

**Determinación de la Viabilidad de un Ecolodge en el Municipio de Pasto Combinando el  
Método P5 y la Secuencia en Espiral de Etapas para Proyectos de Emprendimiento**

Manuel Antonio Ríos

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Básicas Tecnología e Ingeniería

Maestría en Gerencia de Proyectos

2022

**Determinación de la Viabilidad de un Ecolodge en el Municipio de Pasto Combinando el  
Método P5 y la Secuencia en Espiral de Etapas para Proyectos de Emprendimiento**

Manuel Antonio Ríos

Director

Juan Carlos Amézquita Salazar

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Básicas Tecnología e Ingeniería

Maestría en Gerencia de Proyectos

2022

### **Dedicatoria**

A Dios, por darme la fuerza necesaria para seguir adelante y nunca darme por vencido. Al amor de mi vida, mi esposa Nathalia por su amor incondicional y continua motivación.

### **Agradecimiento**

Al terminar esta bonita etapa de mi formación como Magister en Gerencia de proyectos, mi agradecimiento sincero es para mi querida esposa Nathalia quien siempre me ha apoyado en mis sueños y anhelos de ser cada día un mejor ser humano y un mejor profesional. De igual manera

quiero agradecer de manera muy especial a los doctores Juan Carlos Amézquita y Edwar Fernando Toro Perea por toda su disposición, compromiso y paciencia para conmigo, porque a través de su vocación de docentes aportaron lo mejor de sí mismos para construir este proyecto.

A todos Dios les pague por apoyarme.

## Resumen

La propuesta consiste en desarrollar un estudio de preinversión combinando el método P5 y la secuencia en espiral de etapas para proyecto de emprendimiento, la cual surge a partir del insuficiente aprovechamiento del potencial ecoturístico local del Municipio de Pasto, ocasionado por la ausencia de estudios que permitan determinar su demanda y por la escasa oferta de alojamientos rurales. La metodología se basa en la combinación de las cinco P (Productos, Procesos, Personas, Planeta y Prosperidad) del estándar del Green Project Management - GPM y las 10 etapas para formulación de proyectos de emprendimiento propuesta por Varela en 2014. El proyecto consiste en diseñar un Ecolodge, con infraestructura y operación sostenible en armonía con la autenticidad de la comunidad local y se complementa con alimentación saludable y fresca de origen orgánico y con la opción de participar en la cosecha de algunos alimentos de la zona; de tal manera que el proyecto brinde una experiencia única de disfrute de la naturaleza con enfoque sostenible. El diseño metodológico permite optimizar la formulación del estudio desde la perspectiva de gerencia de proyectos, en articulación con enfoque de sostenibilidad del Green Project Management – GPM a través de la planificación, organización, dirección y control de sus actividades.

**Palabras clave:** Ecolodge; Preinversión; Método P5.

### **Abstract**

The proposal consists of developing a pre-investment study combining the P5 method and the spiral sequence of stages for an entrepreneurial project, which arises from the insufficient use of the local ecotourism potential of Pasto, caused by the absence of studies that allow determining its demand and due to the scarce supply of rural accommodation. The methodology is based on the combination of the five P's (Products, Processes, People, Planet and Prosperity) of the GPM standard and the 10 stages for the formulation of entrepreneurship projects proposed by Varela in 2014. The project consists of designing an Ecolodge, with infrastructure and sustainable operation in harmony with the authenticity of the local community and is complemented with healthy and fresh food of organic origin and with the option of participating in the harvest of some foods from the area; in such a way that the bride project a unique experience of enjoying nature with a sustainable approach. The methodological design allows optimizing the formulation of the study from the project management perspective, in coordination with the Green Project Management - GPM sustainability approach through the planning, organization, direction and control of its activities.

**Keywords.** Ecolodge; Pre-investment; Method P5.

## Tabla de Contenido

Lista de Tablas .....	12
Lista de Figuras.....	14
Lista de Apéndice .....	16
Introducción .....	17
Planteamiento del Problema .....	20
Justificación .....	25
Objetivos.....	28
Objetivo General.....	28
Objetivos Específicos.....	28
Marco Referencial.....	29
Marco Conceptual.....	29
El Estándar P5 del GPM para la Sostenibilidad en la Dirección de Proyectos.....	29
Modelo Varela .....	32
Mapa de Empatía. ....	36
Modelo CANVAS.....	37
Análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) .....	38
Marco Teórico.....	38
Funcionamiento del Estándar P5 .....	38
Funcionamiento de la Metodología de Varela 2014.....	42
Funcionamiento del Mapa de Empatía. ....	46
Funcionamiento del Modelo CANVAS.....	47

Marco Histórico.....	49
El origen del estándar P5 como resultado de la evolución de dirección de proyectos.....	49
El origen de la metodología de Varela.....	50
Origen del método CANVAS.....	51
Origen del Mapa de Empatía.....	51
Origen del ecoturismo y el alojamiento rural.....	52
Estado Del Arte.....	54
Marco Legal.....	58
Metodología.....	62
Tipo y Enfoque de Investigación.....	62
Procedimiento del Proyecto.....	62
Primera Fase: Identificación del Perfil del Alojamiento Rural en Ecolodge.....	62
Segunda Fase: Tratamiento de la idea del Negocio.....	63
Tercera Fase: Viabilidad de la Idea de Negocio.....	68
Justificación de las Herramientas a Utilizar.....	70
Capítulo 1- Análisis De Resultado Del Perfil Del Ecolodge.....	73
Análisis Del Sector Turístico.....	73
Perspectivas Del Sector Ecoturístico En Pasto (Servicios, Clientes, Mercado).....	73
Tendencias que Afectan el Turismo Sostenible con Énfasis en el Alojamiento.....	83
Barreras de Ingreso y Salida del Sector.....	83
Poder de Negociación de Clientes y Proveedores.....	84
Servicios Sustitutos.....	85



Análisis de la Idea de Negocio con la Herramienta DOFA .....	86
Identificación de la Idea de Negocio con la Herramienta CANVAS .....	91
Reconocimiento del Perfil de la Idea de Negocio en el Sector Turístico .....	95
Análisis Del Perfil Del Ecolodge .....	98
Capítulo 2- Análisis de Resultado: Tratamiento del Perfil de Ecolodge .....	101
Estudio de Mercado .....	102
Análisis del Producto: Servicio de Alojamiento en Ecolodge .....	105
Análisis de la Demanda .....	109
Análisis de la Oferta.....	129
Análisis de Precios .....	130
La Comercialización .....	132
Análisis del Estudio de Mercado del Servicio Ecolodge .....	140
Estudio Técnico .....	145
Localización del Ecolodge.....	145
Tamaño y Diseño del Ecolodge .....	148
Equipos y Maquinaria Requeridos.....	150
Muebles y Enseres Requeridos .....	151
Bienes Inmuebles (Construcciones y Adecuaciones) .....	152
Terrenos .....	152
Capital Humano Del Ecolodge .....	153
Materia Prima E Insumos Del Ecolodge.....	153
Proceso Productivo del Ecolodge .....	155

Distribución del Ecolodge.....	159
Costos Del Ecolodge Materia Prima, Equipos.....	163
Análisis del Estudio Técnico del Ecolodge .....	164
Estudio Organizacional.....	166
Planificación del Alojamiento Ecolodge .....	167
Organización del Alojamiento Ecolodge .....	169
Dirección del Alojamiento Ecolodge.....	172
Control del Alojamiento Ecolodge .....	172
Análisis Del Estudio Organizacional .....	173
Estudio Ambiental .....	174
Evaluación de Impactos Ambientales de Transporte.....	175
Evaluación de Impactos Ambientales del Consumo de Energía .....	176
Evaluación de Impactos Ambientales en la Diversidad Bilógica.....	177
Evaluación de Impactos en Reciclaje, Reúso, Generación y Disposición de Residuos .....	178
Plan de Gestión de Sostenibilidad Ambiental.....	179
Análisis del Estudio de Impacto Ambiental.....	187
Estudio Legal .....	188
Aspectos Legales Del Proyecto .....	188
Reglamentación Del Proyecto.....	190
Análisis del Estudio Legal .....	191
Capítulo 3- Análisis de Resultados: Viabilidad del Servicio de Ecolodge.....	192
Estructura Financiera .....	192

Necesidades de Inversión.....	192
Capital de Trabajo y Políticas de Inversión .....	193
Presupuesto de Ingresos .....	194
Presupuesto de Insumos y Materiales .....	196
Presupuesto de Personal.....	197
Presupuesto de Costos y Gatos Indirectos .....	198
Presupuesto de Gastos Administración y Ventas.....	199
Análisis de Costos.....	199
Flujo de Caja.....	200
Estado de Resultados .....	202
Balance.....	203
Estudio Financiero – Económico .....	204
Evaluación a Través de la Tasa Interna de Retorno - TIR y el Valor Presente Neto - VPN ....	204
Evaluación del Proyecto Valor Presente Neto - VPN.....	205
Conclusiones .....	207
Referencias Bibliográficas .....	211
Apéndice .....	219

### Lista de Tablas

Tabla 1.	Matriz de evaluación estándar P5. ....	41
Tabla 2.	Debilidades y oportunidades de las herramientas a usar .....	72
Tabla 3.	Análisis DOFA de la idea de negocio.....	90
Tabla 4.	Estadística del sector turismo en el Departamento de Nariño .....	110
Tabla 5.	Descripción indicadores seleccionados y análisis de crecimiento por año.....	111
Tabla 6.	Proyección del mercado potencial de proyecto a 2027.....	113
Tabla 7.	Segmentación de mercado del servicio de alojamiento en Ecolodge. ....	114
Tabla 8.	Ficha técnica .....	120
Tabla 9.	Análisis de precios. ....	131
Tabla 10.	Fracción del mercado y ventas.....	133
Tabla 11.	Proyección de ventas e ingresos del proyecto Anakú. ....	134
Tabla 12.	Matriz de localización.....	147
Tabla 13.	Tamaño del proyecto.....	149
Tabla 14.	Resumen de requerimientos .....	152
Tabla 15.	Requerimiento de materias primas e insumos .....	154
Tabla 16.	Área misional .....	161
Tabla 17.	Área estratégica.....	162
Tabla 18.	Área de apoyo .....	163
Tabla 19.	Requerimiento de materias primas e insumos - Persona/noche.....	163
Tabla 20.	Manual general de funciones .....	170
Tabla 21.	Matriz de evaluación de la categoría del transporte.....	175

Tabla 22.	Matriz de evaluación de la categoría consumo de energía .....	177
Tabla 23.	Matriz de evaluación de la categoría diversidad biológica. ....	178
Tabla 24.	Matriz de evaluación de la categoría de consumo .....	179
Tabla 25.	Plan de sostenibilidad ambiental.....	185
Tabla 26.	Inversión resumen en activos fijos.....	192
Tabla 27.	Depreciaciones y amortizaciones.....	193
Tabla 28.	Total capital de trabajo.....	194
Tabla 29.	Resumen presupuesto de ingresos .....	195
Tabla 30.	Resumen plan de compras de Anakú Ecolodge.....	196
Tabla 31.	Presupuesto resumen de la nomina.....	198
Tabla 32.	Presupuestos de administración y ventas.....	199
Tabla 33.	Análisis de costos.....	200
Tabla 34.	Resumen flujo de caja del proyecto .....	201
Tabla 35.	Estado de resultados del proyecto.....	202
Tabla 36.	Balance general del proyecto .....	203
Tabla 37.	Flujo neto del proyecto .....	204

### Lista de Figuras

Figura 1	Método P5 - GPM 2019.....	30
Figura 2	Síntesis estándar P5.....	31
Figura 3	Modelo de Varela. Varela (2014) .....	33
Figura 4	Funcionamiento del estándar P5 .....	40
Figura 5	Etapas desarrollo del plan de negocio.....	43
Figura 6	Aplicación de la metodología .....	44
Figura 7	Aplicativo CISNE (Cree Investigue y Simule su Nueva Empresa).....	45
Figura 8	Mapa de Empatía .....	46
Figura 9	Modelo CANVAS.....	48
Figura 10	La sostenibilidad y la competitividad. ....	75
Figura 11	Lienzo CANVAS de la idea de negocio. ....	94
Figura 12	Imágenes referentes de senderismo y avistamiento de aves. ....	108
Figura 13	Imágenes de referencia experiencia intercambio cultural.....	108
Figura 14	Imágenes de referencia comida saludable.....	109
Figura 15	Análisis de la regresión polinómica del sector turismo en Nariño .....	112
Figura 16	Mapa de empatía del servicio de alojamiento en Ecolodges. ....	118
Figura 17	Motivos y frecuencia de viaje.....	122
Figura 18	Interés por diferentes tipos de alojamiento. ....	123
Figura 19	Medios de reserva de alojamientos. ....	124
Figura 20	Importancia de variables socio-ambientales en el Ecolodge. ....	126
Figura 21	Características más valoradas en el Ecolodge. ....	127

Figura 22	Opciones de paquete de alojamiento.....	128
Figura 23	Disposición a pagar diariamente por persona. ....	132
Figura 24	Pieza grafica para redes sociales.....	142
Figura 25	Mapa de procesos.....	156
Figura 26	Diagrama de flujo servicio de alojamiento .....	157
Figura 27	Diagrama de flujo servicio de restaurante .....	158
Figura 28	Diagrama de flujo experiencias .....	159
Figura 29	Estructura organizacional.....	169

**Lista de Apéndice**

<b>Apéndice A.</b>	Matriz de evaluación estándar P5 .....	219
<b>Apéndice B.</b>	Diseño de las preguntas .....	222
<b>Apéndice C.</b>	Encuesta análisis del mercado .....	227
<b>Apéndice D.</b>	Requerimiento de Equipos y Maquinaria Clasificados por Área.....	232
<b>Apéndice E.</b>	Requerimiento de muebles y enseres clasificados por área .....	237
<b>Apéndice F.</b>	Requerimiento en bienes inmuebles (construcciones y adecuaciones).....	245
<b>Apéndice G.</b>	Depreciaciones y amortizaciones en forma lineal .....	249
<b>Apéndice H.</b>	Presupuesto de ingresos detallado del año 1 y total de los años 2 al 5 .....	250
<b>Apéndice I.</b>	Plan de compras de materias primas e insumos .....	251
<b>Apéndice J.</b>	Presupuesto detallado de la nomina.....	260
<b>Apéndice K.</b>	Flujo de caja y financiación .....	261
<b>Apéndice L.</b>	Estado de resultados.....	262
<b>Apéndice M.</b>	Balance General .....	264



## **Introducción**

El proyecto consiste en el desarrollo de un estudio de preinversión para un Ecolodge de tipo tradicional en el municipio de Pasto, Departamento de Nariño, que integre un alojamiento de excelente calidad y confort, infraestructura y operación sostenible y en armonía con la cultura ancestral de la comunidad local, alimentación saludable y fresca (tendencia a orgánica), con la opción de participar en la recolección y preparación de alimentos de la zona, de tal manera se brinde una experiencia única e integral de disfrute de la naturaleza generando el menor impacto negativo posible, acorde con los principios del ecoturismo según la Sociedad Internacional de Ecoturismo-TIES publicados en el año 2015. En este sentido a continuación se describen los temas más importantes por los que se sustentan la realización del proyecto:

En primera instancia, es importante mencionar que en el municipio de Pasto la oferta de alojamiento rural es mínima, de acuerdo a información reportada por en la Cámara de Comercio de Pasto en el año 2020 y específicamente alojamiento en Ecolodge en los términos que se plantea ante esta propuesta no existente; la solución que se plantea permite identificar, desarrollar y evaluar un producto ecoturístico bajo este enfoque para un segmento específico del mercado.

En segunda instancia, la propuesta busca encontrar alternativas a la inexistencia de alojamientos rurales tipo Ecolodges, los cuales sean construidos con materiales de la región y que propicien el uso eficiente de los recursos disponibles tales como la energía solar, viento, agua, suelo, flora y la fauna, abastecidos con energías de fuentes no convencionales de energía renovable incluyendo el transporte en vehículos eléctricos; lo cual es una necesidad a nivel nacional con una demanda creciente de alojamiento especializado o ecolodges con una

proyección de satisfacer el 40% del total de mercado de turismo de naturaleza a nivel nacional para el año 2027 según el Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022, MinCIT, (2018) y además es una tendencia del mercado, según el Manual para la Creación de un Ecolodge (2013): “El 60% del mercado estadounidense muestra una preferencia a hospedarse en ecolodges y cabañas, así como el 53% del mercado ecoturista australiano y aproximadamente el 20 – 30% del mercado europeo”.

Así mismo la propuesta encuentra soporte en lo establecido por la Organización Mundial del Turismo - OMT y Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas: “para alcanzar el turismo sostenible, es necesario que se favorezca el acceso a una energía asequible, limpia y moderna, desarrollando medidas de eficiencia energética y aumentar el uso de energías renovables en sus operaciones en detrimento de los combustibles fósiles”; a su vez esto es una tendencia en los requerimientos de los turistas; según el estudio de Energías Renovables América (2015) “el 87% de los turistas prefieren alojamientos con energías renovables y el 77% de ellos está dispuesto a pagar un costo mayor por esta calidad de energía”; por otra parte un estudio de la revista Conde Nast Traveler, concluye que “el 96% de sus lectores piensa que los hoteles y centros turísticos deben ser responsables de proteger el medio ambiente en donde se ubican, y el 74% opina que las políticas ambientales de los hoteles influyen la decisión de hospedarse en ellos”.

En el mismo sentido, el marco del turismo sostenible busca que productos que recuperen y conserven la tradición propia del territorio, es decir que sean acordes con la costumbres y creencias de las comunidades que viven en el territorio. La solución del problema identificado está orientada a la elaboración de un estudio de preinversión para evaluar la oportunidad a través

de la combinación de dos de métodos P5 del Green Project Management - GPM y secuencia en espiral de Varela para proyectos de emprendimiento que permita determinar su viabilidad, lo cual es una necesidad urgente para el mejoramiento de las capacidades locales en prestación de servicios de alta calidad, junto con la elaboración de planes de negocio y mercadeo, así como también guianza interpretativa, bilingüismo y servicio al cliente. (Turismo de Nariño, 2020).

En tercera instancia, se encuentra la mínima oferta de empresas en gestión ecoturística en el municipio de Pasto, e incluso en la región, no obstante según los datos de la Cámara de Comercio de Pasto 2020, están registradas en éste municipio 9 empresas de alojamiento rural, 48 operadores turísticos de los cuales solo 3 son especializados en actividades como montañismo y ecoturismo y 5 empresas con otros servicios de reserva y actividades relacionadas, sin embargo, es importante mencionar que las empresas prestan servicios aislados y solo 11 empresas entre alojamiento rural y operadores turísticos están especializados en turismo de naturaleza.

Finalmente es importante resaltar que en el marco de la actual crisis que afronta el sector turístico a nivel local y global debido a la pandemia generada por el COVID-19, se plantea que una de las alternativas de recuperación es a través de un turismo de pequeños grupos alejado de las masas y con todas las normas de bioseguridad requeridas, un turismo sostenible en contacto con la naturaleza y la seguridad alimentaria (Combinación de hoteles con producción alimentaria); lo cual es una oportunidad importante para la idea que se pretende evaluar y es una herramienta de sostenibilidad en el escenario post COVID-19. (Turismo de Nariño, 2020).

### **Planteamiento del Problema**

El principal problema identificado es el insuficiente aprovechamiento del potencial ecoturístico en el municipio de Pasto, de acuerdo con la auditoría realizada en el marco del diagnóstico del Plan Estratégico para el Turismo de Naturaleza para Nariño - PETNN, el atractivo ecoturístico más cercano a la ciudad de Pasto denominado “Termales de Genoy” es catalogado con un potencial muy bajo con 14 de 50 puntos posibles obtenidos de la aplicación de criterios de priorización entre los que se encuentra infraestructura, construcciones, servicio al cliente y alojamiento (Gobernación, 2019), en éste mismo sentido el Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza en Colombia, estima que el 40% del mercado para este tipo de turismo demanda alojamiento especializado o ecolodges, demanda que busca proveer de manera progresiva hasta año el 2027. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo - MCIT, 2013).

Una de las principales causas que genera el problema, es la ausencia de estudios que permitan determinar la oferta y demanda de productos ecoturísticos, entre otros de alojamientos especializados tipo Ecolodge, lo cual es una necesidad urgente para el mejoramiento de las capacidades locales en prestación de servicios de alta calidad, así como la elaboración de planes de negocio y mercadeo y también servicios de guianza interpretativa, bilingüismo y servicio al cliente. (Turismo de Nariño, 2020).

En este mismo sentido la baja calidad del servicio al cliente en los atractivos y recursos ecoturísticos en términos de recepción, alojamiento y atención de los turistas; según lo establecido en el Plan Estratégico para el Turismo de Naturaleza para Nariño - PETNN, el servicio al cliente en los termales de Genoy es deficiente, falta promoción y además es necesario un cambio efectivo en el lugar. (Gobernación de Nariño, 2019), de igual manera en el Plan

Estratégico Nacional para el Desarrollo del Turismo - PENDT (2018), se identifica la existencia de una debilidad a nivel nacional en atención de visitantes a los sitios turísticos. (MCIT, 2018). Esta carencia se presenta a causa de un bajo nivel de formación y capacitación, particularmente en la atención al cliente, ecoturismo, guianza especializada, actitud de servicio, bilingüismo, entre otras. En conclusión, lo anterior genera una experiencia negativa en el turista, así como la afectación a los valores naturales; en consecuencia, en el Plan Estratégico para el Turismo de Naturaleza para Nariño - PETN se identifica que existen ineficiencias, tales como: suficientes guías bilingües certificados en Nariño para ser competitivos y atraer y atender mercados internacionales; actualmente en el departamento hay 27 guías certificados por el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y sólo 3 de ellos son bilingües (Gobernación de Nariño, 2019). También en la Guía para la Planificación del Ecoturismo en Parques Nacionales Naturales de Colombia se establece que en el ecoturismo “la formación y capacitación constante del personal es imprescindible para mejorar la calidad en la prestación de los servicios, lograr la satisfacción del visitante y para articular eficientemente las áreas protegidas a la oferta ecoturística nacional e internacional” (Cubillos, 2013).

