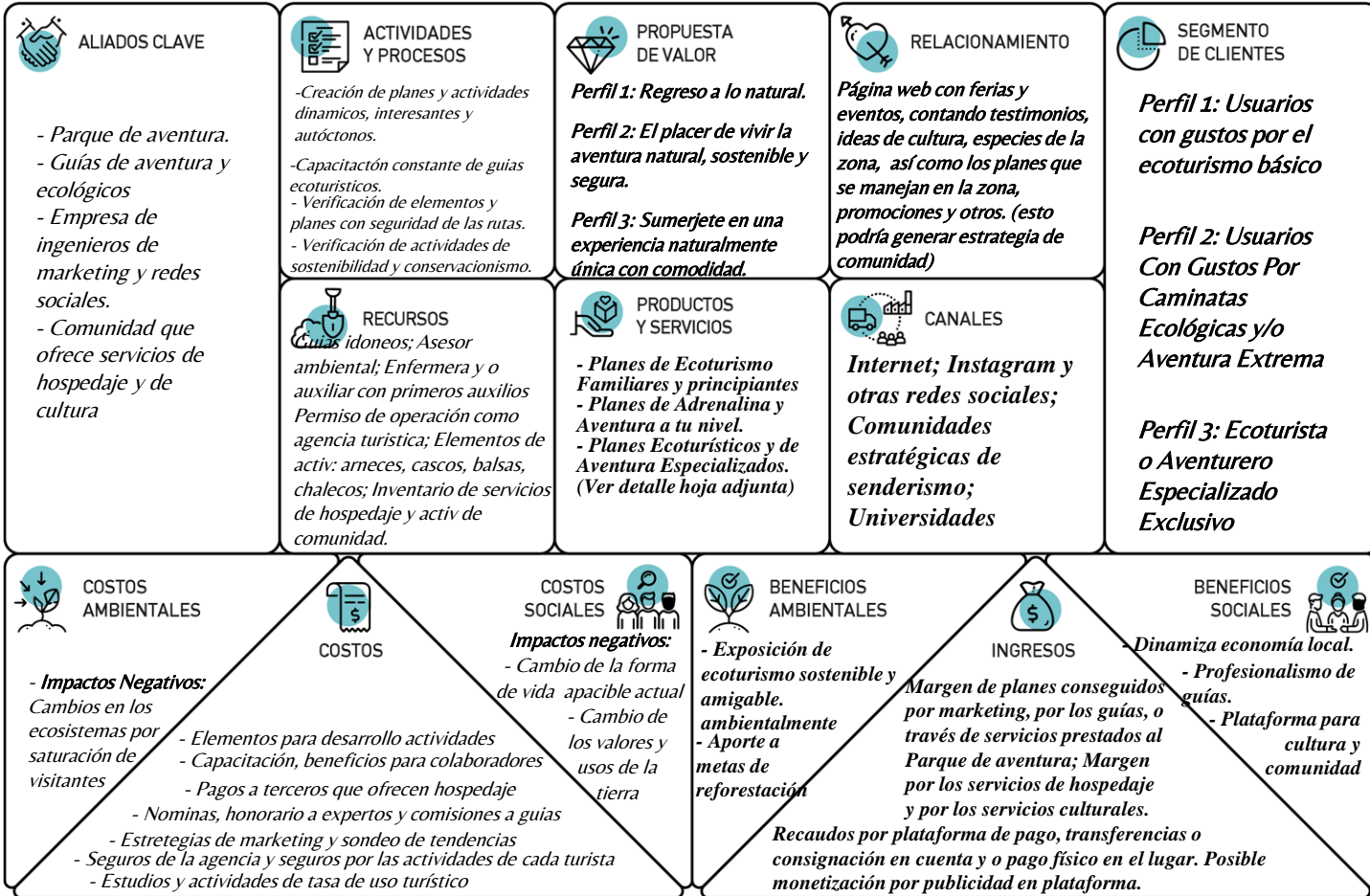
Para mejora de reutilización y optimización de servicios en hospedaje:

- Implementación de energías limpias.
- Reutilización de mobiliario con acondicionamiento temático
- Elaboración de implementos de decoración y con técnicas de reciclaje de materiales.
- Sensibilizar a los turistas: Educar a los visitantes sobre la importancia de la gestión responsable de residuos y su participación en la economía circular.
- Aprovechar recursos locales: Utilizar productos y servicios de proveedores locales para reducir la huella de carbono del turismo.