De otra parte, la insuficiente logística para acceder a los recursos y atractivos ecoturísticos se evidencia en la inexistencia de transporte especializado e insuficiente organización, generando deficiencias en la oferta de recorridos ecoturísticos atractivos, mediante servicio de guianza especializada e interpretativa que garantice las condiciones para el goce y disfrute de la naturaleza de manera que los recorridos básicos se conviertan en experiencias inolvidables y además que minimice los riesgos de accidentes; en este sentido para el Consejo Privado de Competitividad (2016), La logística es un factor fundamental para competir en los

mercados nacionales e internacionales, el cual comprende un conjunto de variables que dan paso a la optimización de tiempos y de costos, y desarrollo de productos y servicios; desde la fase de planeación y suministro hasta que llega al consumidor final. De igual manera, según los datos de la Cámara de Comercio de Pasto 2020, están registrados en el municipio de Pasto 48 operadores turísticos de los cuales tan solo 3 son especializados en actividades montañismo y ecoturismo.

Otra causa del problema central, es la inexistencia de alojamientos rurales de tipo Ecolodges tradicionales con infraestructura y operación sostenible, lo cual reduce las posibilidades de potencializar la demanda del turismo de naturaleza al no contar con espacios atractivos, infraestructuras adecuadas y en armonía con el ambiente. Según el Plan Estratégico para el Turismo de Naturaleza para Nariño - PETNN, el alojamiento de turismo de naturaleza ofrecido actualmente en Nariño se puede considerar funcional, sin embargo, necesita más integración con la naturaleza y carece de un entorno y enfoque artístico (Gobernación de Nariño, 2019). El uso ineficiente de los recursos disponibles, desperdicio agua, falta de sistemas de tratamiento y cosecha de aguas lluvias, entre otro, son aspectos comunes en la mayoría de los atractivos naturales y alojamientos rurales en Nariño, los cuales regularmente utilizan sistemas de descarga séptica para baños que liberan aguas no tratadas a los ríos y lagos vecinos (Gobernación de Nariño, 2019). Por otra parte, los flujos turísticos son grandes consumidores de recursos como el agua, alimento, energía, entre otros; los cuales tienen algún tipo de restricción y adicionalmente una falta de saneamiento pueden afectar negativamente la imagen de los destinos turísticos, perjudicando su desarrollo. (Organización Mundial del Turismo y Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, 2016).

En cuanto a la energía eléctrica, el Plan Estratégico para el Turismo de Naturaleza para Nariño - PETNN reportó que la mayoría de los atractivos de naturaleza y alojamiento que fueron auditados utilizan energía de red o sistemas solares muy básicos, los cuales son incapaces de proporcionar energía adecuada a la operación (Gobernación de Nariño, 2019). En concordancia con la Organización Mundial del Turismo, para alcanzar el turismo sostenible es necesario que se favorezca el acceso a una energía asequible, limpia y moderna, desarrollando medidas de eficiencia energética y promover el uso de energías renovables en sus operaciones, en detrimento de los combustibles fósiles (Organización Mundial del Turismo y Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, 2016), en este sentido, según un estudio de Energías Renovables América, (2015) se menciona que el 87% de los turistas prefieren alojamientos con energías renovables, de los cuales el 77% está dispuesto a pagar un costo mayor por esta calidad de energía”. De igual manera un estudio de la revista Conde Nast Traveler de gran influencia a nivel global establece que el 96% de sus lectores piensa que los hoteles y centros turísticos deben ser responsables de proteger el medio ambiente en donde se ubican, y el 74% opina que las políticas ambientales de los hoteles influyen la decisión de hospedarse en ellos. (Ostela School of Tourism y hospitality, 2018)

También se identifica como causa del problema las insuficientes prácticas agroecológicas, lo cual no permite el abastecimiento de productos frescos y saludables para la operación de los alojamientos rurales, perdiendo así la posibilidad de actualizar la oferta gastronómica; de acuerdo con lo establecido en el Plan Estratégico para el Turismo de Naturaleza para Nariño - PETNN, se incrementaría la satisfacción de los turistas de naturaleza en Nariño si incluyera una oferta gastronómica más creativa con ingredientes frescos y recetas tradicionales, además de

promover oportunidades de crear experiencias de agroturismo, donde los visitantes le pagan por una experiencia integral para recolectar y cocinar los ingredientes para los platos. (Gobernación de Nariño, 2019). De igual manera, la pérdida de la tradición cultural propia del territorio genera un ambiente poco amigable, caracterizado por infraestructuras rígidas con materiales contaminantes en torno a costumbres adaptadas, generando una pérdida de identidad.

La problemática anteriormente descrita ocasiona un desconocimiento del mercado para un producto ecoturístico especializado –Alojamiento en Ecolodges-, toda vez que se desconocen los elementos que intervienen en el tipo de actividad turista en la que se visitan atractivos y recursos turísticos. Esto sumado al desconocimiento de condiciones logísticas necesarias para disfrutar plenamente de los beneficios de la naturaleza y por otra parte el desconocimiento de elementos que permitan determinar la factibilidad y viabilidad de un producto ecoturístico como los Ecolodges; lo que se convierte en una dificultad para evaluar las posibles alternativas de desarrollo y empleo especializado en el municipio de Pasto. Esto, teniendo en cuenta que a pesar de que se trate en general de una actividad atractiva, sería un error asumir que cualquier proyecto ecoturístico particular tiene su éxito asegurado. Existen variables de costos, gastos, riesgos, ingresos, comunicación, estructura, legales, entre otros, que deben ser tomados en cuenta y analizados empleando metodologías con validez reconocida, para evaluar la viabilidad de cada proyecto turístico que se pretenda poner en marcha, al igual que se debe hacer en cualquier otro sector empresarial.

Pregunta de investigación: ¿Como combinar el método P5 del GMP y la secuencia en espiral de etapas del método de Varela para sustentar un estudio de preinversión y determinar la viabilidad de un Ecolodges en el Municipio de Pasto?



## **Justificación**

El principal objetivo de este proyecto es el desarrollo de un estudio de preinversión para un Ecolodge de tipo tradicional, que integre un alojamiento de excelente calidad y confort, infraestructura y operación sostenible y en armonía con la cultura ancestral de la comunidad local, servicio de aguas termales que emanan del volcán Galeras, alimentación saludable y fresca (tendencia a orgánica), con la opción de participar en la recolección y preparación de alimentos de la zona, de tal manera se brinde una experiencia única e integral de disfrute de la naturaleza generando el menor impacto negativo, acorde con los principios del ecoturismo según la Sociedad Internacional de Ecoturismo-TIES publicados en el año 2015. En este sentido a continuación se describen los temas más importantes por los que se justifica la realización del proyecto:

En primera instancia, es importante mencionar que en el municipio de Pasto la oferta de alojamiento rural es mínima, de acuerdo a información reportada por en la Cámara de Comercio de Pasto en el año 2020 y específicamente alojamiento en Ecolodge en los términos que se plantea ante esta propuesta no existente; la solución que se plantea permite identificar, desarrollar y evaluar un producto ecoturístico bajo este enfoque para un segmento específico del mercado.

En segunda instancia, la propuesta busca encontrar alternativas a la inexistencia de alojamientos rurales tipo Ecolodges, los cuales sean construidos con materiales de la región y que propicien el uso eficiente de los recursos disponibles tales como la energía solar, viento, agua, suelo, flora y la fauna, abastecidos con energías de fuentes no convencionales de energía renovable incluyendo el transporte en vehículos eléctricos; lo cual es una necesidad a nivel

nacional con una demanda creciente de alojamiento especializado o ecolodges con una proyección de satisfacer el 40% del total de mercado de turismo de naturaleza a nivel nacional para el año 2027 según el Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022, MinCIT, (2018) y además es una tendencia del mercado, según el Manual para la Creación de un Ecolodge (2013): “El 60% del mercado estadounidense muestra una preferencia a hospedarse en ecolodges y cabañas, así como el 53% del mercado ecoturista australiano y aproximadamente el 20 – 30% del mercado europeo”.

Así mismo la propuesta encuentra soporte en lo establecido por la Organización Mundial del Turismo - OMT y Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas: “para alcanzar el turismo sostenible, es necesario que se favorezca el acceso a una energía asequible, limpia y moderna, desarrollando medidas de eficiencia energética y aumentar el uso de energías renovables en sus operaciones en detrimento de los combustibles fósiles”; a su vez esto es una tendencia en los requerimientos de los turistas; según el estudio de Energías Renovables América (2015) “el 87% de los turistas prefieren alojamientos con energías renovables y el 77% de ellos está dispuesto a pagar un costo mayor por esta calidad de energía”; por otra parte un estudio de la revista Conde Nast Traveler, concluye que “el 96% de sus lectores piensa que los hoteles y centros turísticos deben ser responsables de proteger el medio ambiente en donde se ubican, y el 74% opina que las políticas ambientales de los hoteles influyen la decisión de hospedarse en ellos”.

En el mismo sentido, el marco del turismo sostenible busca que productos que recuperen y conserven la tradición propia del territorio, es decir que sean acordes con la costumbres y creencias de las comunidades que viven en la zona. La solución del problema identificado está

orientada a la elaboración de un estudio de preinversión para evaluar la oportunidad a través de la combinación de dos de métodos P5 del Green Project Management - GPM y secuencia en espiral de Varela para proyectos de emprendimiento que permita determinar su viabilidad, lo cual es una necesidad urgente para el mejoramiento de las capacidades locales en prestación de servicios de alta calidad, junto con la elaboración de planes de negocio y mercadeo, así como también guianza interpretativa, bilingüismo y servicio al cliente. (Turismo de Nariño, 2020).

En tercera instancia, se encuentra la mínima oferta de empresas en gestión ecoturística en el municipio de Pasto, e incluso en la región, no obstante según los datos de la Cámara de Comercio de Pasto 2020, están registradas en éste municipio 9 empresas de alojamiento rural, 48 operadores turísticos de los cuales solo 3 son especializados en actividades como montañismo y ecoturismo y 5 empresas con otros servicios de reserva y actividades relacionadas, sin embargo, es importante mencionar que las empresas prestan servicios aislados y solo 11 empresas entre alojamiento rural y operadores turísticos están especializados en turismo de naturaleza.

Finalmente es importante resaltar que en el marco de la actual crisis que afronta el sector turístico a nivel local y global debido a la pandemia generada por el COVID-19, se plantea que una de las alternativas de recuperación es a través de un turismo de pequeños grupos alejado de las masas y con todas las normas de bioseguridad requeridas, un turismo sostenible en contacto con la naturaleza y la seguridad alimentaria (Combinación de hoteles con producción alimentaria); lo cual es una oportunidad importante para la idea que se pretende evaluar y es una herramienta de sostenibilidad en el escenario post COVID-19. (Turismo de Nariño, 2020).

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Desarrollar un estudio de preinversión de la idea de negocio de alojamiento ecológico integrado en la naturaleza; a través de la combinación del método P5 de GMP y la secuencia en espiral de etapas del método de Varela; para la determinación de la viabilidad del servicio de alojamiento Ecolodge de la empresa Anakú en el municipio de Pasto (N)

### **Objetivos Específicos**

Identificar la idea del negocio de alojamiento ecológico integrado en la naturaleza; mediante el uso de un diagnóstico del sector, las herramientas DOFA y CAVAS; con el propósito de la descripción del perfil, características, limitaciones y oportunidades del servicio Ecolodge.

Analizar el perfil, características, limitaciones y oportunidades del Ecolodge; por medio de la combinación de estándar P5 del método de GMP y la secuencia en espiral de etapas del método de Varela; con el propósito de la determinación de la factibilidad del servicio Ecolodges

Evaluar la factibilidad del Ecolodge; a través de un análisis integral de herramientas de costos; para la determinación de la viabilidad del servicio Ecolodge de la empresa Anakú en el municipio de Pasto

## Marco Referencial

### Marco Conceptual

En este marco conceptual se definen las principales herramientas que se emplean para la formulación y evaluación del proyecto empresarial, el cual se plantea como el medio para implementar los cambios que evidentemente son necesarios en la economía actual y en el marco de la sostenibilidad. De acuerdo con el más reciente estudio del Green Project Management - GPM, Insights on Sustainable Project Management, el 96% de los ejecutivos cree que los proyectos y la gerencia de ellos son parte integral del desarrollo sostenible y el 100% creen que es necesario que gerentes entiendan la importancia de la sostenibilidad para su proyecto.

#### *El Estándar P5 del GPM para la Sostenibilidad en la Dirección de Proyectos*

El estándar P5 (People, Planet, Profit, Processes and Products) es una herramienta de soporte para la alineación de Programas y Proyectos con la estrategia organizacional para la Sostenibilidad y se enfoca en los impactos de los procesos y entregables de los proyectos en el Medio Ambiente, la Sociedad, en la línea base corporativa y en la economía local. (Green Project Management Global, 2014).

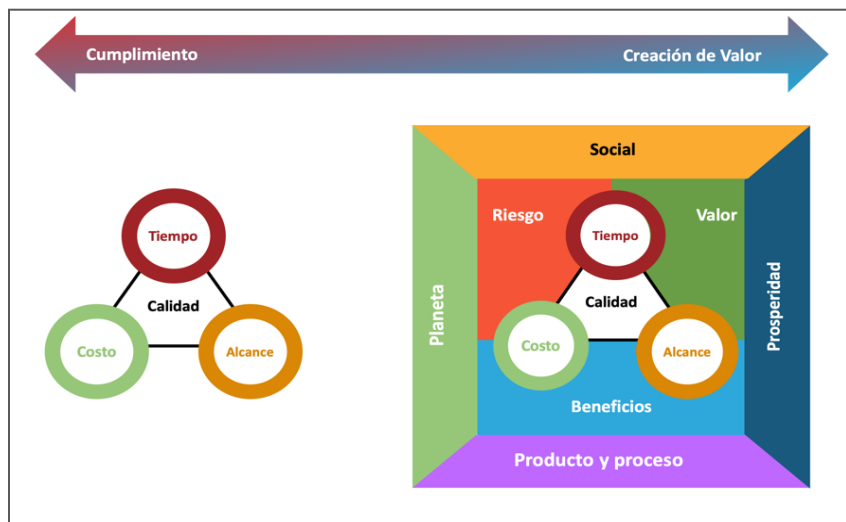
El principal objetivo de estándar P5 es identificar los posibles impactos para la sostenibilidad, ya sea positivos ó negativos, analizarlos y presentarlos a la gerencia para contribuir en la toma decisiones acertadas y la asignación efectiva de recursos en el marco de la estrategia. (Green Project Management Global, 2014). En este sentido; Zarate y Gutierrez (2013), plantean que la creación de estrategias gerenciales, es de gran importancia para alcanzar el éxito, asegurar la permanencia en el mercado y afrontar los cambios del entorno de manera proactiva,

desde la perspectiva de la referencia como eje central de todo proyecto, que suministra los elementos necesarios para el cumplimiento de objetivos.

Según la publicación del estándar del P5 del 2019, lo que hace es articular el enfoque de la triple línea base (People, Planet, Profit), con los procesos del proyecto (Process) y los productos o servicios resultantes (Products). La primera es la medida de la cuenta social del proyecto; es decir que tan responsable ha sido el proyecto en la calidad de vida de las personas que afecta. La segunda, es medida de la cuenta del medio ambiente, es decir que tan responsable es el proyecto en términos de su impacto en los recursos naturales y la tercera es la medida del desempeño financiero, es decir que tan responsable es proyecto en asegurar su viabilidad financiera ó rentabilidad.

### Figura 1

*Método P5 - GPM 2019*



Nota. La figura muestra una síntesis del método P5. Tomado de estándar P5, 2019.

Recientemente con desarrollo de enfoques como Projects in a Controlled Environment (PRINCE2), Managing Successful Programmes (MSP) y GPM Projects integrating Sustainable

Methods (PRiSM), se ha dado una mayor relevancia a la gestión de riesgos y la entrega de valor y beneficios. Bajo este contexto, el estándar P5 combina estas perspectivas creando así una nueva visión de la dirección de proyectos, tal como se ilustra en la figura 1.

En este mismo sentido, es importante resaltar que el estar P5, apoya la alineación de los proyectos con los objetivos de las empresas en términos de la sostenibilidad, al focalizarse en los impactos potenciales de las actividades, productos y resultados del proyecto. En la figura 2 se resume el contenido del estándar P5.

## Figura 2

### Síntesis estándar P5

PROYECTO										
Impacto del producto				Impacto de los procesos (Gestión de proyectos)						
Vida útil del producto		Mantenimiento del producto		Eficacia de los procesos del proyecto			Eficiencia de los procesos del proyecto		Equidad del proceso del proyecto	
Impacto a las personas (sociales)				Impactos al planeta (ambientales)				Impactos a la prosperidad (Económicos)		
Prácticas laborales y empleo decente	Sociedad y consumidores	Derechos humanos	Comportamiento ético	Transporte	Energía	Tierra, aire y agua	Consumo	Análisis del caso de negocio	Agilidad del negocio	Estimulación económica
Empleo y dotación de personal	Soporte de la comunidad	No discriminación	Prácticas de adquisiciones	Adquisiciones locales	Consumo de energía	Diversidad biológica	Reciclaje y reúso	Modelado y simulación	Flexibilidad/Opcionalidad	Impacto económico local
Relaciones laborales / de gestión	Cumplimiento de las políticas públicas	Trabajo de acuerdo a la edad	Anticorrupción	Comunicación digital	Emissiones de CO2	Calidad del agua y del aire	Disposición	Valor presente	Flexibilidad del negocio	Beneficios indirectos
Salud y seguridad del proyecto	Protección para los pueblos indígenas y tribales	Trabajo voluntario	Competencia leal	Viajes y desplazamientos	Retorno de energía limpia	Consumo de agua	Contaminación y polución	Beneficios financieros directos		
Educación y capacitación	Salud y seguridad de los consumidores			Logística	Energía renovable	Desplazamiento de agua sanitaria	Generación de residuos	Retorno de la inversión		
Aprendizaje organizacional	Etiquetado de productos y servicios							Relación Beneficio/Costo		
Diversidad e igualdad de oportunidades	Comunicaciones de mercadeo y publicidad							Tasa interna de Retorno		
Desarrollo de competencias laborales	Privacidad del consumidor									

Nota. La figura muestra un resumen de las 5 categorías del estándar P5 con sus respectivas subcategorías. Tomado del estándar P5, 2019.

Tal como se puede apreciar el estándar representa una estructura, desde que se introdujo en el año 2010, evolucionó desde una matriz de decisiones a una ontología amplia que contextualiza los elementos de la sostenibilidad para la gestión de proyectos.

Es una tabla periódica de elementos para las medidas de sostenibilidad que deben considerarse en cada proyecto, y un vínculo entre los proyectos y los ODS (objetivos de desarrollo sostenible). Proporciona orientación sobre cómo integrar la sostenibilidad con la gestión de proyectos (Carboni et al., 2018).

En el contexto del liderazgo, el estándar P5 se ha posicionado como una herramienta para contar con una visión integral respecto a la importancia de la gestión de proyectos y su impacto en las empresas, así mismo el nivel de influencia sobre las decisiones que tomen estos líderes es fundamental al tener en cuenta los impactos económicos, sociales y ambientales de sus decisiones (Rooyen, 2019).

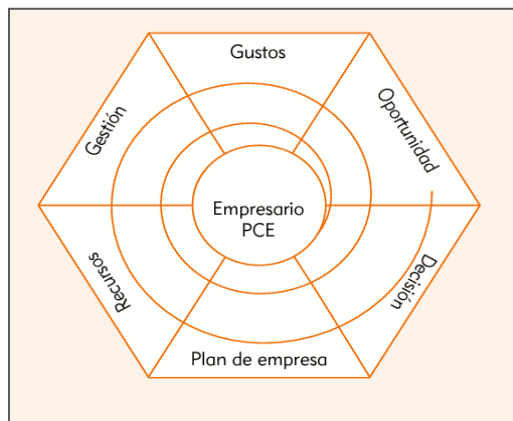
### ***Modelo Varela***

Es una herramienta diseñada para la formulación y evaluación de planes de empresa o estudios de preinversión, que consiste en una secuencia de seis etapas bajo el concepto de espiral, es decir una secuencia interrelacionada, con retroalimentaciones permanentes y ajustes en los momentos que se requiera y en la cual el gerente tiene un papel protagónico con su Plan de Carrera Empresarial - PCE y el desarrollo de competencias a medida que el espiral avanza por las etapas del modelo a través del proceso permanente de toma de decisiones, tal como se detalla en la Figura 3.



### Figura 3

*Modelo de Varela. Varela (2014)*



Nota. La figura muestra una síntesis del funcionamiento y elementos del modelo Varela. Tomado de Varela, 2014

La motivación se fortalece en la medida que se identifican oportunidades, se elabora el plan de empresa, se van conseguido los recursos y la empresa inicia operaciones. El proceso de toma de decisiones no es propio de un momento específico, pues es transversal a la motivación, la selección de la oportunidad, de la elaboración del plan de negocio, en la consecución de recursos y la gestión. La consecución de los recursos está asociada al empresario y su equipo, con su plan de negocio, con el concepto de empresa y con la motivación. A continuación, se describen las seis etapas del modelo:

Etapa motivacional/Gustos. Se analizan los elementos que afectan la decisión que se toma para crear una empresa; los factores educativos, sociales, culturales y del ambiente en los el empresario se ha desenvuelto y lo han acercan o no al entorno empresarial y le pueden haber transmitido una percepción positiva. Aquí es necesario mejorar el conocimiento de la cultura empresarial, desarrollo de las competencias, adquirir algunas experiencias empresariales.

Etapa situacional/oportunidad. Observación, percepción, investigación y estudio del entorno para iniciar con la detección, configuración, evaluación y estructuración de la oportunidad empresarial; es un proceso permanente, lleno de creatividad e innovación de tal manera que permiten identificar necesidades insatisfechas, gustos y deseos sin atender, problemas no resueltos, vacíos en el mercado, entre otros.

Etapa de decisión. Toma de decisiones de transformar una idea en una oportunidad empresarial, aquí se definen los términos de referencia de la elaboración de un plan de empresa, se asignan los recursos necesarios para su elaboración y conformar el primer grupo de empresarios.

Etapa analítica - Plan de empresa. Investigación y organización de la información; es aquí donde se establecen las metas, objetivos y estrategias necesarias para implementar la empresa; el plan suministra la información de los recursos que se requieren, procedimiento a seguir, retos obstáculos a superar, metas, estrategias y tácticas para su ejecución y, principalmente una evaluación integral de la factibilidad de la empresa; de tal manera que emprendedor pueda tener la confianza para pensar, evaluar y decidir si la empresa reúne las condiciones para ser exitosa en el mercado.

Con el plan de negocio finalizado es posible identificar si se tiene un concepto claro y una estrategia con probabilidad de éxito empresarial, es decir el futuro empresario ve con confianza y optimismo la empresa que ha proyectado y junto con la motivación que traía le facilitará la decisión de seguir adelante con la puesta en marcha.

Etapa de recursos: Es la gestión y consecución de los recursos necesarios para el desarrollo de la empresa. Aquí el empresario inicia a poner en práctica todos los propósitos y

estrategias de plan de negocio, y a dar ya pasos firmes para la implantación de la empresa. Es el último momento de la empresa “en papel”, por cuanto con la aceptación y asignación de los recursos, el proceso empresarial inicia formalmente y el empresario se enfrenta gerenciar su empresa y poner en práctica todo lo que se planteado en los procesos anteriores.

Etapas de gestión: Es la operación, es decir a la implementación de todas las estrategias, al seguimiento periódico del cumplimiento de las metas, el ajuste y adaptación del plan de implementación a las necesidades para garantizar la supervivencia y crecimiento, la identificación de nuevas oportunidades, la aplicación del espíritu empresarial para establecer el clima y la cultura empresarial.

### **Metodología para diseño y gerencia de proyectos - Plan de Empresa.**

Para Varela (2014), el plan de empresa es “un procedimiento para enunciar en forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados y, en resumen, la visión del empresario sobre el proyecto”. Es un mecanismo para proyectar la empresa, prever dificultades e identificar posibles soluciones ante las coyunturas que puedan presentarse. Este debe prepararse con información real y confiable debido a razones internas y externas para conocer el entorno, precisar la situación específica de todos los componentes importantes de la empresa, hacer una evaluación confiable del potencial de oportunidad, analizar en forma organizada todos los elementos de la empresa y tomar mejores decisiones, reducir riesgos; y también por cuanto el plan es una herramienta necesaria para la búsqueda de los recursos requeridos para la puesta en marcha, para conseguir los clientes, proveedores y socios de la empresa. En síntesis, la elaboración un plan de negocio mejorará las probabilidades de éxito, facilitará la toma de decisiones fundamentadas y contribuye a disminuir los riesgos.

La metodología comprende diez etapas para el análisis del plan que están asociadas con los componentes, con el concepto y el modelo de proceso empresarial de éste mismo autor; cada etapa debe contemplar los siguientes elementos: suficientes clientes, recursos tecnológicos, naturales y humanos para prestar los servicios que los clientes demandan, conformación del equipo empresarial y gerencial, puesta en marcha del proyecto, margen de rentabilidad atractivo, satisfacción del liderazgo empresarial, consecución de recursos financieros, factores de riesgo, rentabilidad económica y social; elementos que se entrelazan bajo un enfoque de secuencia en espiral que permite retroalimentación y ajustes a medida que se avanza.

Un Plan de empresa permite definir de manera detallada la idea de negocio, así mismo el desarrollo de estrategias y procedimientos que resulten necesarios para el éxito del negocio. En decir es un documento en el cual se detalla sistemáticamente la información del emprendimiento que se desea realizar. Por otro lado, requiere definir el valor agregado posee la idea de negocio, los clientes objetivo, necesidad a satisfacer, ventajas competitivas, etc. (Bóveda, 2015).

Por su parte, Zorita (2015), manifiesta que un plan de negocio es el documento en el cual se identifica, describe y analiza de una oportunidad de negocio, además examina la viabilidad y desarrolla estrategias y procedimientos que permitan transformar dicha oportunidad en un proyecto empresarial debidamente concretado.

### ***Mapa de Empatía.***

Es una herramienta de segmentación de mercado creada por Dachis Group, que incorpora al cliente como parte de la creación del servicio y de esta manera permite entenderlo mejor a partir de cuestionarse a que es lo que al cliente le importa realmente con respecto frente un servicio. Según el Centro de Emprendimiento Continental (2016), el mapa de empatía es un

lienzo que está dividido en seis bloques de elementos, el cual inicia con la definición clara del representante del segmento de clientes al que se pretende llegar, en función del cual se trabaja información relevante de tal manera que nos permita enfocar el esfuerzo en satisfacer de manera real y eficiente sus necesidades o solucionarle sus problemas.

El mapa de empatía permite reconocer al detalle al cliente, ya que permite identificar las características psicográficas del usuario, por medio del análisis de 6 aspectos, relacionados a los sentimientos del ser humano; en la figura 13, se muestra la matriz, en donde se disponen las preguntas en secciones delimitados, identificando las características psicográficas del segmento de clientes.

### ***Modelo CANVAS***

Es una metodología que representa los elementos fundamentales de una idea de negocio en un solo lienzo que facilita la interpretación de las interacciones entre los diferentes elementos. Inicia con el planteamiento de que existen cuatro áreas básicas de todo proyecto empresarial: Clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica y a partir de esto se establecen 9 módulos para comprender y representar de manera adecuada la lógica que se requiere para conseguir los recursos.

Los nueve módulos se describen a continuación:

- Segmentos del mercado. A que grupos particulares de clientes se dirige el proyecto.
- Propuesta de valor. Presenta los aspectos particulares del proyecto que permiten satisfacer necesidades o solucionar problemas de los clientes y hacer que el servicio sea valioso para ellos.

- Canales. Como el proyecto da a conocer los servicios a los clientes y como les comunica el valor de mismo.
- Relación con los clientes. Forma como el proyecto se relaciona con los huéspedes o clientes.
- Fuentes de ingreso. Mecanismo mediante el cual se generan ingresos para el proyecto, cuando los clientes adquieren la propuesta de valor que éste les ofrece.
- Recursos clave. Activos y recursos necesarios ofrecer y brindar los servicios que conforman la propuesta de valor
- Actividades clave. Identificación de las actividades fundamentales para la ejecución del proyecto.
- Asociaciones clave. Vínculos y redes que la organización tendrá para la ejecución del proyecto. Estructura de costos. Identificación de diversos elementos que implican costos y gastos.

### ***Análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas)***

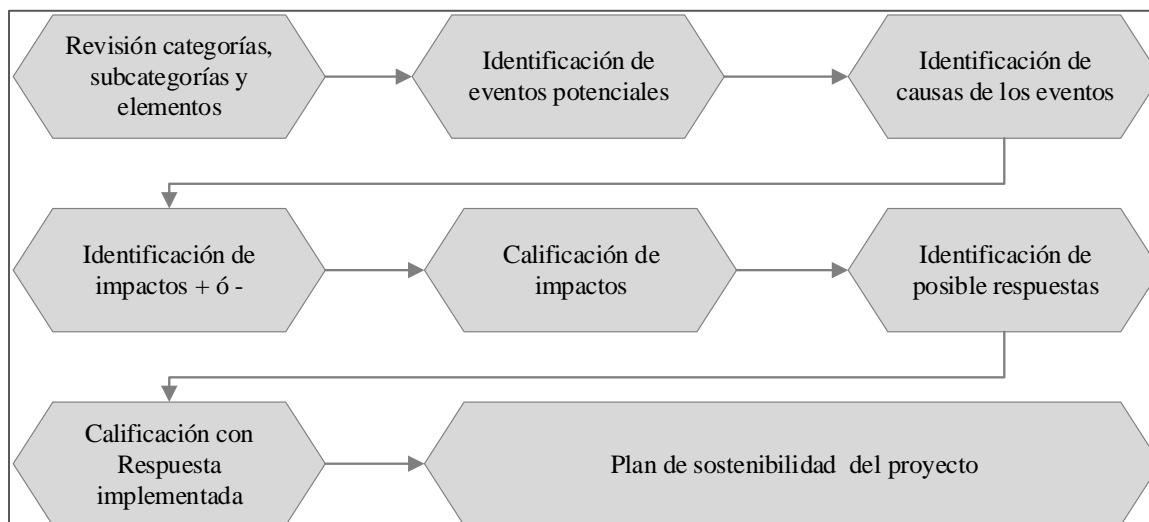
Es una técnica que tiene su origen en la universidad de Stanford en 1960, con el propósito de analizar escenarios como base para la gestión y planificación estratégica de organizaciones y proyectos y se fundamenta en un cuadro dividido en cuatro categorías: origen interno y externo y puntos fuertes y débiles que contribuyen en la consecución de cualquier objetivo.

### **Marco Teórico**

#### ***Funcionamiento del Estándar P5***

Para la evaluación de un proyecto con el estándar P5 primero se deben identificar las cinco categorías, dieciséis subcategorías y cuarenta y seis elementos de la matriz de evaluación;

como segundo paso es necesario identificar los eventos de origen interno y externo que pueden ocurrir durante el proyecto para cada uno de los elementos y subcategorías; tercer paso, describir las causas del evento y los posibles impactos en la sostenibilidad de cada uno, posteriormente se califica los impactos en función de la magnitud de su efecto sobre la sostenibilidad, se identifican las posibles respuestas a cada evento para minimizar el impacto de eventos negativos y maximizar el impacto de eventos positivos, y finalmente se vuelve a calificar los impactos en base al supuesto de que la respuesta que se implementará. Para la calificación de los impactos se emplea la declaración: “Este impacto mejorará los resultados del proyecto desde la perspectiva de sostenibilidad” y se valora en una escala de 1 a 5 donde 5 es totalmente de acuerdo, 4 es de acuerdo, 3 corresponde a neutral, 2 es en desacuerdo y 1 corresponde a totalmente en desacuerdo; Totalmente en desacuerdo quiere decir que el impacto avaluado empeorará los resultados del proyecto desde la perspectiva de sostenibilidad, mientras que Neutral significa que no se espera que este impacto tenga algún efecto sobre los resultados del proyecto desde la perspectiva de sostenibilidad. A continuación, en la figura 4, se muestra el procedimiento a seguir la para la evaluación.

**Figura 4***Funcionamiento del estándar P5*

Nota. La figura muestra el procedimiento a seguir la para la evaluación ambiental de un proyecto. Fuente propia a partir del estándar P5, 2019.

Las cinco categorías de corresponden Impactos de los Productos ó servicios, impactos de los Procesos, Impactos a las Personas (sociales), impactos al Planeta (ambientales) e impactos a la Prosperidad (económicos), cada una de las cuales cuenta con subcategorías y elementos frente a los cuales se deben evaluar los impactos positivos y negativos que pueda ocasionar el proyecto.

En la categoría de Impacto de los productos o servicios, se identifican y evalúan los eventos que puedan ocurrir desde contexto de la vida útil del producto o servicio y el mantenimiento del mismo y en la segunda categoría de impactos a los procesos, se identifican y evalúan los eventos que puedan ocurrir en torno a la eficacia, eficiencia y equidad de los procesos que se desarrollan y ejecutan en el proyecto.



**Tabla 1.***Matriz de evaluación estándar P5.*

<b>Categoría P5</b> <b>Subcategoría/ Elemento</b>	<b>Descripción</b> <b>(Causa)</b>	<b>Impacto</b> <b>Potencial</b>	<b>Respuesta</b> <b>Propuesta</b>	<b>Puntaje del</b> <b>Impacto</b>	
				<b>Antes</b>	<b>Después</b>
1. Impactos del Producto					
2. Impacto de los Procesos (de Gestión de Proyectos)					
3. Impacto a las Personas (Sociales)					
3.1. Prácticas Laborales y Trabajo Decente					
3.2. Sociedad y Consumidores					
3.3. Derechos Humanos					
3.4. Comportamiento Ético					
4. Impactos al Planeta (Ambiental)					
4.1. Transporte					
4.2. Energía					
4.3. Tierra, Agua y Aire					
4.4. Consumo					
5. Impactos a la Prosperidad (Económicos)					
5.1. Análisis del Caso de Negocio					
5.2. Agilidad del Negocio					
5.3. Estimulación Económica					

Nota: En la tabla se muestra una síntesis del estándar 5. Tomado del Estándar P5 2019.

Con respecto a la tercera categoría de impacto a las personas o impactos sociales, se identifica la ocurrencia de eventos en torno a las prácticas laborales y trabajo decente, apoyo a la comunidad, salud y seguridad de los consumidores ó clientes, derechos humanos y comportamiento ético, practicas anticorrupción. Po otra parte la cuarta categoría relacionada con los impactos al planeta se identifican y evalúan los eventos que puedan ocurrir en torno a el transporte, consumo de energía, conservación de los recursos naturales tierra, agua y aire, así como también prácticas de consumo reciclaje y reúso, entre otros, a través de indicadores como

la huella de carbono y la huella hídrica y finalmente la categoría de impactos a la prosperidad económica, desde el análisis del caso de casos del negocio, agilidad del negocio y estimulación económica a través de indicadores financieros tales como la Tasa Interna de Retorno, Valor Presente Neto y Beneficio Costo. En la tabla 1 se presenta una síntesis de la matriz de evaluación, con las categorías, subcategorías y la estructura de la evaluación, no obstante, en el apéndice A se presta la matriz completa con las 5 p del estándar.

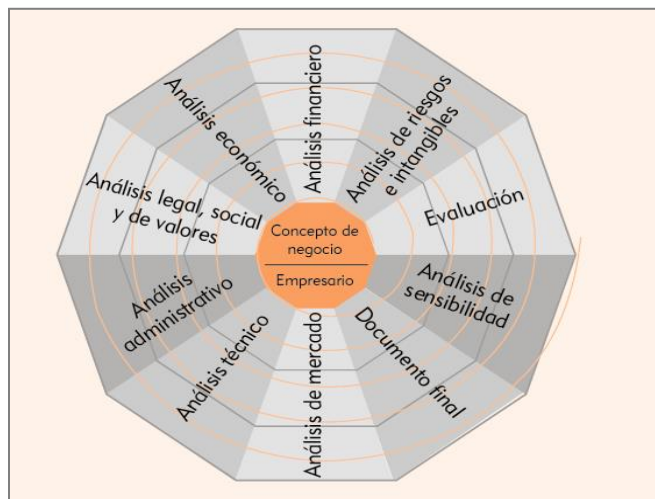
A partir de la matriz de evaluación se elabora el plan de gestión de sostenibilidad del proyecto, con el propósito de a que el equipo del proyecto lo gestione de manera sostenible, en el plan se definen los roles y responsabilidades, el presupuesto, indicadores de rendimiento, exclusiones y elaboración de informes de avance.

#### ***Funcionamiento de la Metodología de Varela 2014***

La elaboración del plan involucra la acumulación de información, evaluación, toma de decisiones sobre cada uno de los elementos y variables de cada componente, a través de etapas de análisis que permiten observar su coherencia con los otros componentes y con los ejes estratégicos, para definir si se continúa o no en una dirección específica con cada uno de esos elementos y variables o si se requiere ajustes, incluso, si es necesario en algunos casos cambiar totalmente la orientación de la idea, es decir es una serie de análisis interrelacionados con retroalimentación permanente. En este sentido, el análisis debe realizar con un enfoque de secuencia en espiral, como todos los componentes están interrelacionados, cada vez que requiera tomar una decisión en alguna parte del plan, es necesario tener en cuenta la necesidad de ajustar uno varios componentes, aunque éstos ya estén elaborados, tal como se puede observar en la figura 5. (Varela (2014).

## Figura 5

### *Etapas desarrollo del plan de negocio*



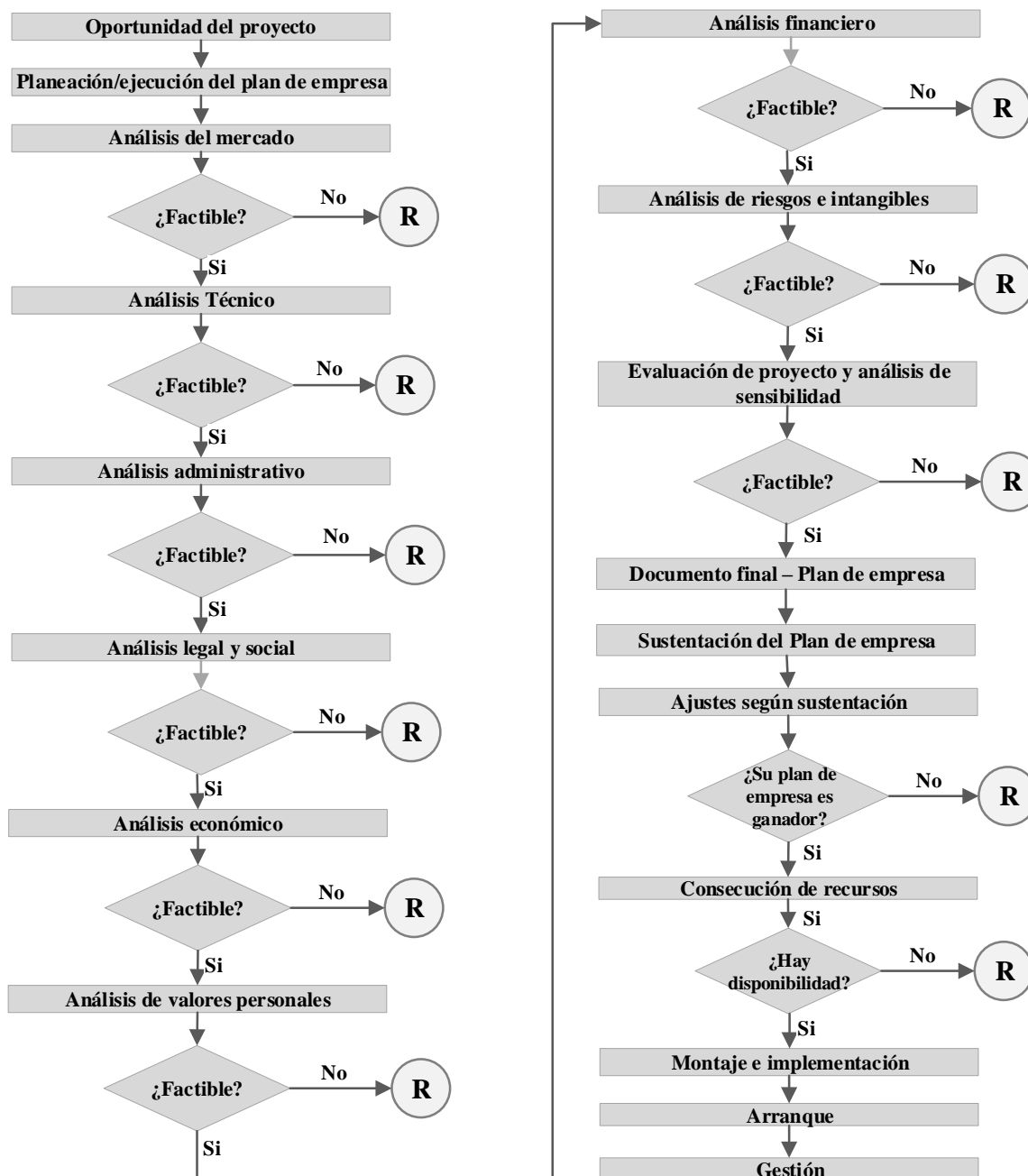
Nota. En la figura se muestra el modelo las etapas necesarias para la construcción de un plan de negocio. Tomado de Varela, 2014.

El concepto de la espiral es fundamental en la aplicación de la metodología ya que permite identificar los retornos, reformulaciones, rediseños, retroalimentación etc, es decir, los ajustes o modificaciones que se requieren, ya sea porque no fue factible una etapa, o por cambios en variables o estrategia del plan. Lo cual conlleva a Retornar a cualquier punto anterior del desarrollo. Las opciones son múltiples, poco normalizables y derivadas de la dificultad que se encuentre y de la creatividad del equipo empresarial que está al frente de la ejecución del plan.

En la figura 6 se muestra el proceso de ampliación de la metodología, en la cual se deben incorporar el dinamismo y flexibilidad como parte integral del misma, entendiendo que su secuencia no es fija y, sobre todo, la conformación de la espiral variar en cada caso, dependiendo del equipo interdisciplinario.

Figura 6

Aplicación de la metodología



Nota. La figura muestra el proceso de ampliación de la metodología, tomado de Varela, 2014.

A continuación, se describen de manera resumida como se realizan cada una de las diez etapas con base en el principio de la espiral y como herramienta en cada componente se empleará el aplicativo CISNE (Cree Investigue y Simule su Nueva Empresa) desarrollado en Excel, soportado con Macros e hipervínculos y operable a través de los botones de cada análisis, el cual hace parte de la metodología propuesta por Varela, 2014, tal como se puede apreciar en la figura 7.