Somos una agencia de servicios ecoturísticos y de aventura extrema con enfoque sostenible para el Municipio de Nimaima, que le permitirá disfrutar el real contacto con la naturaleza con las seguridades y el acompañamiento de expertos que usted se merece.

ANEXO 10 Lienzo Modelo de Negocio





- Planes de Ecoturismo Familiares y principiantes: Actividades para principiantes y para toda la familia, planes con actividades como senderismo básico, con mascotas, actividades de conservacionismo.

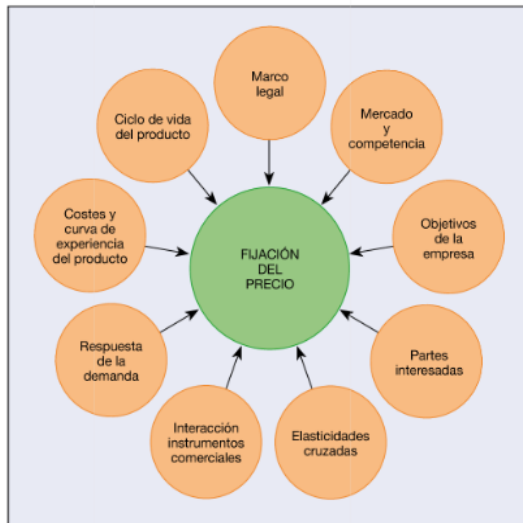
- Planes de Ecoturismo, Adrenalina y Aventura a tu nivel: Con actividades como torrentismo, rapel, kayak, escalada cabalgatas, cayoning (niveles principiantes, intermedios y avanzados) con profesionales certificados y con todas las seguridades en el lugar de actividad. Incluye si así lo deseas, servicios de hospedaje autóctono y alimentación.

- Planes Ecoturísticos y de Aventura Especializados: Planes diseñados especialmente para observación y estudio de aves y otras especies; Planes para explorar la biodiversidad y ecosistema de la zona; Planes conservacionistas y de conocimientos ancestrales y autóctonos de la zona; Planes mix con la mezcla de ecoturismo y actividades de aventura que prefieras. Estos planes cuentan con guías expertos y/o expertos ambientales y con todas las seguridades en el lugar de actividad.

ANEXO 11

Análisis de Factores Condicionantes del Precio para ECOCAT

Factores condicionantes del precio



Fuente: Santamaneses, Miguel; Marketing: conceptos y estrategias, 2012

Factor	Análisis Puntual
Marco Legal	No existe regulación de precios y el mercado usualmente ya establece unas tarifas basados en costos.
Mercado y competencia	<p>Segmentación de mercado: Según estudio de mercados se divide en 4 perfiles.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perfil 1-Usuarios con gustos por el ecoturismo básico - Perfil 2-Usuarios Con Gustos Por Caminatas Ecológicas y/o Aventura Extrema - Perfil 3-Ecoturista o Aventurero Exclusivo - Perfil 4-Turista de Recreación y descanso (se excluye por estar interesado en servicios de hospedaje) <p>Características y preferencias: Según edad; Según gustos por la aventura o la observación; Según objetivos específicos o gustos por exclusividad y tranquilidad.</p> <p>Competencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Especializada en planes de aventura y actividades dentro de hospedajes temáticos. - Baja preocupación por seguridad de salud de sus clientes y sostenibilidad. - Alta informalidad y contratación de personal por día tipo jornal. - Precios de servicios relativamente estandarizados.
Objetivos de la empresa	<p>Reconocimiento e imagen nacional e internacional como empresa de turismo sostenible</p> <p>Consolidar un modelo de negocio sostenible que cubra necesidades y expectativas de los socios, inversionistas, clientes y comunidad</p> <p>Constituirse en agente de cambio regional mediante experiencias transformadoras y de vanguardia a sus clientes y a la región.</p>
Partes interesadas	Nación; municipio, comunidad; clientes; competencia.
Elasticidad Cruzada	<p>Sustitutos: Actividades recreativas en lugares de hospedaje; programas ecoturísticos en otros escenarios y/o en lugares mas lejanos. Estos productos aumentan en temporadas escolares.</p> <p>Complementarios: Hospedaje, oferta gastronómica; servicios de transporte.</p>
Instrumentos Comerciales	Publicidad en la web, redes sociales, cajas de compensación y en agencias turísticas regionales
Respuesta de la demanda	Es un producto con respuesta media al cambio en el precio, que fluctúa por temporadas del año y es relativamente estable en fines de semana.
Costos y Curva experiencia	Costos disminuyen a mayores grupos; Paquetes exclusivos presentan costos de hospedaje y servicios mas altos
Ciclo de vida de producto	Según la teoría del CVDT (Butler, 1989) este tipo de servicio se encuentra en la etapa 3. Desarrollo , en la que la publicidad ya ha hecho crecer progresivamente el negocio y el número de visitantes. Por lo que ya existen emprendedores con políticas de precios y procesos. El desarrollo se encuentra concentrado principalmente en la zona de Tobía del mismo municipio.