### Figura 7

*Aplicativo CISNE (Cree Investigue y Simule su Nueva Empresa).*



Nota. La figura muestra un resumen de los elementos del aplicativo CISNE. Tomado de Varela, 2014

En este mismo sentido, como herramienta para la obtención de información primaria específicamente para el análisis de mercado de proyecto, la metodología de Varela plantea el uso de la encuesta, herramienta en requiere de un diseño cuidadoso de acuerdo con las variables de la información que pretende capturar, donde cada pregunta debe atender a un objetivo del análisis, debe estar adecuada a las características de la muestra a encuestar, elegir el tipo de preguntas y mecanismos de aplicación (Presencial ó virtual), la encuesta debe ser concreta, se debe validar

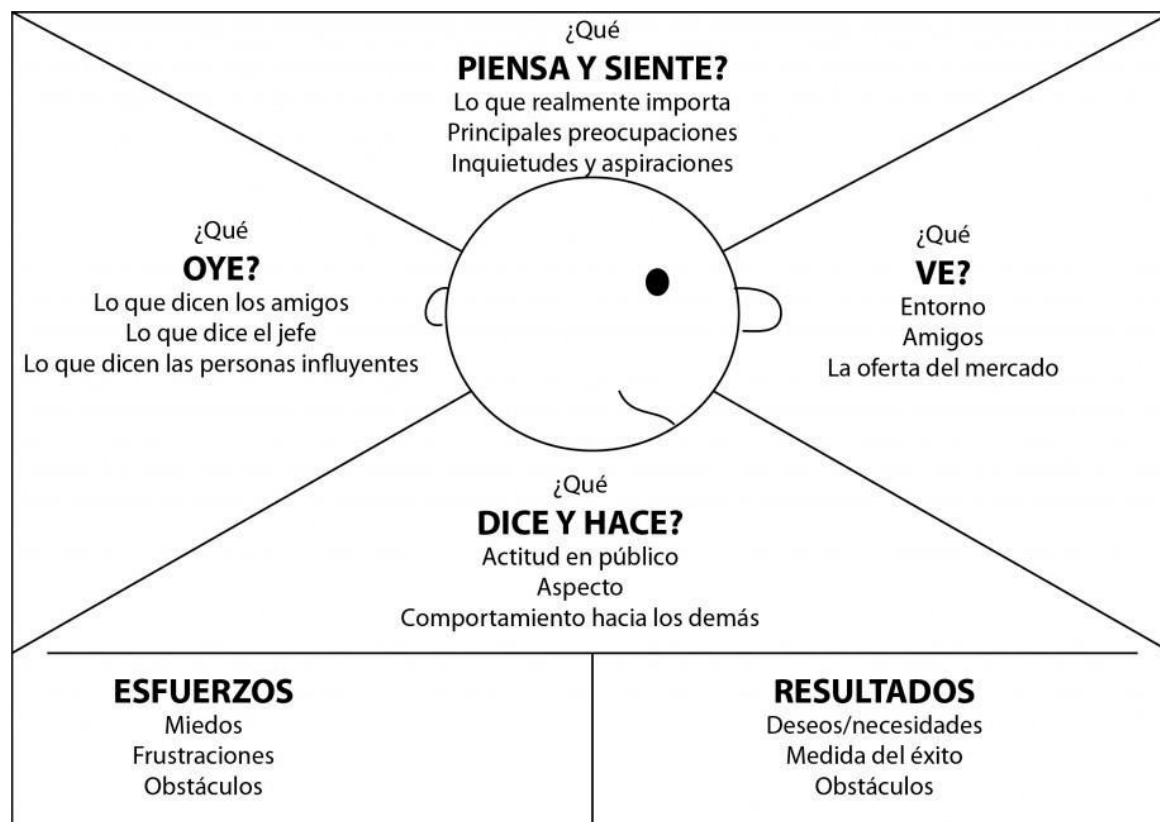
con grupo pequeño de personas con características similares a la población objetivo y realizar los ajustes que sean necesarios y finalmente aplicarla en el tiempo determinado y con los recursos planificados.

### ***Funcionamiento del Mapa de Empatía.***

Para la aplicación del mapa de empatía es necesario diligenciar un lienzo con 6 bloques o elementos a evaluar de los representantes del posible segmento de clientes, identificado ¿Qué piensa y siente?, ¿Qué ve?, ¿Qué dice y hace?, ¿Qué oye?, Sus miedos, frustraciones u obstáculos y finalmente sus deseos y necesidades, tal como se observa en la figura 8.

### **Figura 8**

*Mapa de Empatía*



*Herramienta diseñada por XPLANE*

Nota. La figura muestra el lienzo del mapa de empatía con sus seis elementos. Tomado de Centro de emprendimiento continental

El primer elemento que se debe analizar en el mapa de empatía es que piensa y siente, cuáles son sus expectativas, que es lo que le importa realmente a esa persona, indagar bien estos elementos es clave por cuanto en ellos pueda radicar el éxito del producto o servicio.

El segundo elemento es que oye, que programas de radio, que personas le hablan, que tipo de información recibe, quien influye en sus decisiones, a quien escucha; lo que es importante a la hora de diseñar estrategia para posicionar el servicio.

El tercer elemento es analizar en qué contexto esta visualmente el cliente, programas de televisión, páginas web, prensa, redes sociales, que tipo de videos en Youtube; es decir básicamente entender su necesidad de satisfacerse, información importante difundir campañas de publicidad. El cuarto elemento es identificar la disociación entre lo que dice y hace, con el fin de conocer el grado de madurez y desarrollo del cliente frente a la toma de decisiones. En los cuatros bloques se busca conocer la mayor cantidad de información del representante de nuestro segmento de clientes.

Después es necesario clasificarla en dos grandes grupos de elementos; el primero de ellos corresponde a los elementos enfocados a los esfuerzos, frustraciones u obstáculos y miedos del cliente, buscando diseñar un servicio que le ayude a superar esos sentimientos y el segundo grupo de elementos son enfocados a sus necesidades, deseos y resultados o a las medidas de éxito que el cliente necesita, a fin de diseñar un servicio que vaya enfocados potencializar estas características (Centro de Emprendimiento Continental, 2016).

### ***Funcionamiento del Modelo CANVAS***

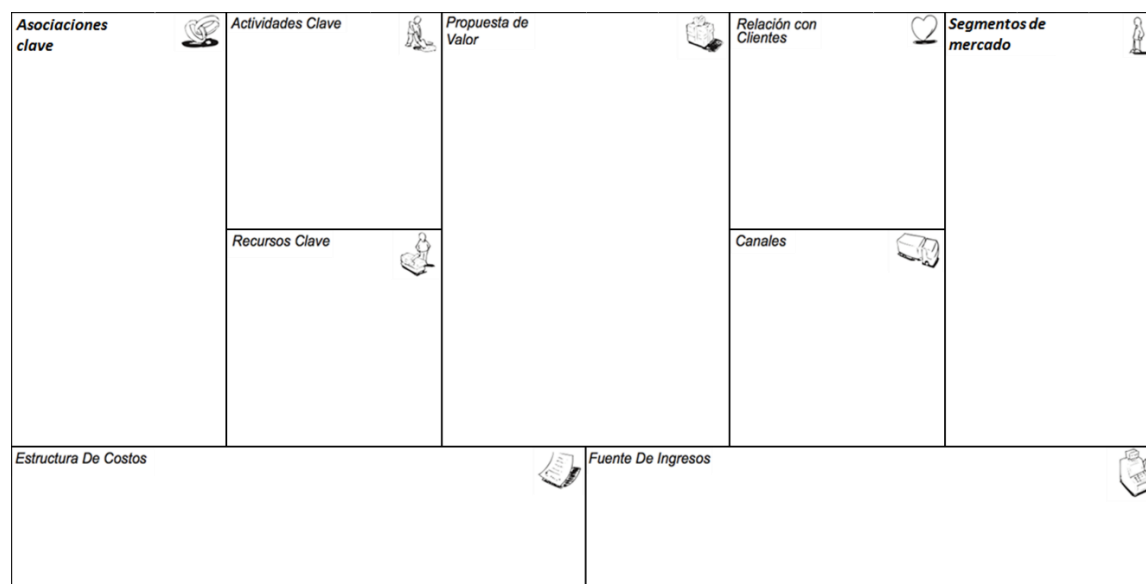
Inicialmente se rellenan los módulos del lienzo de la parte derecha, los cuales hacen referencia a la parte externa del proyecto u organización al mercado, con el propósito de conocer

y analizar el entorno en el que se ejecutará el proyecto identificando el segmento del mercado, qué es lo que se va a ofertar, cómo a llegar a ellos, qué relación se pretende crear y fortalecer y finalmente cuales son las fuentes de ingreso del proyecto.

Con el conocimiento del entorno de proyecto u organización, se continua con los bloques internos del lado izquierdo para aportarle de la manera adecuada a la “propuesta de valor”; creando alianzas con los actores necesarios, enfocándose en las actividades claves del proyecto, los recursos clave tanto físicos, económicos, humanos etc. y la estructura de costos de mismo. Continuación en la figura 9 se muestra la estructura del lienzo con la distribución de los bloques.

## Figura 9

### Modelo CANVAS



Nota. La figura muestra el lienzo CANVAS con sus nueve elementos. Tomado de Osterwalder, 2010.



**Marco Histórico.**

El marco histórico del proyecto se enfoca en el origen y aplicación de las herramientas metodológicas para proyectos de emprendimiento tales como el estándar P5 del Green Project Management - GPM, La metodología de Varela para formulación de Planes de Empresa y el modelo CANVAS.

***El origen del estándar P5 como resultado de la evolución de dirección de proyectos.***

En los años 60 nace se introduce el concepto de la triple restricción o también conocido como el triángulo de hierro por el Dr Martin Barnes, desde entonces y hasta comienzo de la década de los 90, el tiempo, costo y alcance fue la regla de la dirección de proyectos. En 1994 el Dr John Elkington incorpora los conceptos de beneficio definido como el desempeño financiero, personas entendido como el impacto social del proyecto u organización y planeta entendido como impacto en los ecosistemas naturales, argumentado que las organizaciones y los proyectos deben prepararse desde esta perspectiva para afrontar una realidad volátil y compleja.

Recientemente a partir de enfoques como el Projects in a Controlled Environment (PRINCE2), Managing Successful Programmes (MSP) y el propio del Green Project Management - GPM Projects integrating Sustainable Methods (PRiSM), se han generado han incorporado la gestión de riesgos y así como también la entrega de valor y beneficios.

En este sentido, al combinar estas perspectivas se da origen a una visión integral de la dirección de proyectos en la cual se parte de la triple restricción y se incorporan elementos como la calidad, valor, riesgos y beneficios y estos a su vez embarcados en un proceso de identificación y evaluación de los impactos a el planeta, las personas, la prosperidad financiera, los productos o servicios y los procesos. Es así como nace el estándar P5 del Green Project

Management - GPM por primera vez en el año 2011 con el propósito de identificar qué y cómo medir un proyecto desde la perspectiva de los impactos que afectan la sostenibilidad.

Inicialmente el estándar se fundamentó en la combinación de los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y en el Marco de Informes G4 de la Iniciativa Global de Informes (GRI) de la ONU. Actualmente los principales fundamentos son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) documentados en la Agenda 2030 para el desarrollo Sostenible a lo largo de este estándar, hay cuadros de llamada que proporcionan ejemplos de cómo los elementos P5 apoyan ODS específicos (Tarigan, 2019).

### ***El origen de la metodología de Varela.***

La metodología para elaboración de planes de empresa se propone por el Dr. Rodrigo Varela en año 2008 en el libro de su autoría denominado “Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas” y posteriormente se actualizó con el año 2014. Nace con la necesidad de dar respuestas adecuadas en un determinado momento a 5 preguntas que todo emprendedor, empresario o inversionista requiere resolver: ¿En qué consiste el proyecto empresarial?, ¿Quiénes dirigirán el proyecto?, ¿Cuáles son las razones para creer en el éxito del proyecto?, ¿Cuáles son las estrategias y mecanismos para consecución de las metas? Y ¿Qué recursos son necesario para la operación del proyecto y como se conseguirán?: Así como también con la necesidad de demostrar 3 atributos básicos: Disponer de un excelente servicio con clientes dispuestos a comprarlo, cuenta con excelente equipo humano y que tiene definidas las formas de operación, los requerimientos de recursos, los resultados potenciales y las estrategias para lograrlos.

La metodología planeta elementos de la metodología: “Lean Launch Methodology” como el contacto permanente con la realidad (Entorno, mercad, Proveedores ect,) y tambien la metodología: “Effectuation Theory” como toma de nuevas orientaciones dependiendo de los resultados que se obtengan a medida que avanza en el proceso y adicionalmente se complementa con herramientas como el CANVAS en el marco del principio de avance en espiral que permite una constante retroalimentación.

### ***Origenen del método CANVAS***

El origenen del método CANVAS se da en año 2004, desarrollado por el consultor suizo Alexander Osterwalder como su tesis doctoral con el fin de describir de manera lógica la forma en que los proyectos y las organizaciones crean, entregan y capturan valor. Es una herramienta que en los últimos años ha tenido se incrementado su adopción tanto en pequeñas y grandes empresas y en proyectos dentro de las mimas, es decir que el nivel de aplicabilidad en la creación de negocios está en crecimiento, lo cual facilita la motivación de aplicar una herramienta que está en pleno uso, que es clara y concisa, además de estar en constante actualización, porque sus autores siguen ampliando conceptos y aportando conocimiento e investigación a su teoría.

### ***Origenen del Mapa de Empatía.***

El mapa de empatía es una herramienta de segmentación de mercado desarrollada por Xplane empresa que el año 2010 fue adquirida Dachis Group, a partir de la necesidad de lograr éxito en el desarrollo y venta de productos y servicios. La herramienta analiza varios factores, enfocados en conocer quién es cliente, qué problema afronta y cual es propuesta de valor que se le pretende ofrecer; lo cual permite como resultado personalizar, caracterizar y conocer a un segmento especifico de clientes.

### ***Origen del ecoturismo y el alojamiento rural.***

El ecoturismo se origina debido a varios factores entre ellos; el cambio en los valores de la sociedad, es decir personas más concienciadas de la problemática ambiental, que están en la búsqueda de mayor calidad de vida, una sociedad que está en un proceso continuo de cambio, el turista actual quien es más consciente de los problemas generados por el turismo masivo y variados cambios en los estilos de vida. El desarrollo de una conciencia ambiental ha logrado consolidar una cultura ambiental, y generar la aparición de un turismo alternativo diferente al turismo convencional, turismo que ha generado deterioro, saturación e insatisfacción en la demanda actual. (SENA, 2020).

De igual manera, otro factor de origen es que el medio rural es poseedor de valores auténticos y originales, es allí donde se ubica lo original, lo artesanal, lo tradicional y lo típico y esto hace que se convierta opción y en ciertos casos una necesidad de poblaciones citadinas el hacer viajes y recorrido que les permitan conocer de las tradiciones y culturas rurales y a su vez descansar de sus rutinas tan agitadas en espacios tan contaminados.

La evolución del turismo rural o de naturaleza a partir del siglo XIX se relaciona con los primeros paquetes que se ofrecieron en las zonas montañosas de Suiza e Italia; en 1872 se crea la primera área protegida natural, el Parque Nacional de Yellowstone en Estados Unidos. En los años sesenta del siglo XX crece el interés por desarrollar y proteger la conservación de los espacios naturales y en la actualidad el turismo de naturaleza no solo incluye el agroturismo sino a todo tipo de viaje a áreas rurales en busca de recreación y entrenamiento, por lo que las actividades incluyen no solo alojamiento sino asistencia a festividades, así como la participación en actividades y deportes al aire libre. (Barroso, 2014).

El ecoturismo es visto por varios grupos conservacionistas, instituciones internacionales y gobiernos como una alternativa viable de desarrollo sostenible, en países como Costa Rica, Kenia, Nepal, Madagascar y Ecuador, el turismo ecológico produce una parte significativa de los ingresos de divisas provenientes del sector turístico, e incluso de la economía del país. El ecoturismo pesar de ser relativamente reciente, ha logrado capturar el suficiente interés a nivel internacional, al punto que la ONU dedicó el año 2002 al turismo ecológico. (Salinas, 2015, pág. 8)

La historia del ecoturismo en Colombia comienza en la década de los 80's, cuando el gobierno nacional hace entrega simbólica de los primeros Parques Nacionales Naturales (PNN), como áreas destinadas a la protección ambiental y hasta hoy, los principales focos del ecoturismo en nuestro país. El desarrollo y fortalecimiento del sector ecoturístico cuenta con el apoyo e implicación de diferentes instituciones tanto de tipo público como Procolombia, FONTUR, el Programa de Transformación Productiva, ministerios, alcaldías y gobernaciones; como de tipo privado, como operadores turísticos o ANATO y finalmente, además del apoyo de universidades, el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y ONG's. (Sánchez, 2018).

En el desarrollo y crecimiento de esta industria del ecoturismo, es importante resaltar que, aunque el turista se interese por visitar el patrimonio natural del país, son la coordinación y capacidad de respuesta del atractivo turístico y de la industria turística que se desarrolla alrededor de él como la infraestructura hotelera, servicios, actividades complementarias, etc., los determinantes de su fortalecimiento y expansión

Con respecto al origen del alojamiento, éste inicia hace más de 200 años, época en la cual se concebía como una obligación social, proteger a los viajeros procedentes de otros lugares que

no tenían un lugar seguro para alojarse, donde la mayor parte estaban inducidos por peregrinaciones religiosas. La evolución se vivió en el siglo XIX por los medios de transporte, con la llegada del ferrocarril y los barcos el turismo se vio favorecido, puesto que el tiempo de traslado disminuyó y con esto se generó la aparición de los hoteles en las ciudades y cerca de las estaciones de ferrocarriles, de esta manera se empezaron a ofrecer servicios de alojamiento. (Dillon, 2019).

### **Estado Del Arte**

Grisales; et al (2021); en su investigación denominada “Análisis de impactos ambientales en proyectos de gran envergadura en Colombia acorde al estándar P5®” la cual tenía por objetivo determinar qué aspectos son considerados en la evaluación de los impactos ambientales del estándar P5® en su categoría ambiental, versus los aspectos que tradicionalmente se toman en cuenta en los estudios de impacto ambiental desde proyectos de gran envergadura en Colombia, encontró que en la categoría de Planeta con sus respectivas subcategorías de transporte, energía, tierra, agua y aire, y consumo, son en las que más se tienen oportunidades de mejora, principalmente en el uso de energías renovables, la generación de energías limpias y la implantación de planes de comunicación digitales. De igual manera concluyen que es necesario incluir nuevos elementos de la sostenibilidad los proyectos no solo de sector de hidrocarburos sino también de otros sectores, abriendo así la posibilidad de mitigar impactos ambientales de proyectos en amplios sectores aplicando el estándar P5.

En este mismo estudio los autores concluyen que el estándar P5 es una herramienta que permite mejorar y fortalecer las evaluaciones de impacto ambiental desde una perspectiva

sostenible y una visión holística permite por esencia denominar a un proyecto sostenible ambientalmente.

Salinas (2015), en su estudio denominado “Análisis de factibilidad para la implementación de un hotel de ecoturismo en la costa de Arequipa” a través del análisis de 5 Fuerzas de Porter pudo evidenciar importantes preferencias de los turistas (compradores) por la realización de un turismo de naturaleza y aventura, que La gestión con proveedores estratégicos no representa un obstáculo significativo ya que en Arequipa existe gran cantidad de proveedores a bajos costos, que los turistas extranjeros prefieren el servicio personalizado que podrá ser brindado en este proyecto y que la rivalidad entre competidores se encuentra en los precios de los paquetes turísticos y en la estructura.

Briceño (2016), en la investigación “Plan de negocio para un proyecto hotelero ecológico y auto sostenible en la costa norte del Perú”, tuvo como objetivo general fue desarrollar un plan de negocio para la creación de un hotel ecológico en el departamento de Tumbes y que brinde confort a la creciente demanda turística. La población estuvo constituida por 843 y 445 habitantes de la región Lambayeque. El tipo de investigación empleada fue de tipo prospectiva con un enfoque sistémico. Se logra concluir que, el proyecto resulta viable y rentable como negocio para el inversionista, debido a que no sólo cubre los costos de capital sino también crea valor, además se obtuvieron indicadores financieros favorables, mientras que por otra parte permite poder lograr una mayor atracción e interés de inversionistas. Es decir, el proyecto es una oportunidad de negocio sumamente interesante con una propuesta que genera valor para el país, tras la construcción del primer hotel ecológico y auto sostenible de la costa norte peruana. Según los análisis realizados es necesario invertir S/ 3 549,000.00 anual en cuanto a publicidad se trata

por los primeros cinco años, esto como estrategia que permita poder posicionar el hotel en la localidad de Punta Sal ubicado en Tumbes.

Bustios (2016), en la tesis “Propuesta de arquitectura solar: hotel de campo en Cieneguilla calificación 4 estrellas”, dicha investigación tuvo como objetivo diseñar la propuesta arquitectónica del hotel, señalando tener un enfoque cualitativo y diseño de investigación no experimental porque es netamente propositivo señalando que después de realizar un estudio de equipamiento urbano y de aceptación por parte de la demanda se puede mencionar que el lugar oportuno para plantear la idea es en Cieneguilla siendo un lugar con un gran potencial ecológico – turístico debido que sus factores climáticos y demográficos ayuda a responder las necesidades de la población beneficiaria como a los diferentes tipos de turistas ofrecer una posibilidad de poder hospedarse y a la vez disfrutar de la naturaleza. Por otro lado. Se logró conseguir el objetivo que era convertir Cieneguilla en un lugar preferido por el turista que desee visitar dicho distrito, bajo una propuesta arquitectónica, la cual esté basada en un hábil manejo del recurso solar para obtener bienestar y ahorro de energía.