ANEXO 12
Normograma para Gestión de ECOCAT

Norma	Por la cual	Temas	Link
Relacionadas a la ley de Turismo y Ecoturismo			
Ley 300 de 1996 reglamentada por el Decreto 2590 de 2009	"Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones".	Incluye la clasificación de las agencias entre otros varios temas Requisitos de constitución; Tipos de agencias	https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestor_normativo/norma.php?i=8634#:~:text=Expende%20la%20ley%20general%20de,caso%20ser%3%A1%20trasladada%20al%20usuario.
Decreto 502 de 1997	por el cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el artículo 85 de la Ley 300 de 1996.	Este decreto reglamenta la Ley 300 de 1996 y establece las condiciones específicas para la operación de las empresas turísticas y agencias de viajes. Define los diferentes tipos de empresas turísticas y agencias de viajes, y establece los requisitos para su funcionamiento, así como las obligaciones que deben cumplir.	https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=110916&g
Decreto 2438 de 2010 y Decreto 53 de 2002	Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de servicios turísticos	Este decreto modifica algunos aspectos del Decreto 502 de 1997, relacionados con la responsabilidad de las agencias de viajes en la prestación de servicios turísticos, las reglas y observancias frente a la prestación de servicio, devoluciones, categoría del servicio, responsabilidades, publicidad .	https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestor_normativo/norma.php?i=39997
Ley 1558 de 2012	Art 4 Modifica algunas disposiciones y definiciones	"Ecoturismo. El ecoturismo es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. El ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, el ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza. El desarrollo de las actividades ecoturísticas debe generar ingresos destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y a las comunidades aledañas."	
LEY 2068 DE 2020	Por el cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.	Esta ley modifica la Ley 300 de 1996 en algunos aspectos relacionados con la creación del Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) y el desarrollo del turismo en Colombia. Y trata otros temas como definición de Ecoturismo, plataformas de pago, y exenciones tributarias y temas contables	http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2068_2020.html
DECRETO 1845 del 2021	"Por medio del cual se adiciona la Sección 13 al Capítulo 4 del Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo para determinar unos Prestadores de Servicios Turísticos"	Nuevos prestadores a los operadores de Ecoparques	
DECRETO 1338 DE 2021	Por el cual se adiciona el Capítulo 12 y se derogan varias del Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, en el sentido de reglamentar el procedimiento de recaudo, declaración, pago y fiscalización de la Contribución Parafiscal para el Turismo	Reglamento de la contribución parafiscales para el turismo . en el sentido de reglamentar el procedimiento de recaudo, declaración, pago y fiscalización de la Contribución Parafiscal para el Turismo	
Decreto 1074 de 2015	"Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo"	Incorpora las modificaciones introducidas al Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo a partir de la fecha de expedición. De otra parte establece los requisitos sanitarios y de seguridad que deben cumplir los establecimientos de alojamiento y los prestadores de servicios turísticos.	
Resolución 3860 de 2015 y Resolución 3861 de 2015	Establece los requisitos técnicos que deben cumplir las agencias de viajes operadoras, los prestadores de servicios turísticos de actividades de aventura y los guías de turismo para operar en Colombia.	Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las Normas Técnicas Sectoriales expedida por las Unidades Sectoriales de Normalización para las actividades del denominado Turismo de Aventura y la Sostenibilidad Turística" que deroga las Resoluciones 0405 de 2014 y 0148 de 2015.	