Avilés (2016), en su tesis “Análisis de un Plan de negocios para la implementación de una Hostería Ecológica como alternativa de oferta de alojamiento en la Parroquia Santa Marianita del Cantón Salitre, tiene como objetivo analizar un plan de negocio sobre una hostelería ecológica como alternativa de alojamiento. La metodología utilizada fue teórico inductivo – deductivo. La población estuvo constituida por 58 habitantes de la localidad y un aproximado de 700 turistas, cuyos datos fueron proporcionados por la Municipalidad de Salitre. Por lo tanto, la muestra resultó ser un total de 262 personas, las cuales fueron partícipes en dicho estudio. Se logró concluir qué, el Cantón Salitre posee un gran potencial y lugares turísticos que



logran captar la atención de los visitantes, además posee una gran cantidad de sitios naturales y una extensa variedad de comidas típicas, gracias al plan de negocio se logró determinar que la implementación de una hostería netamente ecológica resulta viable, debido a que existe una gran aceptación por parte tanto de los comuneros como de los visitantes. Con dicho proyecto lo que logra es incentivar el turismo en la zona, generando de esta forma una actividad económica, la cual será directa e indirecta para sus habitantes.

Liscutin (2015), en la investigación “Hotel ecológico en Petexbatún, Petén”, tuvo como objetivo principal diseñar un hotel perteneciente a la categoría de cinco estrellas teniendo un énfasis en la arquitectura ecológica, con la finalidad de lograr tener un menor impacto ambiental y así poder contribuir a la conservación del sitio arqueológico y especies tanto de flora y fauna existente. La metodología utilizada fue de tipo experimental, mientras que en dicha investigación se logró concluir que, el turismo es una industria sumamente importante en Guatemala, debido al gran aporte que realiza a la economía del país. Por otro lado, la implementación de tecnologías nuevas tanto energéticas como de renovación de recursos permitió que el hotel cumpla con todas aquellas normas y procedimientos para llegar a hacer un hotel cien por ciento ecológico. Y, por último, uno de los fines por el cual se diseñó dicho hotel en la Isla Punta de Chimino se debe a que dicho lugar es reconocido como un destino más en área de Petén, como turismo tanto arqueológico y ecológico. Se puede deducir que, dicha investigación resulta ser una idea netamente innovadora, pues responde a las necesidades de los turistas nacionales e internacionales que llegan hasta la zona de Petén, pues les brinda tener un contacto con la naturaleza y conocer sitios arqueológicos de gran valor.

Chocooj (2014), en la tesis “Hotel Boutique basado en principios bioclimáticos y sostenible”, tuvo como objetivo realizar un análisis de las distintas características del terreno y a partir de ello poder diseñar un proyecto arquitectónico bioclimático de hospedaje que permita poder brindar confort a los visitantes en un entorno natural y ecológico, que cuente con visitas panorámicas hacia el Valle Panchoy. La metodología utilizada fue de tipo prospectiva. Luego de realizar los análisis correspondientes, el autor pudo concluir que dicho proyecto representa un claro ejemplo de integración de dichas arquitecturas antes mencionadas, esto debido a los distintos análisis tanto de integración como de análisis de forma al contexto. Además, dicha propuesta permite poder obtener una ventaja competitiva en relación a los demás hoteles existentes. Guatemala por su ubicación posee una gama de climas y ecosistemas que contribuyen a poder mejorar el rendimiento energético del edificio.

Gálvez, Cuellar, y Varela, (2015), en su artículo características y percepción de los factores de éxito de las micro, pequeñas y medianas empresas del sur occidente Colombiano, concluyen que la formación de los gerentes de las microempresas con estudios universitarios y de posgrado sugiere un buen escenario para el éxito de proyectos empresariales a través de una buena gestión del aprendizaje organizacional y el acceso al conocimiento; encontrado que en el suroccidente el 46,6% de los gerentes cuenta con esta condición mientras que el 53.4% solo llega hasta el nivel de formación en tecnología.

### **Marco Legal.**

Este marco legal se enfoca en la reglamentación específica para la prestación de servicios de alojamiento rural tipo Ecolodge en Colombia.

## **Decreto 2119 del 2018 el Ministerio de Comercio, Industria y Comercio**

Mediante este decreto se reglamenta la prestación del servicio de alojamiento turístico y se dictan otras disposiciones, estableciendo así un marco legal que facilita la formalización de todas las opciones de alojamiento turístico en Colombia.

El decreto define tres modalidades de servicios de alojamiento turístico:

1. Los establecimientos de alojamiento turístico: Son los establecimientos de comercio que brindan el servicio de alojamiento turístico con oferta permanente. Entre estos se encuentran, pero sin limitarse a ellos, los hoteles, hostales, centros vacacionales, campamentos y todos los que mantengan una oferta habitual en el servicio de hospedaje.
2. La vivienda turística: Unidad inmobiliaria destinada en su totalidad a brindar el servicio de alojamiento según su capacidad, a una o más personas, la cual puede contar con servicios complementarios y como mínimo con: dormitorio, cocina y baño. Pertenecen a esta clasificación los apartamentos turísticos, fincas turísticas y demás inmuebles cuya destinación corresponda a esta definición.
3. Otros tipos de hospedaje turístico no permanente: Son bienes inmuebles donde se presta el servicio de alojamiento turístico y que no se encuentran definidos en los incisos precedentes, en este tipo de alojamiento se encuentra los Ecolodges o ecohabs.

Los beneficios del decreto se pueden resumir en una mejora el acceso al mercado y facilita la formalización de los distintos modelos de negocio que prestan el servicio de alojamiento; establece lineamientos transversales para la correcta operación del sector y finalmente facilita tanto la atención en los establecimientos de alojamiento turístico como el relacionamiento con los turistas.

### **Norma sectorial colombiana NTSH 008 “Alojamientos rurales, requisitos de planta y servicios.**

La norma tiene como objeto definir las características de calidad y los requisitos de planta y servicios para los establecimientos de alojamiento rural, es una herramienta de los responsables de la operación de los establecimientos de alojamiento y hospedaje, que les facilita acceder a criterios internacionales estandarizados de procedimientos de operación y administración, que les permite ser más competitivos, ubicar con precisión sus fortalezas y debilidades, y determinar esquemas de mejoramiento continuo de sus instalaciones y servicios; los beneficios de esta norma son:

- ✓ Mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en Colombia
- ✓ Crear una herramienta informativa y comercial para diferenciar servicios turísticos que comparativamente presenten un mejor desempeño.
- ✓ Promover un cambio hacia el consumo de servicios turísticos de óptima calidad.
- ✓ Facilitar el acceso al mercado y mejorarla imagen de los servicios turísticos.
- ✓ Incentivarla prestación de servicios turísticos de calidad.
- ✓ Promover el uso y desarrollo de procesos, técnicas y tecnologías de calidad aplicables al sector turístico

### **Registro Nacional de Turismo**

En el artículo 61 de la Ley 300 de 1996, modificado por el artículo 33 de la Ley 1558 de 2012, se estipula Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, llevará un Registro Nacional de Turismo, en el cual deberán inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que operen en nuestro País. Registro de obligatorio para el funcionamiento de dichos prestadores de servicios

turísticos entre los que se encuentran los diferentes tipos de alojamiento y requiere actualizarse anualmente.

Entre los requisitos legales que condicionan la obtención del RNT se encuentran: Contar con registro mercantil en la Cámara de comercio con su respectivo uso de suelo compatible, Contar con Registro Único Tributario- RUT, estar categorizado en los códigos CIU (Código Industrial Internacional Uniforme), descripción de los servicios que presta, Nombre del establecimiento, estados financieros, capacidad técnica y capacidad operativa.

Una vez diligenciados se deben presentar todos los soportes en una de las sedes de Cámara de Comercio de Pasto, pagar los derechos de Matrícula correspondientes a las Tarifas de los Registros Públicos 2016, (Cámara de Comercio de Pasto, 2020).

Todos los actos, contratos o negocios jurídicos sin cuantía (la inscripción en el RNT se tomará como un documento sin cuantía, según la información de [www.rues.org.co](http://www.rues.org.co)), es decir aquellos que no incorporan derechos apreciables pecuniariamente a favor de los particulares, sujetos al impuesto de registro, estarán gravados con tarifas entre dos (2) y cuatro (4) salarios mínimos diarios legales, determinadas por la respectiva asamblea departamental, a iniciativa del Gobernador. (Artículo 6 Decreto 650 de 1996). (Cámara de Comercio de Pasto, 2020).

En términos generales, las normas, leyes, y decretos descritos en este marco legal son prácticos para en el sector, no obstante, se requiere del acompañamiento y orientación respectiva de las entidades competentes tales como la Cámara de Comercio, las Secretarías de Turismo, entre otras, con fin de evitar incumplimientos normativos y por ende proyectos empresariales que se gestan como ilegales.

## **Metodología**

### **Tipo y Enfoque de Investigación**

El tipo de investigación es descriptiva, la cual posee como propósito especificar, ordenar, caracterizar el objeto de estudio, por lo tanto, busca obtener representaciones detalladas sobre el evento a estudiar, a través de los métodos descriptivos cualitativos y cuantitativos. El enfoque de investigación cuantitativa, la cual destacan métodos de las mediciones objetivas y el análisis numérico (estadístico, matemático) de los datos recopilados a través de entrevistas, cuestionarios y encuestas, y manejo de datos estadísticos preexistentes.

### **Procedimiento del Proyecto**

La metodología se basa en la combinación del método P5 (Productos, Procesos, Personas, Planeta y Prosperidad) de GPM (Green Project Management) 2019 y las etapas de la formulación de proyectos de emprendimiento propuesta por el Dr. Rodrigo Varela en el 2014, la cual se fundamenta en una secuencia en espiral de etapas interrelacionadas que permite una constante retroalimentación y ajustes a medida que se avanza en el proceso de elaboración y finalmente se complementa con herramientas específicas de gestión de proyectos. La metodología se agrupa en tres fases, las cuales se detallan a continuación:

#### ***Primera Fase: Identificación del Perfil del Alojamiento Rural en Ecolodge***

Se describe en la etapa 1, el cumplimiento del primer objetivo, donde se determina el perfil de la idea del negocio del alojamiento ecológico integrado en la naturaleza, además del uso de las herramientas de gestión de Canvas y el mapa de empatía propuestos por Alexander Osterwalder, Yves Pigneur y Dachis Group, respectivamente.

### **Etapa 1: Identificación Del Perfil.**

En esta etapa, se inicia con la descripción del perfil del negocio, la cual ofrece una imagen futurista de la empresa, además define los valores y objetivos del proyecto; también muestra los supuestos clientes principales, generando un bosquejo de hacia dónde se dirige la idea de negocio, a continuación, las actividades:

Actividad 1. En esta tarea se determina parcialmente el perfil de la idea de negocio a través del uso de los datos, registros y herramientas informáticas (Excel), para analizar el sector ecoturístico y posibilidades de crecimiento en la región.

Actividad 2. En esta actividad se desarrolla enteramente el perfil de la idea de negocio, mediante el uso de las herramientas Canvas y DOFA, para poder identificar las necesidades del cliente y proyectar el servicio de Edcologe.

Actividad 3. En este ejercicio se reconoce el perfil de la idea de negocio del alojamiento ecológico de los resultados de las herramientas Canvas y DOFA.

### ***Segunda Fase: Tratamiento de la idea del Negocio***

En esta fase se cumple el segundo objetivo del proyecto, siendo la operación más importante de la propuesta, ya que, se determina el tratamiento de la idea del negocio para la determinación de la factibilidad del alojamiento ecológico integrado en la naturaleza, a continuación, se describen las 6 etapas:

### **Etapa 2: Estudio De Mercado**

El análisis mercado incluye una descripción general al mercado objetivo, un análisis de su competencia, sus propias proyecciones para la factibilidad del negocio.

Actividad 4. El desarrollo del análisis del producto, implica examinar las características del servicio de alojamiento, las bondades y debilidades, la disponibilidad, la calidad, la apariencia y otros aspectos.

Actividad 5. El análisis de la demanda se conoce la solicitud o necesidad agregada del servicio de alojamiento y la participación en el mercado turístico ecológico que tendrá el proyecto propuesto, a través del método de Varela, las herramientas informáticas Excel y mapa de empatía.

Actividad 6. El Análisis de la oferta evalúa las cantidades y las condiciones en que la economía del turismo ecológico puede y quiere poner a disposición del mercado el servicio de Ecolodge, mediante el método de Varela.

Actividad 7. El Análisis de precios se examina y evalúa el precio propuesto del servicio sin evaluar sus elementos de costo separados y el beneficio propuesto, así como el ciclo de vida de sus productos, a través del método de Varela.

Actividad 8. En la comercialización se identifica los objetivos comerciales y de marketing, se investiga el mercado del turismo ecológico, se detalla el perfil de los clientes potenciales y los competidores y se desarrolla estrategias que respaldan los objetivos de marketing.

Actividad 9. En esta tarea se analiza el mercado del servicio Ecolodge.

### **Etapas 3: Estudio Técnico**

Se analiza las partes que conforma el servicio Ecolodge; desde la ingeniería básica del servicio y el proceso de ofrecer Ecolodge, además se hace la descripción detallada de las líneas



de producción para mostrar los requerimientos que se necesitan en el buen funcionamiento y operatividad del negocio

Actividad 10. Identificar y selecciona el lugar de implementación del alojamiento teniendo en cuenta factores como: vías de acceso, clima, cercanía con los proveedores, fácil acceso a los clientes, costo del terreno, estímulos fiscales, entre otros.

Actividad 11. El tamaño del alojamiento Ecolodge; en esta actividad se determina la capacidad de alojamiento instalada, utilizada y real.

Actividad 12. Determinación de los equipos del alojamiento Ecolodge: se elabora las fichas técnicas de la maquinaria y equipo a utilizar en el servicio, así como de la materia prima requerida.

Actividad 13. Identificación Capital humano del alojamiento Ecolodge: en esta acción se especifica el personal que es necesario en la operación del negocio.

Actividad 13. Determinación de la Materia prima del alojamiento Ecolodge: se trata de describir los insumos que se necesitan en el proceso de servicio del hotel. En este caso es importante elaborar una ficha técnica de los diferentes servicios, donde se especifica, Tamaño, Forma de presentación y Vida útil estimada.

Actividad 14. Identificación Proceso productivo del alojamiento Ecolodge: se muestra los pasos más elementales del servicio, se define como inicia el servicio y como finaliza, por medio de herramientas tales como: diagramas de flujo e IDEF0.

Actividad 15. Determinación de la distribución del alojamiento Ecolodge: es la forma como se ajustan los equipos, materiales y el personal humano en Ecolodge, con el propósito de lograr el rendimiento pretendido.

Actividad 16. Identificación del costo de energía, insumos, equipos y herramientas del alojamiento Ecolodge.

Actividad 17. Análisis del estudio técnico

#### **Etapas 4: Estudio Organizacional**

Determina la capacidad operativa de la organización del proyecto, procedimientos administrativos, así como las funciones específicas de cada área y cargos.

Actividad 18. Identificación de la planificación del alojamiento Ecolodge, consiste en el establecimiento de los propósitos de las metas a alcanzar a corto, mediano y largo plazo.

Actividad 19. Determinación de la organización del alojamiento Ecolodge, se describe a detalle lo que se planifico en los servicios administrativos del Ecolodge, donde se estructura las funciones y los cargos, así como asignación de recursos que necesita el proceso, también las competencias requeridas por el talento humano para lograr conseguir las metas de planificación.

Actividad 20. La labor de dirección del alojamiento Ecolodge, en esta actividad se ejecuta la coordinación que precisa el gerente y el administrador, con el fin de implementar estrategias de gerencia y supervisión de los servicios planteados del hotel.

Actividad 21. La Determinación del control del alojamiento Ecolodge, se describe la métrica de los resultados obtenidos, es decir los indicadores para realizar seguimientos y control desde una planeación gerencial.

Actividad 22. Análisis del estudio organizacional

#### **Etapas 5: Estudio Ambiental**

El estudio ambiental consiste en el desarrollo de la evaluación de la cuarta categoría del estándar P5: evaluación de los impactos al planeta o ambientales con sus 4 subcategorías de

transporte; energía; tierra, agua y aire; y finalmente la subcategoría de consumo, para lo cual se desarrollará el procedimiento establecido en el marco teórico: revisión de categoría, subcategorías y elementos, identificación de eventos potenciales, su causas, impactos, calificación de los impactos en función de la magnitud sobre la sostenibilidad del proyecto, identificación de respuestas para minimizar los impactos y finalmente volver a calificarlos bajo el supuesto de la masterización de las respuestas.

Actividad 22. Evaluar los impactos ambientales de transporte a través de la matriz P5 donde se abordan los elementos: Adquisiciones locales, digitalización de los procesos, viajes, y desplazamientos y logística; estableciendo indicadores ambientales clave de desempeño y métricas para uno.

Actividad 23 Evaluar los impactos ambientales del consumo de energía, a través de la matriz P5 donde se abordan los elementos: emisiones de Co2 y energías renovables; estableciendo indicadores ambientales clave de desempeño y métricas para uno.

Actividad 24. Evaluar de los impactos ambientales del proyecto en la diversidad biológica, calidad, consumo y tratamiento de agua, estableciendo indicadores ambientales clave de desempeño y métricas para uno.

Actividad 25. Evaluar los impactos ambientales del proyecto en reciclaje y reúso, generación y disposición de residuos, estableciendo indicadores de calve de rendimiento y métricas para uno.

Actividad 26: Consolidar el Plan de Gestión de Sostenibilidad Ambiental del proyecto a través de la plantilla establecida en el Estándar P5.

### **Etapa 6: Estudio Legal**

Determina la posibilidad legal de que el proyecto empresarial se pueda implementar a través de la definición del tipo de sociedad, normas tributarias y normas reglamentarias del sector.

Actividad 27. Definir los aspectos legales tales como tipo de sociedad, conformación de la sociedad, normas y procedimientos que aplican al tipo de servicio, leyes y estímulos para el tipo de empresa, a través del procedimiento de registro en cámara de comercio.

Actividad 28. Definir la reglamentación para implementación del proyecto, trámites y permisos requeridos, a través de revisión y consulta de la reglamentación del sector.

### ***Tercera Fase: Viabilidad de la Idea de Negocio***

El propósito de la tercera fase es determinar la viabilidad de la idea del negocio del alojamiento ecológico integrado en la naturaleza \_Ecolodge, a través de la construcción de una estructura financiera a partir de la cual se pueda aplicar indicadores de evaluación de rentabilidad del proyecto. En este sentido en esta fase se abordan las siguientes etapas:

### **Etapa 7: Estructura Financiera**

Actividad 29. Determinar las necesidades, momentos de inversión y régimen tributario aplicable a través de estructuración del componente de Inversión en activos fijos.

Actividad 30. Definir las políticas involucradas en los conceptos de descuentos, cartera de clientes y proveedores a través del componente de Inversión en capital de trabajo, con el aplicativo CISNE (Cree Investigue y Simule su Nueva Empresa)

Actividad 31. Elaborar el presupuesto de ingresos con base en los resultados de los análisis del mercado y las políticas de descuentos y cartera de clientes y proveedores.

Actividad 32. Elaborar el presupuesto de compra de insumos, materiales y servicios, con base en el plan de compras del análisis técnico, las políticas de compra y los efectos tributarios.

Actividad 33. Elaborar el presupuesto de personal con base en el análisis administrativo (salarios, seguridad social, parafiscales).

Actividad 34. Elaborar el presupuesto de costos y gastos indirectos de operación con base en la prestación del servicio, seguros, licencias, personal temporal entre otros desde el aplicativo CISNE - (Cree Investigue y Simule su Nueva Empresa)

Actividad 34. Elaborar el presupuesto de gastos administrativos con base en la gestión general de la operación: gastos financieros, comunicaciones, impuestos locales, gastos de registro y renovación de matrículas, aseo, vigilancia, mantenimiento de equipos administrativos.

Actividad 35. Elabora el Presupuesto de gastos de ventas con base en promoción, publicidad, comisiones, seguros, devoluciones etc. en aplicativo CISNE - (Cree Investigue y Simule su Nueva Empresa)

Actividad 36. Realizar el Análisis de costos a partir de la relación: ingreso, costo, utilidad en función de los volúmenes de operación para identificar zonas de utilidad y perdida contable.

Actividad 37. Elaboración del flujo de caja para determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos de ejecución

Actividad 38. Elaborar el estado de resultados para identificar las utilidades del proyecto a través de la comparación de ingresos y costos en un periodo determinado.

Actividad 39. Elaborar el Balance de proyecto con base en datos del flujo de caja, estado de resultados y datos específicos del análisis económico.

### **Etapa 8: Estudio Financiero- Económico**

Determina la factibilidad del proyecto a través de indicadores y variables financieras que dan una visión específica del éxito del mismo.

Actividad 40. Analizar la Tasa Interna de Retorno -TIR del proyecto

Actividad 41. Analizar el Valor Presente Neto - VPN del proyecto

Actividad 42. Realizar el análisis de sensibilidad para determinar las variaciones en los principales indicadores del proyecto

### **Etapa 9: Terminación Del Documento**

Actividad 43. Escritura y análisis

Actividad 44. Consolidar el documento final.

Actividad 45. Sustentación del trabajo final

### **Justificación de las Herramientas a Utilizar**

El proyecto aplicado por tratarse de un emprendimiento con un componente de innovación, se hizo necesario la utilización de diferentes herramientas de gestión de proyectos que a juicio del autor con base en la metodología de Varela y estándar P5 del Green Project Management - GPM pueden a contribuir a su viabilidad técnica y financiera, para lo cual se realizó un análisis de las debilidades y oportunidades metodológicas del proyecto de tal manera que permita identificar las herramientas apropiadas, lo cual se detalla en la tabla 2.