Para constitución de la empresa			
Ley	Notas y temas de ECOCAT	Motivaciones	Fuentes para consultar
Ley 1258 de 2008	Que inicia como una SAS	La constitución podrá realizarse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. La Sociedad por Acciones Simplificada es una sociedad de capital, de naturaleza comercial, conformada por una o varias personas naturales o jurídicas, que fue creada por la ley 1258 de 2008	
Ley 1901 de 2018, reglamentadas mediante D.2046 de 2019 y circulares Externas de la Supersociedades	Empresas BIC- Sociedades de beneficio e interés colectivo (con el tiempo ECOCAT podría buscar certificarse como una BIC,)	Las Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo ("BIC") son aquellas sociedades con ánimo de lucro que, de manera voluntaria, buscan cumplir estándares sociales y ambientales para lo cual han cumplido con los requisitos determinados por la ley para ser reconocidas como BIC. De igual manera, es fundamental entender que las figuras de sociedad BIC ni de Empresa B son tipos societarios diferentes a los tradicionales, sino que son medios para publicidad a un compromiso de responsabilidad económica, social y ambiental esto quiere decir que las sociedades que tengan cualquiera de las dos connotaciones seguirán estando obligadas bajo el régimen legal que le es aplicable por su tipo societario	https://lloreidacamacho.com/wp-content/uploads/2023/07/EBOOK-BIC-.pdf
Relacionadas con Conservación ambiental y Sostenibilidad			
Norma	Por la cual	Temas	Link
Ley 2277 de 2022	"por medio de la cual se adopta una reforma tributaria para la igualdad y la justicia social y se dictan otras disposiciones".	Reglamenta impuesto al carbono, liquidación y tarifa (para empresas con vehículos o maquinaria que tenga emisiones de carbón)	https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestor_normativo/norma.php?i=199883
Ley 2232 de 2022	Por la cual se establecen medidas tendientes a la reducción gradual de la producción y consumo de ciertos productos plásticos de un solo uso y se dictan otras disposiciones.	El cual entra en disposición y sanción progresiva desde el año 2024.	
Normas ISO	Análisis de Ciclo de Vida (ACV)	Para certificarse con ISO se debe tener en cuenta la ISO 14040, 14041, 14042 14043 (Inventario y Análisis del ciclo de vida y evaluación de impactos)	
Decreto 1713 de 2002	Por el cual se reglamenta la Ley 142 de 1994, la Ley 632 de 2000 y la Ley 689 de 2001, en relación con la prestación del servicio público de aseo, y el Decreto Ley 2811 de 1974 y la Ley 99 de 1993 en relación con la Gestión Integral de Residuos Sólidos"	Explica condiciones y disposición final de recursos; Presentación de residuos sólidos para recolección; Obligación de almacenar y presentar	
Decreto 2981 de 2013	Por el cual se reglamenta la prestación del servicio público de aseo.	Actualiza D. 1713, explica definiciones, gestión integral de residuos sólidos, obligación de los usuarios para el almacenamiento y la presentación de residuos sólidos y relación de usuarios con empresas de aseo	
Normatividad Parafiscal y Tributaria			
Resolución 118 de 2005 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	por la cual se establecen los criterios técnicos de las diferentes actividades o servicios de ecoturismo de conformidad con lo dispuesto en el parágrafo del artículo 12 del Decreto 2755 de 2003.	Exenciones tributarias para ecoturismo	
La ley de turismo No. 2068 de 2020 en su art. 34		Establecimiento de contribución parafiscal para empresas de turismo para promoción del turismo	
La ley de turismo No. 2068 de 2020 art 42		Exenciones para inversiones prediales, en equipos, proyectos programas de ecoturismo	
		Exenciones especiales para construcción de hotelería	



2 de Mayo del 2024

COL49-13838

APRECIADO CLIENTE

Sr(a). APRECIADO CLIENTE

¡Anímate y adquiere el producto **COLASISTENCIA EXTREMO** para que siempre cuentes con la protección de **COLASISTENCIA!**



¿Quiénes somos?