En este sentido, se identifica como debilidad del proyecto tal como se puede observar en la tabla 2 la consecución de la población objetivo de mercado tenido en cuenta que es un mercado ha surgido recientemente y que el servicio a ofrecer es no es de consumo masivo, para lo cual se usó la herramienta denominada Mapa de Empatía para identificar de manera indirecta

el segmento específico a través de una encuesta diseñada y aplicada con base en identificar los sentimientos y emociones de los potenciales clientes del proyecto; en este mismo sentido se identificó la ausencia de estudios ambientales para alojamientos rurales tipo Ecolodge con metodologías innovadora y estandarizadas en sector de sostenibilidad para lo cual se trabajó con la matriz de evaluación de impactos al planeta del estándar P5 de Green Project Management 2019

Por otra parte, con el fin de solventar la incompleta identificación del perfil de negocio se trabajó con dos herramientas para la completa diferenciación de la idea de negocio tal como se evidencia en la tabla 2, la matriz DOFA que permite observar la idea desde una perspectiva externa neutral y el lienzo CANVAS que permite analizar y crear modelos de negocio de manera dinámica y visual, de tal manera que se partió de las dos herramientas se cuenta con un perfil de idea de negocio diferenciado y contextualizado. Además se identificó también una debilidad en arquitectura organizacional del alojamiento tipo Ecolodge y deficiencia de identificación de las líneas de producción y bajo conocimiento en la organización de los procesos del alojamiento tipo Ecolodge, para lo cual se trabajó con la herramienta IDEF0 para el diseño y construcción sofisticada del mapa de procesos del proyecto de alojamiento en Ecolodge, así como también los diagramas de flujo de las 3 líneas de producción principales: alojamiento, restaurante y experiencias ecoturísticas y la alineación de los procesos de alojamiento en Ecolodge con la misión del proyecto empresarial

Finalmente, se identificó una falta de herramientas que permitan consolidar la estructura financiera del proyecto Ecolodge en un único aplicativo, siendo necesario el uso del aplicativo en Excel denominado CISNE (Cree Investigue y Simule su Nueva Empresa) propuesto

por Varela 2014 que permite la Integración de la estructura financiera del proyecto Ecolodge por medio de una sola herramienta que permite determinar la rentabilidad del mismo, lo cual se identifica como debilidad y oportunidad 5 en la tabla 2.

La metodología de Varela 2014 se emplea en el proyecto como una guía reciente con los pasos que se deben seguir para la estructuración y gestión de proyectos de emprendimiento innovadores; mientras que el estándar P5 del Green Project Management se articula a la metodología como elemento complementario por tratarse de un proyecto con enfoque netamente sostenible enfocado en un segmento de clientes específicos denominados viajeros éticos y puristas culturales, en el cual la evaluación y cuantificación de los impactos del mismo a los recursos naturales y comunidad local se convierte en un componente de gran importancia.

**Tabla 2.**

*Debilidades y oportunidades de las herramientas a usar*

<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>
D1. Dificil consecución de la población objetivo de mercado	O1. Obtener de un estudio de mercado con un segmento específico
D2. Falta de un estudio ambiental de alojamientos rurales tipo Ecolodge.	O2. Estudio ambiental para el servicio de alojamiento Ecolodge.
D3. Incompleta identificación del perfil de negocio	O3-Diferenciación del perfil de la idea de negocio
D4. Debilidad en arquitectura organizacional del alojamiento tipo Ecolodge	O4-Sistema de mapa de proceso del alojamiento tipo Ecolodge sofisticado
D5. Deficiencia de identificación de las líneas de producción de un alojamiento Ecolodges	O5. Sofisticación de las líneas de producción
D6. Bajo conocimiento en la organización de los procesos	O6-Alineación del mapa de procesos de alojamiento en Ecolodge con la misión del proyecto de alojamiento.
D7. Falta de herramientas que me permitan la consolidar estructura financiera del proyecto Ecolodges	O7. Integración de la estructura financiera del proyecto Ecolodge por medio de un único aplicativo de evaluación

Nota. La tabla muestra las debilidades y oportunidades de la herramienta. Tomado de fuente propia.



## **Capítulo 1- Análisis de Resultado del Perfil del Ecolodge**

El capítulo inicia con el análisis del sector ecoturístico y el proyecto, sus perspectivas, tendencias, barreras, poder de negociación de los clientes y proveedores, servicios sustitos, entre otros. Posteriormente se identifican las debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas que influyen en la dinámica de sector al cual se pretende ingresar con el proyecto y finalmente se concreta y proyecta la idea del servicio alojamiento rural en Ecolodge a través de la herramienta CANVAS.

### **Análisis del Sector Turístico**

A continuación, se identifica la dinámica actual y proyección del sector ecoturístico en la región, posibilidades de crecimiento, productos similares y sustitutos, clientes potenciales, factores positivos y negativos del sector, factores que mueven el sector, tendencias económicas del sector, barreras de ingreso, rivalidades, amenazas, etc.

### ***Perspectivas del Sector Ecoturístico en Pasto (Servicios, Clientes, Mercado)***

Este diagnóstico inicia con una mirada al sector turístico desde ámbito mundial y local y luego se aborda el turismo sostenible, su importancia en Colombia y el departamento de Nariño, con énfasis desde alojamiento y hospedaje ambientes rurales.

### **El Turismo en el mundo**

El turismo es una actividad que está asociada al descanso, al ocio y al descubrimiento de nuevos lugares con el fin de salir de la rutina. Según el consejo Mundial de Viajes y Turismo (World Travel and Tourism Council - WTTC), el crecimiento sector turístico en el año 2019 supero a todos los sectores de economía, con el 3,5%, mientras que promedio de crecimiento de la economía fue del 2,5%. Su aporte al producto interno bruto (PIB) fue de USD \$8,9 trillones y

soportó 330 millones de empleos, de igual manera el sector aportó el 10,3% del PIB mundial, generó 1 de cada 10 empleos y representó el 6,8% del comercio internacional y el 4,3% de la inversión de capital (WTTC, 2019).

La organización mundial del turismo- OMT (2019) es un sector económico que “ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo”. Según la OMT proyecta aumentaron un 6% hasta 1.400 millones en 2018 las llegadas de turistas internacionales en el mundo entero, claramente por encima del crecimiento del 3.7% de la economía global. En este mismo sentido, Oriente Medio (+10%), África (+7%), Asia y el Pacífico y Europa (ambos con +6%) lideraron el crecimiento en 2018, en tanto que las llegadas a las Américas estuvieron por debajo del promedio mundial (+3%). (OMT, 2019)

El Dr. Zurab Pololikashvili secretario general de la Organización Mundial del Turismo - OMT afirmó: “El crecimiento del turismo en los últimos años confirma que el sector es hoy uno de los motores más poderosos de crecimiento y desarrollo económico a nivel global. Tenemos la responsabilidad de gestionarlo de manera sostenible para traducir esta expansión en beneficios reales para todos los países, y en particular, para todas las comunidades locales, creando oportunidades de empleo y emprendimiento y sin dejar a nadie atrás”. (Procolombia, 2019)

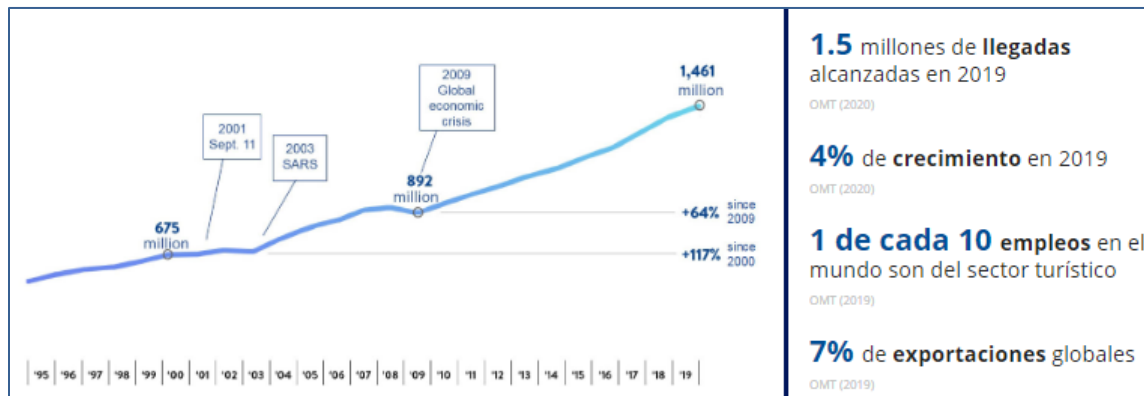
El turismo ha registrado una expansión constante a lo largo del tiempo en los últimos 10 años hasta el año 2019, a pesar de algunas sacudidas ocasionales como el SARS , lo que demuestra su fortaleza y resiliencia, tal como se observa en la figura 10; la sostenibilidad y la competitividad van de la mano, y tanto los destinos como las empresas pueden resultar más competitivos si hacen un uso eficiente de los recursos y promueven la conservación de la

biodiversidad y medidas para abordar el cambio climático, tal como se observa en la Figura 10.

(OMT, 2019)

### Figura 10

*La sostenibilidad y la competitividad.*



Nota. La figura muestra el comportamiento del turismo a nivel mundial en términos de crecimiento. Tomado de OMT, 2019.

El sector más humano y democrático está bajo amenaza, así como los bienes económicos de la población. Sólo un esfuerzo conjunto será capaz de lograr la recuperación tras la pandemia del Covid-19. (Organización mundial del turismo, 2020) El turismo gira en torno a los atractivos ya que son la razón principal del desplazamiento de turistas, es decir, “elementos, materiales o inmateriales, vinculados a la naturaleza o a la cultura de un territorio socialmente organizado, que, por sí mismos o mediante su transformación, son capaces de atraer temporalmente a personas de otros lugares”. (Torres, 2012)

El turismo abarca una gran variedad de industrias con las que se tienen contactos directos, como son: el hospedaje, las comidas, las bebidas, las agencias de viajes, todos los transportes que la persona vaya a utilizar, entre otras. (Álvarez, 2016).

## **El turismo Sostenible**

En las últimas décadas la humanidad se ha venido haciendo cada vez más consciente de la necesidad de realizar acciones concretas para la conservación del planeta tierra, en este sentido el concepto de sostenibilidad se ha ido materializando en las diferentes industrias; el concepto de turismo sostenible ha sido definido como: “Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje. (Díaz, 2016).

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, el turismo sostenible, es aquel que considera las consecuencias económicas, socioculturales y ambientales, actuales y futuras, para llevar a cabo actividades que den respuesta a las necesidades de los visitantes, de los destinos, de las comunidades anfitrionas y de la industria turística y del entorno (UNWTO, 2017). Es decir, que el turismo sostenible busca favorecer el desarrollo de la sociedad, contribuyendo a generar ingresos y mejores oportunidades de empleo, a la vez que se orienta en la protección del capital natural y los procesos ecológicos, y en mitigar el impacto sobre la integridad cultural de las comunidades locales.

## **El turismo Sostenible en Colombia**

Colombia es el país latinoamericano con mayor dinamismo en el desarrollo turístico y uno de los más destacados en el mundo por el creciente número de llegadas de viajeros durante los últimos años, con excepción del año 2020 por efectos de la pandemia.

En Colombia, el turismo contribuyó al valor agregado nacional con el 2,15% en el año 2019 y el valor agregado de alojamiento y servicios de comida creció 4,7% respecto a 2018, lo cual representa \$34,1 billones de pesos. El mismo año, las divisas que ingresaron por viajes y transporte aéreo de pasajeros crecieron 2,4%, sumando USD \$6.786 millones, y el número de visitantes no residentes aumentó 3%, alcanzando una cifra récord de 4.528.912 visitantes. Adicional a esto, en 2019 el turismo contribuyó 618.000 trabajos de tiempo completo, lo que equivale a aproximadamente el 3% del total de ocupados en el país. (MinCIT, 2020)

La Organización Mundial del Turismo, OMT (2012) así como múltiples publicaciones y entes internacionales, han reconocido continuamente los logros del país en la generación de confianza en los mercados emisores, en la consolidación de la oferta de atractivos y recursos turísticos, entre otros factores estratégicos y de gestión, que han contribuido al reposicionamiento de Colombia como destino turístico. Este hecho, ha permitido a las industrias del turismo colombiano una recuperación de sus principales indicadores y plantear retos sectoriales para aprovechar estas oportunidades del entorno.

No obstante, según datos del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022, en Colombia el turismo equivale al 3.8% del PIB mientras que el promedio del mundo equivale al 10%, Colombia recibe 81 visitantes no residentes por cada mil habitantes mientras que el promedio para América Latina y el Caribe es de 175 visitantes y cada turista no residente genera divisas en promedio por USD 1.600 mientras en Panamá dicha cifra alcanza los USD 3.725; es decir, aunque el país ha logrado mejorar su posición como destino turístico, se debe impulsar un turismo de alto valor que lo posicione como el "nuevo petróleo" y de esta manera provechar el buen momento que vive el sector turístico en el mundo e insertarse en el mercado como un

destino innovador, diverso y de alto valor. (Departamento Nacional de Planeación, 2019, pág. 57)

Según cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, MinCIT (2018, p.4 y 5) entre 2011 y 2017, en Colombia se presentaron destacados crecimientos en los principales indicadores del turismo en el país: se incrementó en un 69% las llegadas de viajeros internacionales, 52% la generación de divisas, 19% la creación de nuevos empleos y 74% en la incursión de nuevas empresas al sector, generando una oferta presente en alrededor de 281 municipios del territorio nacional. De igual forma, según el Departamento Nacional de Estadística, DANE, el turismo, medido desde la rama de hoteles y restaurantes, representó el 3,78% del PIB en Colombia durante 2017 (MinCIT, 2018), evidenciando su gran potencial de desarrollo, por tanto es renglón estratégico para el Gobierno Nacional, convirtiéndose en una alternativa viable y rentable de desarrollo sostenible donde el país, basado en su diversidad biológica y cultural, fortalece su competitividad, para crear empleo y mejorar las condiciones de vida de la población; así como constituirse en una iniciativa para la transformación regional, la reconciliación entre los colombianos y mejorar la imagen del país.

Según la Asociación de Turoperadores de Estados Unidos (USTOA, por sus siglas en inglés), Colombia encabezaba la lista de destinos turísticos que eran tendencia para el año 2020, por segundo año consecutivo, el país quedó en el top 10 del escalafón y, por primera vez, comparte el primer lugar con Egipto y Croacia. (Periódico El Tiempo, 2019)

Sin embargo, de acuerdo con datos del diagnóstico de la política de turismo sostenible en Colombia 2020, existía una deficiente sostenibilidad ambiental en las actividades turísticas, la cual tiene un impacto directo sobre el capital natural de país, las calidad de vida de las

comunidades anfitrionas, la rentabilidad de las empresas del sector, la competitividad de los destinos y las exigencias de la demanda; y es ocasionada principalmente por falta de información confiable para la toma de decisiones, débil incorporación de criterios ambientales en los instrumento de planificación y gestión de recursos y atractivos turísticos y falta de articulación entre la institucionalidad competente, así como también por la falta de incentivos y condiciones para el aprovechamiento del capital natural desde el turismo, insuficientes prácticas de mitigación, control y compensación de impactos al capital natural y finalmente debido al consumo y comportamiento irresponsable de los viajeros.

Según el Centro de Pensamiento Turístico – Colombia, 2019, el 15% del territorio del país cuenta con Plan de Desarrollo Turístico, es decir 168 de los 1.123 municipios, lo cual representa el 59 % de los municipios incluidos en la estrategia de gestión Integral de Destinos Turísticos con potencial para esta actividad económica, lo que implica que el 41% de los municipios aun no implementa un proceso de planificación acorde al el bienestar de las comunidades locales receptora, proceso dinamización económica de los territorios y la protección del medio natural en el que se desarrolla la actividad turística y por ende un crecimiento espontáneo y carente de proyección que con alta probabilidad de impactos negativos a patrimonio ambiental de la nación.(Ministerio de Ambiente y UNAL, 2015)

### **El Turismo Sostenible en el Departamento de Nariño.**

El turismo en general a nivel de Nariño ha mantenido un comportamiento similar al nacional con crecimiento relativamente constante en entre los años 2016 – 2019 y una caída drástica en el año 2020 debido a la pandemia generada por el COVID – 19, concretamente en lo relacionado a llegadas de pasajeros aéreos extranjeros y nacionales en vuelos regulares y lo cual

se ve reflejado en crecimiento de los establecimientos de alojamiento y hospedaje como son los hoteles en los principales centros poblados del Departamento.

Con respecto al turismo sostenible en Nariño, de acuerdo con el informe de redición de cuentas de la Gobernación de Nariño, 2020 está en ejecución el proyecto “Fortalecimiento de la señalización turística del departamento de Nariño” en 27 municipios del departamento de Nariño, así como también la ejecución de la campaña promocional ‘Recorre Nariño, Descubre su magia’, como una invitación a visitar el sur de Colombia, en el marco de la vitrina turística de ANATO, con la delegación de 60 personas entre operadores, agencias de viajes y hoteleros de Nariño y finalmente la financiación de los estudios y diseños para la construcción de miradores turísticos, en el marco de la Red de miradores del departamento de Nariño y el Plan Estratégico de Turismo de Naturaleza para Nariño. (PETNN, 2019).

Por otra parte, en el Plan Estratégico para el Turismo de Naturaleza para Nariño - PETNN 2019, se identifican instrumentos de planificación y proyectos en ejecución de importancia para el sector entre los cuales se encuentran:

El programa Sur Sostenible, en ejecución desde el año 2016 en el marco de la construcción de una alianza técnico – financiera entre el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD - y el departamento de Nariño, a través del programa de Pequeñas Donaciones GEF, con el propósito de apoyar en articulación con organizaciones sociales y organizaciones comunitarias, a la conservación de la biodiversidad, su uso sostenible, protección, restauración y manejo integral del agua. El programa tiene al Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA como aliado estratégico para el apoyo en la planificación, promoción, desarrollo de



capacidades y fortalecimiento de la gobernanza de los proyectos de turismo específicos a cada sitio. (PETNN, 2019)

La ruta de observación de aves del suroeste colombiano, es proyecto hace parte del programa nacional de Aviturismo para los Andes del Sudoeste, liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en alianza con Calidris y Audubon y financiado por el FONTUR, el cual tiene por objetivos la identificación y estructuración de la Ruta del Aviturismo de los Andes Orientales y el Suroeste, el fortalecimiento de la capacidad de guías especializados, las organizaciones comunitarias y los operadores turísticos locales con fin de ofertar servicios de observación de aves de alta calidad y por otro lado apoyar la protección y conservación de los ecosistemas estratégicos para las aves.

Colombia Bio (Turismo científico), es proyecto nacional con el objetivo de disminuir las brechas en el conocimiento de la biodiversidad de país a través de la ciencia, tecnología e innovación, en el marco del cual, en Nariño impulsó una alianza estratégica con la Universidad de Nariño, el Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt y el resguardo indígena de Pialapí Pueblo Viejo de la Reserva Natural La Planada en el municipio de Ricaurte, para la estructuración y concertación del proyecto “Diseño y prueba de una estrategia de innovación social de turismo de naturaleza científico en territorio ancestral Awá del Departamento de Nariño”. (PETNN, 2019).

Finalmente, el proyecto denominado: hacia un turismo comunitario en el Departamento de Nariño, financiado por la Cooperación Española (AECID), que busca generar procesos de integración comunitaria de manera dinámica y empoderamiento de la gestión institucional, que conlleven al desarrollo y consolidación de la estrategia turística comunitaria, reafirmar la

identidad cultural de los nariñenses; proceso que conducirá a llevar a ejecutar una estrategia de desarrollo del turismo comunitario, en los municipios de Pasto, Ipiales y Tumaco, con lo cual se identificará el potencial del turismo comunitario para fortalecer la planificación empresarial, la capacitación y el desarrollo de productos turísticos.

Concretamente para el sector del alojamiento rural turístico en el municipio de Pasto, de acuerdo con el Plan estratégico para el Turismo de Naturaleza para el Departamento de Nariño publicado en el año 2019 - PETNN, el sector ofrece alojamiento acondicionado para el disfrute de la naturaleza, el cual se considera funcional; sin embargo en estos alojamientos se hace necesario fortalecer la integración con la naturaleza, específicamente en cuanto a ventanas y terrazas amplias que permitan un mayor disfrute de la naturaleza, así como también habitaciones grandes, camas amplias y baños privados con el área necesaria para relajarse, más muebles y con diseños auténticos contruidos con materiales de la región en el marco de un entorno y enfoque artístico, en los espacios externos disponer de sillas, hamacas u otro tipo de muebles y con la suficiente iluminación para disfrutar cómodamente de estos espacios tanto en día como en la noche y finalmente elementos como lámparas, ventiladores o calefacción, cojines, jarra de agua, vasos, disposición de frutas de producción local. etc. (PETNN, 2019)

En este mismo sentido, el sector no cuenta con una oferta gastronómica saludable, actualizada y creativa con ingredientes frescos y recetas propias de la región y además el sector de alojamiento turístico no cuenta con experiencias de agroturismo en la cual el visitante paga por participar en la recolección y preparación de alimentos que se producen localmente.

Según los datos de la Cámara de Comercio de Pasto a febrero 2021, están registrados en el municipio de Pasto 7 establecimientos que ofrecen el servicio de alojamiento rural, la totalidad

de los cuales se encuentra en las veredas a la laguna de la cocha en el corregimiento del Encano y por otra parte están registrados 48 operadores turísticos de los cuales tan solo 3 son especializados en actividades montañismo y ecoturismo.

### ***Barreras de Ingreso y Salida del Sector***

En este componente se identifican las principales barreras de entrada y salida del proyecto del Ecolodge en sector turístico en Pasto, el cual en cierta medida entraría a formar parte de la competencia de los alojamientos y hoteles rurales que ya prestan sus servicios en el municipio y también de aquellos servicios sustitutos como son los hoteles de la ciudad de Pasto en los que generalmente se alojan los turistas y viajeros, en esta línea es necesario identificar y analizar las barreras de ingreso que pueden adoptar el sector que ya cuenta un mercado. Entre las barreras de entrada del Ecolodge al sector se encuentran:

Diferenciación de productos: partiendo de que la competencia cuenta con una trayectoria en mercado, una marca reconocida y lealtad de clientes por su permanencia en el mercado, por ejemplo, los hoteles rurales Chalet Guamuez y Sindamanoy son los mejores recomendados entre alojamientos en Pasto por TripAdvisor en el 2021, el cual se conoce un buscador especializado en turismo de Naturaleza.