Somos la empresa líder en asistencia médica integral en Colombia y la región, desde nuestros inicios en el año 2005 hemos revolucionado la industria, brindando a todos nuestros clientes operadores de turismo la tranquilidad y confianza de un servicio especializado, pensado y diseñado en las necesidades generadas por el desarrollo de las actividades del sector, dándoles así a los turistas, viajeros, pasajeros y huéspedes un turismo responsable y seguro.

¿Qué nos hace únicos?



Call Center

Call center propio y especializado, 24 horas los 7 días de la semana, 365 días al año.



Convenios

Evitamos tus gastos imprevistos. Más de 7000 convenios a nivel nacional.



Respaldo

Nuestro servicio cuenta con el respaldo de ALLIANZ (servicios con amplias coberturas).



RCE

Podrás indemnizar los perjuicios causados a un tercero con motivo de la responsabilidad civil adquirida en la actividad.



COLASISTENCIA EXTREMO

Diseñado para personas no profesionales en disciplinas de aventura, audaces, amantes del desafío y la adrenalina, que deseen contar con la tranquilidad de estar protegidos en la práctica de deportes extremos o turismo aventura acompañados de un guía experto. Disfruta de practicar torrentismo, espeleología, escalada, rappel, rafting, canopy, Paint ball, canyoning, trekking y mucho más.

COBERTURAS

Asistencia Médica



Asistencia médica por accidente hasta	\$40.000.000
Asistencia médica por enfermedad hasta	\$6.000.000
Atención inicial por preexistencias(consulta de Urgencias) hasta	\$500.000
Cobertura por Covid-19	Incluido
Enfermera en casa por accidente, 5 días maximo	\$100.000

Gastos de hotel por convalecencia accidental hasta	\$1.000.000
Gastos odontológicos por accidente hasta	\$2.000.000
Medicamentos ambulatorios hasta	\$250.000

Traslados en caso de Emergencia



Traslados médicos por accidente(hasta el limite de gastos médicos accidentales)	Incluido
Traslados y estadía de acompañante por accidente hasta	\$2.000.000
Traslados y estadía de acompañante por muerte accidental	\$2.000.000

Seguros



Compensación complementaria por perdida de equipaje en transporte Aéreo hasta	\$2.500.000
Compensación por invalidez o desmembración accidental (se excluyen accidentes en cualquier transporte) hasta	\$70.000.000
Compensación por invalidez o desmembración accidental en Transporte Terrestre, Fluvial, Marítimo y Aéreo	\$15.000.000
Compensación por muerte accidental en Transporte Terrestre, Fluvial, Marítimo y Aéreo	\$15.000.000
Compensación por muerte accidental(excluye muerte en cualquier transporte y homicidio)	\$70.000.000

Compensación por muerte con arma de fuego, corto punzante o contundente(Homicidio)	\$15.000.000
Compensación por muerte por ahogamiento	\$25.000.000
Regreso anticipado por siniestro grave o calamidad en el domicilio	\$1.000.000
Renta por Hospitalización por accidente diaria, 5 días máximo	\$50.000

Traslados



Acompañamiento para menor de 15 años	\$2.000.000
Regreso anticipado por muerte de familiar en 1 grado de consanguinidad o afinidad (tiquete)	\$1.000.000
Retorno de menores o adulto mayor	\$1.000.000

Asistencias Especializadas



Asistencia en pérdida de equipaje y documentos	Incluido
Auxilio de regreso por accidente	\$200.000
Conductor familiar en caso de accidente	Incluido
Remuneración por robo de documentos(Hurto Calificado)	\$150.000
Servicio funerario especializado	Incluido

TARIFAS

\$3.998 por día por persona IVA incluido.

NO DUDES EN CONTACTARME SI TIENES ALGUNA DUDA

CARLOS JOSE MILLAN BARRAGAN

TELÉFONO
3105679030

CORREO
ventasbogota1@colasistencia.com

CELULAR
3105679030

Esta propuesta comercial tiene vigencia de 30 días calendario a partir de la fecha de generación 2 de Mayo del 2024.

¿Quieres saber más? ¡Visítanos en nuestro sitio web! www.colasistencia.net

Condiciones generales de este producto [¡Aqui!](#)