Desventaja en costos: Probablemente la actual competencia en cuanto a reducción de costos del producto para incrementar volumen, por cuanto ya cuenta con una planta de personal capacitado operando, sin embargo, una de las características del Ecolodge es un enfoque social con beneficios para la comunidad local, especialmente en mano de obra lo cual implica inversión en capacitación y formación para garantizar la calidad en la prestación del servicio.

Ubicación de Ecolodge. El área destinada para implementar el Ecolodge, se encuentra ubicada en la zona de amenaza media de volcán Galeras, lo cual puede limitar o condicionar el otorgamiento de licencias de construcción y operación del Ecolodge.

Requerimiento de un alto capital de inversión. La construcción e puesta en operación de un alojamiento rural, requiere de una alta inversión de capital, tanto en adquisición de terreno, diseño, licencias de construcción, construcción de infraestructura, recurso humano y en publicidad principalmente en medios electrónicos como página web y redes sociales.

Acceso a talento humano idóneo. La disponibilidad de suficiente personal capacitado en la comunidad para la operación del Ecolodge, es una barrera de ingreso si se tiene en cuenta que desde el enfoque de sostenibilidad se pretende beneficiar a la comunidad local.

Insuficiente información oportuna y confiable. En términos generales la falta de información del comportamiento del sector de alojamiento y turismo sostenible en general tanto en Colombia y concretamente en el municipio de Pasto es una barrera que limita el acceso al sector.

Con respecto a las barreras de salida, éstas son bajas, por cuanto, aunque existe el riesgo de una liquidación del Ecolodge como empresa, las inversiones realizadas se pueden recuperar mediante el cambio de objeto, es decir como transformar las instalaciones en una finca de descanso, hogar de paso, restaurante campestre, etc, ó también dividir en lotes independientes para su comercialización.

### ***Poder de Negociación de Clientes y Proveedores***

En este tema se aborda la fuerza que tendrían los clientes y proveedores sobre el proyecto de alojamiento en Ecolodge, que control se tiene en la negociación con cada uno de ellos.

En este sentido, el perfil del cliente al que se enfoca nuestro servicio es el de un cliente informado y con un alto nivel de educación y preocupación por el deterioro de los recursos naturales y las comunidades rurales, por cuanto tener información completa del sector les permitirá negociar los precios con nosotros, en este contexto el poder de negociación no lo tendrían los clientes, por cuanto el proyecto ofrecería un servicio diferenciado con un enfoque sostenible y un alto grado de conciencia socio ambiental, con alto estándar de calidad y comodidad y alimentación saludable.

Con respecto a los proveedores, en el mercado local existe una amplia gama de productos y servicios requeridos para la operación del Ecolodge, desde insumos de limpieza y aseo amigables con el ambiente, Bolsas de papel, servicios de lavandería, suministros de alimentos orgánicos incluso alimentos certificados como es el caso de la asociación de Familias Nariñenses en Agricultura Orgánica y de igual manera los pequeños productores aledaños al Ecolodge con productos como hortalizas, aromáticas y granos. En el marco de este contexto el poder negociación con los proveedores lo tiene el Ecolodge.

### ***Servicios Sustitutos***

Los principales servicios sustitutos del servicio de alojamiento en Ecolodge en el municipio de Pasto, son los hoteles y alojamientos rurales principalmente los ubicados en áreas aledañas a la Laguna de Cocha tales como el Hotel Sindamanoy, Chalet Guamuez, el Faro y los Alojamientos en Reservas Naturales de la sociedad civil lideradas por la Asociación Para el Desarrollo Campesino – ADC y la Minga Asociativa - ASOYARCOCHA. De igual manera están los centros vacacionales ubicados a media hora de Pasto vía al aeropuerto que ofrecen

servicio alquiler de cabañas y fincas para descanso y potencialmente que las casas de los pobladores vecinos se brinde el servicio de alojamiento como parte del turismo vivencial.

Los anteriores servicios se consideran sustitutos para el Ecolodge, por cuanto si bien prestan un servicio de alojamiento en áreas rurales, éstos no tienen un enfoque completamente sostenible para un segmento de clientes específico como los viajeros éticos y buscadores de capital social, por ejemplo, sino que su servicio se adapta a mercado amplio sin mantener un estándar en su oferta.

### **Análisis de la Idea de Negocio con la Herramienta DOFA**

A continuación, se identifican las Debilidades, Oportunidades, Amenazas y Fortalezas, que influyen en la dinámica del turismo en Colombia y desde luego en el ámbito regional y específicamente el servicio de alojamiento sostenible – Ecolodge en el municipio de Pasto donde se pretende implementar el proyecto.

El 31 de diciembre del año 2020 el Gobierno de Colombia sancionó la nueva ley turismo - 2068, la cual busca el fortalecimiento de la sostenibilidad, la formalización y competitividad del sector turístico y promover su reactivación. Concretamente reduce temporalmente del IVA en los tiquetes aéreos; suspende transitoriamente el pago de la sobretasa a la energía para los prestadores de servicios turísticos entre ellos los alojamientos, crea herramientas para inversión mediante una tarifa especial del 9% de impuesto sobre la renta para la construcción o remodelación de infraestructura turística que incluye alojamientos, establece el principio de la Accesibilidad Universal para el disfrute de las actividades turísticas, vincula al sector en la Iniciativa Mundial de Turismo y Plásticos e incorpora medidas de mitigación y adaptación al cambio climático enfocadas a reducir la huella de carbono y finalmente crea una póliza de

responsabilidad civil, para proteger al turista y a los alojamientos, con el propósito de ofrecer mayor tranquilidad a los turistas y empresas como tal.

Entre las debilidades para el para la idea de negocio relacionada con un servicio de alojamiento en Ecolodge en el marco del turismo sostenible en Nariño, se encuentra que hay oferta de alojamientos rurales con alto impacto ambiental, sin buenas prácticas de turismo sostenible, ausencia de servicios ecoturísticos y experiencias auténticas, así como también insuficientes recursos humano bilingüe y con formación en atención al cliente. Por otra parte, la falta de identificación del mercado de turistas éticos y culturales que se preocupan por la conservación del medio ambiente. De igual manera se identifica como debilidad la vulnerabilidad que tienen los servicios de alojamiento frente a la ocurrencia de pandemias como la actual generado por el covid-19.

Como oportunidades del turismo para la idea de un alojamiento rural en el Ecolodge en el municipio de Pasto se identifica la existencia de una gran diversidad de ecosistemas y paisajes, específicamente relacionada con el contraste de hábitats y ecosistemas diversos agrupados en un área relativamente pequeña, entre los que se resaltan montañas, páramos, volcanes, cordillera de los andes, bosque nublado, piedemonte costero y costa pacífica e incluyendo ecosistemas de manglar. (PETNN, 2019). Así como también el servicio a de alojamiento en Ecolodge como un servicio sostenible que en su ADN tiene incorporado buenas prácticas de alojamientos sostenible que generan el mínimo impacto ambiental desde su diseño, construcción y por supuesto operación, incorporando para ello equipos y tecnologías amigable con el medio y que se armonizaría con la autenticidad de las comunidades campesinas como una potencial experiencia

a partir de los recursos ecoturísticos armonía con la cultura ancestral de sus habitantes que aún se conserva. (PETNN, 2019).

Es una oportunidad también la formación y desarrollo del capital humano principalmente en atención al cliente y bilingüismo con el objetivo de atender el surgimiento de una generación de turistas y viajeros más consciente que se preocupa y organiza sus viajes articulando la conservación y recuperación de los recursos naturales. También es una oportunidad el proceso de adaptación del servicio de alojamiento en Ecolodge a las necesidades de reactivación y transformación del turismo a espacios abiertos, sin aglomeraciones y personalizado.

Con respecto a amenazas para el sector de hospedaje y alojamiento rural en municipio de Pasto, se identifican las dificultades para el financiamiento del proyecto por cuanto se requiere de un alto grado de inversión del capital principalmente en infraestructura, tecnología y operación; así como también que el precio del servicio de alojamiento sea superior al promedio de la competencia de bienes sustitutos en el municipio de Pasto, de igual manera el alto grado de incertidumbre en los turistas por causa del covid-19 y la existencia de una oferta de turismo no diferenciada ó especializada en alojamiento sostenible

Por otra parte, la inexistencia de políticas lo suficientemente claras para el turismo sostenible tanto a nivel regional como nacional, así como también el surgimiento de pandemias como el Covid-19 que paralizan la dinámica de los turistas y el alto precio de alojamiento tipo Ecolodge en la región suroccidente del país.

Otra amenaza considerable para el proyecto se relaciona con las condiciones climáticas muy variables, por su ubicación geográfica en la cordillera de los andes el municipio de Pasto y el departamento de Nariño en general presenta una variabilidad climática muy alta, lo cual



dificulta la planeación y desarrollo de las experiencias en el marco del turismo de Naturaleza y el riesgo por erupciones volcánicas; por ser una región de volcanes activos y latentes, la reactivación de los mismos en un determinado momento puede condicionar la operación de proyecto, ya sea por la ausencia de visitantes ó por las restricciones de acceso al mismo.

Finalmente, el desconocimiento del valor servicio de alojamiento en Ecolodge en la región y los costos elevados de certificaciones de construcción y operación sostenible por cuanto la gran mayoría son de internacionales; así como también la entrada de nuevos competidores nacionales e internacionales con el auge del turismo de naturaleza y el potencial para el mismo con que cuenta la el municipio de Pasto y El departamento de Nariño en general.

Como las fortalezas para el para la idea de negocio relacionada con un servicio de alojamiento en Ecolodge en el marco del turismo sostenible en Nariño, se identifica que es un servicio de alojamiento diferente a los que existen en la región, complementado con un alto estándar de calidad, sumado esto, existe una baja competencia de alojamiento rural bajo este enfoque en la región en la cual se incluyen algunos servicios sustitutos.

También se identifica como una fortaleza que reciente se haya promulgado políticas públicas que favorece el desarrollo del sector de turismo sostenible tanto a nivel nacional como es el caso de la ley de turismo sostenible como a nivel regional con la formulación e inicio de la implementación del Plan Estratégico de Turismo de Naturaleza de Nariño en el año 2019, en cual se identifican los elementos de mayor relevancia para el sector y se planean las estrategias a corto, mediano y largo plazo.

De igual manera, se identifica como fortaleza que el turismo de naturaleza se haya fortalecido como estrategia de reactivación de la economía en la etapa de post-pandemia, lo cual

cobra aún más importancia si se puede ofertar a un precio menor al promedio nacional por que el proyecto se ejecutaría en zona de frontera y se enfoca en turistas que buscan climas andinos, de aventura y se preparan para ello con el fin de disfrutar y ascender a diferentes lugares poco visitados como paramos, bosques nublados, bosques alto andinos y volcanes su cercanía.

### **Tabla 3.**

#### *Análisis DOFA de la idea de negocio*

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
D1. Deterioro ambiental por las actuales ofertas de alojamiento.	A1. Desconocimiento del valor y cultura del servicio de alojamiento en Ecolodges.
D2. Ausencia de servicios ecoturísticos	A2. Alto precio de alojamiento tipo Ecolodges en la región suroccidente del país.
D3. Ausencia de experiencias autenticas	A3. Condiciones climáticas variables.
D4. Falta de recursos humano bilingüe y con formación intención al cliente.	A4. Alto riesgo por amenaza volcánica.
D5. Falta de identificación de mercado de turistas sostenible.	A5. Entrada de nuevos competidores nacionales e internacionales.
D6. Vulnerabilidad del alojamiento rural frente a la ocurrencia de pandemias como el covid-19.	A6. Dificultad de financiamiento del proyecto por su alto capital requerido infraestructura y tecnología
<b>Oportunidades</b>	<b>Fortalezas</b>
O1. Alojamiento rural sostenible - Ecolodge con un mínimo impacto ambiental.	F1. Generación de estrategias de sensibilización y empoderamiento de alojamientos tipo Ecolodges.
O2. Diversidad de ecosistemas y paisajes.	F2. Posibilidad de un precio menor al promedio nacional por ser zona de frontera.
O3. Autenticidad - Cultura tradicional conservada	F3. Tendencia de turistas que buscan explorar ecosistemas andinos y se preparan para ello.
O4. Fomento el desarrollo y formación del capital humano principalmente en atención al cliente y bilingüismo.	F4. Experiencias que incluyen ascenso y recorridos a diferentes volcanes en pocos días
O5. Surgimiento d un mercado con una generación de turistas responsables y consientes de la conservación del planeta	F5. Servicio exclusivo, personalizado y de excelente calidad
O6. Adaptación del servicio de alojamiento a las necesidades de reactivación - Turismo en espacios abiertos	F6. Estudio de preinversión viable como herramienta de gestión de recursos

Nota. La tabla muestra los resultados del análisis DOFA de la idea de negocio. Tomado de fuente propia.

Finalmente se convierte en una fortaleza que el proyecto se socialice a través de un sitio web, redes sociales y otros medios de comunicación específicos para este tipo de servicio y se complemente con una certificación ambiental, lo cual se daría un valor agregado y se podría comercializar a un mayor precio de venta.

### **Identificación de la Idea de Negocio con la Herramienta CANVAS**

En la construcción del modelo CANVAS del proyecto se describe el segmento del mercado, la propuesta de valor, los canales de ventas, las relaciones con los clientes, las fuentes de ingreso, los recursos clave, las actividades clave, los socios clave y la estructura de costos del proyecto, de tal manera que se pueda concretar una idea de negocio de manera clara y sencilla.

En este sentido, la idea de negocio del proyecto, se enfoca en el segmento de clientes identificado por Amadeus (2020), tal como se observa en la figura 11 punto 1 denominada, Segmento de Clientes, tribus de viajeros del futuro llamados viajeros éticos y puristas culturales residentes o turistas que visitan el sur de Colombia y norte de Ecuador; segmento al cual se ofertará un servicio diferenciado tal como se identifica en el la figura 11, punto 2 denominado Propuesta de Valor que consiste en un servicio de alojamiento rural en Ecolodge Tradicional que cuenta con diseño, construcción y operación bajo los principios de sostenibilidad, con un mínimo impacto ambiental y complementado con experiencias como senderismo, avistamiento de flora y fauna, noche de cuentos, mitos y leyendas e intercambio cultural y recorrido por Huerta Orgánica, cosecha de ingredientes y preparación de comida saludable – vegetariana, en armonía con la autenticidad y cultura campesina del sur de Colombia.

Los canales de comunicación del proyecto de alojamiento con sus clientes tal como se puede ver en el punto 3 denominado Canales de la figura 11, se realizará por diferentes canales; de manera directa a través un sitio web amigable, así como también a través de redes sociales que más se emplean en el sector del turismo tales como: Whats App business, facebook e Instagram; además un canal indirecto a través de agencias de viajes y operadores turísticos especializados como Trip Advisor y una agencia de turismo local especializada en turismo de naturaleza. Sin embargo, la prioridad del proyecto se enfocará en los canales directos en busca de establecer una relación directa con los clientes y brindarles una atención personalizada para satisfacer sus necesidades de manera eficiente y establecer un mecanismo de promoción conocido en el sector como el “voz a voz” entre los viajeros éticos y puristas culturales.

La relación con los clientes relacionada en el punto 4 de la figura 11, se establecerá concretamente con base en un atención personalizada con base en la sinceridad, flexibilidad y responsabilidad, para lo cual se dispondrá de herramientas tecnológicas como el sitio web moderno y robusto, redes sociales especializadas y campañas de publicidad en alianza con entidades públicas del sector, con el propósito de establecer unas relaciones solidas con los clientes que finalmente se traduzcan en su fidelización con los servicios que ofrecerá el proyecto.

La fuente de ingresos del proyecto de puede identificar en el punto 5 de la figura 11, la cual basa en la prestación de tres servicios: el primero de ellos es la venta directa e indirecta de alojamiento en el Ecolodge con alimentación incluida, el segundo es el servicio de restaurante de comida saludable – vegetariana y el tercero es la venta directa e indirecta de experiencias auténticas en turismo de naturaleza. En este sentido y con el fin de garantizar los ingresos, el

proyecto contará con unos recursos clave que se puede apreciar en el punto 6 de la figura 11 ya mencionada anteriormente tales como: la infraestructura del Ecolodge tradicional con todos los espacios y procesos misionales, estratégicos y de apoyo con que debe contar este tipo de proyectos en el marco de la normatividad actualizada recientemente y la Guía de buenas prácticas de turismo sostenible para alojamientos del año 2021. Así como también, la conformación de un equipo humano idóneo y capacitado en atención al cliente, la gestión necesaria ante las autoridades competentes para el acceso a los recursos y atractivos turísticos de la región; y finalmente una estrategia robusta de marketing digital que dé a conocer el proyecto al segmento priorizado y concrete las ventas necesarias para contribuir a la rentabilidad del mismo.








Las Actividades Claves del proyecto que se puede detallar en el séptimo punto de la figura 11, corresponden el servicio de alojamiento rural en Ecolodge tradicional, alimentación saludable – Vegetariana en armonía con la naturaleza y respeto a la vida y finalmente la oferta de experiencias auténticas tales como: Trekking - Senderismo por atractivos turísticos naturales (Reservas, paramos, lagunas, aguas termales, cascadas, etc), avistamiento de fauna y flora, noche de cuentos, mitos y leyendas e intercambio cultural y recorrido por Huerta Orgánica, cosecha de ingredientes y preparación de comida saludable – vegetariana.

Como estrategia para el éxito del proyecto, se identifica en el numeral 8 de la figura 11 los Socios clave con la necesidad de establecer alianzas estratégicas con actores y socios del sector, como comunidad local donde se ubicara el Ecolodge de acuerdo al estudio técnico, proveedores locales de alimentos orgánicos, proveedores de alimentos vegetarianos, operadores turísticos especializados, agencias de viaje, secretarías de turismo tanto municipal como

departamental, la cámara de comercio de Pasto donde se formalizará la empresa, la Corporación Autónoma Regional de Nariño – Corponariño para la gestión ambiental requerida por norma, el Fondo Nacional de Turismo – FONTUR , Asociación de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO y la Asociación Hotelera y turística de Colombia – COTELCO.

### Figura 11

*Lienzo CANVAS de la idea de negocio.*

<p><b>8. Socios clave</b> </p> <p>Alianzas estratégicas: Comunidad local - Proveedores locales Proveedores de alimentos vegetarios Operadores turísticos especializados Agencias de viaje Secretarías de turismo Cámara de comercio Corponariño SecretaríaS de ambiente Aviatur FORNTUR Cotelco Nariño Anato</p>	<p><b>7. Actividades clave</b> </p> <p>Servicio de alojamiento rural en Ecolodge tradicional Experiencias únicas como: - Senderismo y avistamiento de flora y fauna - Noche de cuentos, mitos y leyendas e intercambio cultural. -Recorrido por Huerta Orgánica</p>	<p><b>2. Propuesta de valor</b> </p> <p>Servicio de alojamiento rural en Ecolodge Tradicional, complementado con experiencias como senderismo, avistamiento de flora y fauna, Noche de cuentos, mitos y leyendas e intercambio cultural y recorrido por Huerta Orgánica, cosecha de ingredientes y preparación de comida saludable - vegetariana.</p>	<p><b>4. Relacion con los clientes</b> </p> <p>Atención personalizada  Sitio web moderno y amigable (español e inglés) Redes sociales: Facebook e Instragram Campañas de publicidad conjuntas entidades publicas</p>	<p><b>1. Segmento del mercado</b> </p> <p>Viajeros éticos y puristas culturales residentes o turistas que visitan el sur de Colombia y norte de Ecuador.</p>
<p><b>9. Estructura de Costos</b> </p> <p>Costos fijos Adquisición del terreno apropiado Diseño y montaje del ecolodge Publicidad y marketing Costos variables Costos de operación</p>		<p><b>5. Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Venta directa e indirecta de servicio de alojamiento en el ecolodge. Servicio de restaurante de comida saludable - vegetariana Venta directa e indirecta de experiencias</p>		

Nota. La figura muestra el resultado CAVAS para el proyecto. Tomado de Osterwalder, 2010.

Finalmente, en el punto de 9 de la figura 11 denominado Estructura de Costos del proyecto, se plantea unos costos fijos relacionados con la adquisición del terreno idóneo para el

proyecto, que cuente con los servicios básicos y sin restricciones del uso de suelo específico requerido para el proyecto, el diseño y construcción del proyecto, una estrategia robusta de publicidad y marketing digital y los costos variables, relacionados directamente con la operación del proyecto. El resumen del análisis del proyecto en lienzo CANVAS se detalla en la Figura 11.

### **Reconocimiento del Perfil de la Idea de Negocio en el Sector Turístico**

El turismo es el sector que crece con mayor rapidez en el mundo, según la OMT, 2019, en los últimos 10 años ha venido en un constante crecimiento y diversificación, el consejo Mundial de Viajes y Turismo (World Travel and Tourism Council - WTTC), encontró que en el año 2019 supero a todos los sectores de economía, con el 3,5%, el aporte al producto interno bruto (PIB) fue de USD \$8,9 trillones y generó 330 millones de empleos, representa el 10,3% del PIB mundial, generó 1 de cada 10 empleos y aportó el 6,8% del comercio internacional y el 4,3% de la inversión de capital. Desde luego que el año 2020 es la excepción por efectos de la pandemia generada por el COVID 2019; sin embargo, fue el impulso que necesitaba el sector para su diversificación y proceso de transformación hacia un turismo responsable y más consciente. (OMT, 2019)

En este mismo sentido y en el marco de la diversificación del sector, el turismo responsable con el planeta, la cultura y las comunidades locales, donde se generen un intercambio de experiencias entre visitantes y residentes bajo un el principio de justicia y equidad se plantea como un eslabón muy de mucha importancia. De igual manera, es importante resaltar que el turismo comienza reactivarse rápidamente con algunas variaciones, incorporado protocolos de bioseguridad y principalmente con una tendencia de un creciente proceso de

transformación hacia un turismo más sostenible y responsable enfocado en la naturaleza, en espacios abiertos donde se pueda mantener un distanciamiento social y se aproveche el capital natural de los recursos y atractivos turísticos, lo cual es muy beneficioso para el proyecto. Históricamente el turismo es un sector resiliente y se ha recuperado y crecido de manera constante como ya ocurrió con el virus del SARS en el año 2003.

En Colombia el crecimiento del turismo sostenible se empieza a fortalecer al igual que la tendencia mundial, en este mismo sentido la política de Turismo Sostenible de Colombia 2020 se enfoca en mejorar la eficiencia en las actividades turísticas, la cual tiene un impacto directo sobre el capital natural, la calidad de vida de las comunidades anfitrionas; a través de generación de conocimiento e información confiable para la toma de decisiones, así como también la incorporación de criterios ambientales en los instrumentos de planificación y gestión de recursos y atractivos turísticos y mejorando la articulación entre la institucionalidad competente. En este sentido, en diciembre del año 2020 el gobierno nacional sancionó la nueva ley de turismo 2068, la cual se enfoca en el fortalecimiento de la sostenibilidad, la formalización y competitividad del sector turístico y promover su reactivación.

En cuanto al comportamiento de turismo sostenible en el municipio de Pasto y Nariño, es de resaltar que, con la formulación e inicio de la implementación del Plan Estratégico de Turismo de Naturaleza, se proyecta un mayor crecimiento del sector. En este sentido, es de resaltar que a través del análisis DOFA del perfil de proyecto se identifican como oportunidades la existencia una gran diversidad de ecosistemas y paisajes agrupados en un área pequeña, que el servicio de alojamiento en Ecolodge es diferente y sostenible que en su ADN tiene incorporado buenas prácticas de alojamientos con un mínimo impacto ambiental desde su diseño,



construcción y operación, incorporando para ello equipos y tecnologías amigable con el medio y que se armonizaría con la autenticidad de las comunidades rurales como una potencial experiencia a partir de los recursos ecoturísticos en armonía con la cultura local. De igual manera es de resaltar fortalezas como la baja competencia en la región, que se proyecta como un servicio con altos estándares de calidad y servicio, lo cual se fortalece aún más con las políticas recientes como la actualización de la ley de turismo, la formulación del Plan Estratégico de Turismo de Naturaleza de Nariño, entre otros.

Es importante resaltar también la identificación de debilidades y amenazas que a través de una gestión eficiente desde la gerencia del proyecto se pueden convertir en oportunidades y fortalezas, entre las debilidades el proyecto se encuentran: ausencia de experiencias auténticas y servicios ecoturísticos de calidad, recurso humano calificado y bilingüe para atención de viajeros extranjeros y falta de identificación y cuantificación del mercado de turistas sostenibles identificados como las tribus de los viajeros éticos y puristas culturales; por otro lado las amenazas identificadas corresponden financiamiento del proyecto desde el punto de vista del alto capital requerido para el mismo, el precio de este tipo de alojamiento superior al promedio de la competencia local indirecta, condiciones climáticas muy variables, riesgo por amenazas volcánicas, entre otras.

Como resultado de análisis de la idea de negocio a través CANVAS, se cuenta con una propuesta de valor clara enfocada en un segmento de mercado que está en constante crecimiento, unos canales de comunicación con los potenciales clientes actualizados y modernos con los cuales se pueden establecer unas relaciones sólidas, unas fuentes de ingreso claramente definidas que justo con las actividades claves del proyecto garanticen el flujo de recursos y por

ende la rentabilidad del proyecto, de igual manera los recursos calve claros y la identificación de los socios o involucrados calve con quienes se deben establecer alianzas estratégicas para la garantizar la operación rentable del proyecto con base en su estructura de costos.

Con respecto a las tendencias del sector, es necesario resaltar la existencia de un consenso general de que el planeta se encuentra en un punto de inflexión en términos ecológicos y por tanto el crecimiento económico y social están condicionados a que el capital natural de planeta sea el principal elemento a tener en cuenta para la toma de decisiones de los líderes de los diferentes sectores productivos. Por otra parte, los efectos de la pandemia para el sector que han acelerado su transformación por un lado hacia los espacios abiertos, sin aglomeraciones y por otro lado el uso de herramientas digitales.

Con referencia las barreras de ingreso al sector se encentra la diferenciación del producto o servicio, partiendo de que la competencia de servicios sustitutos del Ecolodges tales como hoteles rurales reconocidos como el Hotel Sidamanoy, Chalet Guamuez y el hotel el Faro ubicados en el corregimiento del Encano ya cuenta con una marca y una trayectoria en el mercado, por otra parte, el requerimiento de un alto capital de inversión para construcción y puesta en marcha del proyecto.

### **Análisis Del Perfil Del Ecolodge**

El turismo es un sector que ha venido en un constante crecimiento y diversificación en los últimos 10 años, con excepción del año 2020 por efectos de la pandemia por el COVID 2019, hasta convertirse en el sector que crece con mayor rapidez en el mundo, según Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019. En este mismo sentido y en el marco de la diversificación del sector, el turismo responsable con el planeta, la cultura y las comunidades locales, donde se

genere un intercambio de experiencias entre visitantes y residentes bajo un el principio de justicia y equidad se plantea como un eslabón muy de mucha importancia. (MINICT, 2019)

En Colombia, el turismo sostenible se encuentra en crecimiento la política de Turismo Sostenible de Colombia 2020 tiene como objetivo mejorar la eficiencia en las actividades turísticas, la cual tiene un impacto directo sobre el capital natural y las calidad de vida de las comunidades anfitrionas; con la cual se busca recolectar y consolidar información confiable para la toma de decisiones, fortalecer la incorporación de criterios ambientales en los instrumento de planificación y gestión de recursos y atractivos turísticos y mejorar la articulación entre la institucionalidad competente. Adicionalmente, en diciembre del año 2020 el gobierno nacional sancionó la nueva ley de turismo 2068, la cual se enfoca en el fortalecimiento de la sostenibilidad, la formalización y competitividad del sector turístico y promover su reactivación. (Congreso de Colombia, 2020)

En cuanto al comportamiento de turismo sostenible en el municipio de Pasto y Nariño, se mantiene la tendencia de crecimiento del país; además, con la formulación e inicio de la implementación del Plan Estratégico de Turismo de Naturaleza, se proyecta un mayor crecimiento del sector. En este sentido, es de resaltar como factores positivos del sector el surgimiento de una generación de turistas viajeros consientes, la sanción de políticas públicas y formulación de instrumentos de planificación del sector con enfoque sostenible, el fortalecimiento de turismo local en la post-pandemia, en espacios abiertos, en ambientes naturales, la baja competencia local, diversidad de recursos turísticos en Pasto y Nariño y bajo costo por ser territorio de frontera. Con respecto a los factores negativos, se resalta la falta de experiencias consolidadas para el turista y experiencias resistentes a la interperie. (PETNN,2019)

En cuanto a las tendencias del sector turístico, sobresale la existencia de un consenso general de que el planeta se encuentra en un punto de inflexión en términos ecológicos y por tanto el crecimiento económico y social están condicionados a que el capital natural de planeta sea el principal elemento a tener en cuenta para la toma de decisiones de los líderes de los diferentes sectores productivos. Por otra parte, los efectos de la pandemia para el sector, han acelerado su transformación por un lado hacia los espacios abiertos, sin aglomeraciones y por otro lado el uso de herramientas digitales.

Con referencia las barreras de ingreso al sector se encuentra la diferenciación del producto o servicio, partiendo de que la competencia de servicios sustitutos del Ecolodge tales como hoteles rurales reconocidos como el Hotel Sidamanoy, Chalet Guamuez y el hotel el Faro ubicados en el corregimiento del Encano ya cuentan con una marca y una trayectoria en el mercado, por otra parte, el requerimiento de un alto capital de inversión para construcción y puesta en marcha del proyecto.

## **Capítulo 2- Análisis de Resultado: Tratamiento del Perfil de Ecolodge**

El presente capítulo describe el desarrollo de los estudios de tratamiento del perfil, de acuerdo a los resultados anteriores de los cuales se resalta que el perfil tiene potencial en cuanto el sector tiene un crecimiento constante a nivel global y local, existen políticas, leyes e instrumentos de planificación recientemente formulados enfocados en impulsar en el turismo sostenible, lo cual es atractivo por cuanto existe una variedad de atractivos y recursos ecoturísticos en un área relativamente pequeña y los costos son menores que en otras zonas del país por ser zona de frontera y además la competencia en municipio de Pasto es mínima y solo se puede cuantificar con servicios sustitutos como hoteles rurales, es decir no existe Ecolodges a un. En este sentido, en este segundo capítulo se abordarán los siguientes estudios: el estudio de mercado, que permite identificar la demanda, oferta y precio de servicio de alojamiento, Posteriormente el estudio técnico, que define la posibilidad de desarrollar un servicio en la cantidad, calidad y costos deseadas, es decir lo planteo en el estudio de mercado; posteriormente el estudio organizacional que determina la organización del proyecto con procedimientos administrativos, funciones y cargos; así como también el estudio ambiental que permite identificar los impactos que genera proyecto en los ecosistemas; posteriormente el estudio legal, que determina los condicionantes legales para la implementación del proyecto y finalmente la de estructura financiera que a través de diferentes componentes como inversiones en activos fijos, capital de trabajo, ingresos, gastos, entre otros. permite alimentar los indicadores de evaluación de factibilidad del proyecto.

### *Tendencias que Afectan el Turismo Sostenible con Énfasis en el Alojamiento*

A continuación, se analizan las tendencias del turismo sostenible a nivel global y la manera como estas afectan la dinámica del turismo regional y local principalmente en la formulación y adopción de políticas en este sentido.

Actualmente en el mundo existe un consenso general de que el planeta se encuentra en un punto de inflexión en términos ecológicos y por tanto el crecimiento económico y social están condicionados a que el capital natural de planeta sea el principal elemento a tener en cuenta para la toma de decisiones de los generantes y líderes de los diferentes sectores productivos. En sentido, el Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Zurab Pololikashvili, plantea que la sostenibilidad no como un nicho del turismo, sino como una norma transversal a segmentos del este sector; es decir como elemento central de las directrices a nivel global para reiniciar el turismo como herramienta de transformación y así contribuir en la superación de la pandemia, convirtiéndose ésta en un punto de inflexión para la sostenibilidad. (MCIT, 2020).

En esta misma línea, como alternativa para la reactivación del sector en medio de la pandemia generada COVID-19, el fortalecimiento del turismo local y en espacios abiertos debido a las restricciones de viajeros para ir a lugares lejanos o internacionales, es una tendencia que toma fuerza en suroccidente colombiano, como ejemplo de ello es el proyecto: “Destino Mágicos” lidera por la secretaria de Turismo del Valle del Cauca, con el cual se pretende atraer a municipios priorizados turista de la región para lo cual se enfocan en fortalecer oferta de alojamiento, gastronomía, servicio y manejo de marketing digital junto con obras de infraestructura. (Secretaria de Turismo del Valle del Cuaca, 2021).

El proyecto busca encontrar alternativas a la escasa oferta de alojamientos rurales tipo Ecolodges en el municipio de Pasto, los cuales sean construidos con materiales de la región y que propicien el uso eficiente de los recursos disponibles tales como la energía solar, viento, agua, suelo, flora y la fauna, abastecidos con energías de fuentes no convencionales de energía renovable incluyendo el transporte en vehículos eléctricos, buscando minimizar la huella de carbono de los turistas, así como también, en el marco del turismo sostenible busca que el servicio de alojamiento se preste en construcciones que recuperen y conserven la tradición propia del territorio, es decir que sean acordes con la costumbres y creencias de las comunidades que ancestrales de la región.

Según la política de turismo sostenible 2020, a nivel global se ha evidenciado como los turistas y viajeros muestran una tendencia de mayor conciencia ambiental sobre los impactos de las actividades que realizan en sus viajes y solidaridad en torno a las comunidades locales, lo cual se demuestra en el crecimiento en el número de viajeros que reconoce que sus decisiones buscan a aportar a la transformación del sector y su disposición a consumir por productos y servicios turísticos y opciones de viaje más sostenibles, inclusive si estos implican un mayor precio.

Es así, como el servicio de alojamiento rural en ecolodges tradicionales, se ha convertido en una necesidad a nivel nacional, con una demanda creciente de este tipo de alojamiento con una proyección de satisfacer el 40% del total de mercado de turismo de naturaleza a nivel nacional para el año 2027 según el Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022, MinCIT, (2018) y además es una tendencia del mercado, según el Manual para la Creación de un Ecolodge (2013): “El 60% del mercado estadounidense muestra una preferencia a hospedarse

en ecolodges y cabañas, así como el 53% del mercado ecoturista australiano y aproximadamente el 20 – 30% del mercado europeo”.

En este mismo sentido, en un estudio de Energías Renovables América, (2015) se concluye que el 87% de los turistas prefieren para sus viajes alojamientos con energías renovables, de los cuales el 77% está dispuesto a pagar un costo mayor por esta calidad de energía”. De igual manera un estudio de la revista Conde Nast Traveler de gran influencia a nivel global establece que el 96% de sus lectores piensa que los hoteles y centros turísticos deben ser responsables de proteger el medio ambiente en donde se ubican, y el 74% opina que las políticas ambientales de los hoteles influyen la decisión de hospedarse en ellos. (Ostela School of Tourism y hospitality, 2018). Así mismo, la Organización Mundial del Turismo, para alcanzar el turismo sostenible es necesario que se favorezca el acceso a una energía asequible, limpia y moderna, desarrollando medidas de eficiencia energética y promover el uso de energías renovables en sus operaciones, en detrimento de los combustibles fósiles (Organización Mundial del Turismo y Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, 2016).

Finalmente es importante resaltar que de acuerdo al Plan Estratégico para el Turismo de Naturaleza para Nariño - PETNN, un servicio de alojamiento rural sostenible, de calidad, en armonía con la cultura de las comunidades e integrado con la naturaleza, es una necesidad urgente para el mejoramiento de las capacidades locales en prestación de servicios de alta calidad, junto con la elaboración de planes de negocio y mercadeo, así como también guianza interpretativa, bilingüismo y servicio al cliente. (PETN, 2019).



## **Estudio de Mercado**

El análisis del mercado se inicia con el descripción e investigación de servicio de hospedaje rural integrado en la naturaleza conocido como Ecolodge en el marco del turismo sostenible, con base en los resultados del análisis del perfil donde encuentra un potencial para este servicio en el municipio de Pasto entre otros por su constante crecimiento, la creación de política pública en instrumentos de planificación del sector tanto a nivel nacional como local, la diversidad de atractivos y recursos para el turismo sostenible en un área relativamente pequeña, con diversidad del climas y paisajes y su costo bajo por ser zona de frontera con el ecuador. Posteriormente, se busca determinar la existencia real y disposición de los clientes a necesitar y cancelar el precio del producto Ecolodge, asimismo se determina la forma que el cliente desea pagar, la demanda futura, la identificación de ventajas y desventajas competitivas, análisis de la competencia, tamaño y segmentación del mercado de la idea de negocio.

### ***Análisis del Producto: Servicio de Alojamiento en Ecolodge***

El producto consiste en un servicio de alojamiento en Ecolodge, el cual se caracteriza por ser un alojamiento rural pequeño con disponibilidad de habitaciones privadas y compartidas con servicio de alimentación saludable, ubicado en áreas naturales, que tiene el propósito de generar mínimo impacto ambiental, ser sostenible tanto en su construcción como en su operación, integración con la naturaleza y la comunidad local; es un alojamiento enfocado en la tranquilidad, comodidad, y confort de sus huéspedes en un ambiente que propicia la interpretación y disfrute de la naturaleza.

El servicio Ecolodge se proyecta como un lugar mágico, donde la naturaleza, el bienestar y la autenticidad se armonizan, con el propósito de brindar a los huéspedes una experiencia

única, por medio de experiencias de vida, complementadas con una vista espectacular de paisajes naturales de las maravillas de la ciudad de Pasto, capital de Nariño. Ubicado en el Santuario de Flora y Fauna Galeras, un lugar para recorrer alrededor del majestuoso volcán Galeras, característico por un ecosistema de bosque de niebla, con una estrella hidrográfica que da origen a 49 quebradas, 2 ríos y las lagunas Negra, Verde, Telpis y Mejía, más de 600 especies de flora y más de 270 especies de fauna, algunas de ellas en peligro de extinción. (Pan de manejo ambiental área natural del Santuario de Flora y Fauna Galeras, 2010)

Adicionalmente se complementará con experiencias como: senderismo por reservas naturales, paramos, lagunas, cascadas, aguas termales entre otros, cencas del alojamiento en el Santuario de Flora y Fauna Galeras; avistamiento de flora y fauna con más de 270 especies de fauna y más 600 especies de flora en el SFF Galeras,, zona de camping, gastronomía saludable con alimentos orgánicos, cosecha y preparación de alimentos en un ambiente de respeto por los animales, las plantas y el alma del lugar y finalmente una experiencia de intercambio cultural en una espectacular noche de cuentos, mitos y leyendas alrededor de una acogedora fogata; de tal manera que el turista o viajero viva una experiencia única e integral de disfrute de la naturaleza generando el menor impacto negativo en el marco de los principios del ecoturismo según la Sociedad Internacional de Ecoturismo-TIES publicados en el año 2015. (TIES, 2015)

### **Productos del servicio de alojamiento en Ecolodge**

- ✓ Servicio de hospedaje. Consiste en un servicio de hospedaje de dos tipos, el primero en Ecolodge y el segundo al aire libre. Los cuales se describe a continuación.
- ✓ Servicio de alojamiento en Ecolodge: Consiste en el servicio de alojamiento en Ecolodge tradicional en habitaciones privadas con acomodación doble expandible a cuatro personas,

con baño privado, servicios de internet, agua caliente y televisión, habitaciones con amplia vista a paisajes naturales de la zona, que permite disfrutar de un merecido descanso alejado del ruido de la ciudad.

- ✓ Servicio de alojamiento al aire libre. Consiste en un servicio de alojamiento tipo camping, en carpas de un máximo de 4 personas, en un área segura aledaña a las cabañas, con servicio de baños y duchas de agua caliente y acceso a los demás servicios del Ecolodge, experiencia en la cual los huéspedes arman la carpa se alquilará por 20 horas diarias con el acompañamiento y orientación del personal del Ecolodge.
- ✓ Servicio de restaurante. Consiste en un servicio de restaurante vegetariano, saludable y con ingredientes frescos y orgánicos con variedad de platos a la carta, preparados con amor por un chef especializado, en el marco de armonizar la experiencia de conexión con la naturaleza y la vida del lugar.
- ✓ Servicio de experiencias. Consiste en ofrecer a los visitantes la posibilidad de vivir tres experiencias auténticas para el disfrute de la naturaleza de nuestra región, nuestra cultura y una gastronomía saludable en armonía con el respeto por la vida, Las cuales se detallan a continuación:

**a).** Trekking ó Senderismo. Consiste en recorridos guiados por atractivos y recursos turísticos naturales de nuestra región tales como: reservas naturales, paramos, lagunas, aguas termales, cascadas, etc. en el en el cual se puede práctica el avistamiento de fauna y flora nativa con el acompañamiento técnico del nuestro personal capacitado. En esta experiencia se puede optar por llevar la alimentación desde nuestro restaurante en lo que tradicionalmente se conoce

como fiambre o adquirirlo en el trayecto con aliados estratégicos. A continuación, en la figura 12 se presentan dos imágenes de referencia de la experiencia:

### Figura 12

*Imágenes referentes de senderismo y avistamiento de aves.*



Nota. La imagen de la izquierda muestra un referente de senderismo y la de la derecha un referente del avistamiento de aves. Tomado de [www.freepik.es](http://www.freepik.es), como imágenes de referencia.

b). Noche de cuentos, mitos y leyendas e intercambio cultural. La experiencia consiste en compartir una noche de mitos, cuentos tradicionales y música de la región, junto a una fogata y comida saludable en nuestra maloca. A continuación, en la figura 13 se presentan dos imágenes de referencia de la experiencia:

### Figura 13

*Imágenes de referencia experiencia intercambio cultural*



Nota. La imagen muestra un referente fogatas y el compartir como esencia de la experiencia.

Tomado de Ukuku Rural Lodge, como imágenes de referencia.

c). Gastronomía saludable. Consiste en ofrecer a los visitantes un recorrido por nuestra huerta orgánica, cosecha de ingredientes y preparación de comida saludable – vegetariana con la guía y orientación de nuestro personal capacitado. A continuación, se presentan dos imágenes de referencia de la experiencia:

### **Figura 14**

*Imágenes de referencia comida saludable*



Nota. La imagen es una muestra de platos vegetarianos que se pretenden ofrecer en el Ecolodge. tomado de [www.hola.com](http://www.hola.com), como imágenes de referencia.

### ***Análisis de la Demanda***

El estudio de la demanda investiga como comprender las características que tienen los consumidores potenciales sobre el servicio de alojamiento en Ecolodge, es decir, conocer las motivaciones que llevan a los clientes adquirir un producto en particular, y también encontrar las técnicas y métodos que estimulen su demanda y empleo, a continuación, se desarrolla el estudio de demanda, respectivamente con información secundaria y primaria:

### **Análisis con información secundaria.**

El análisis con información secundaria, por medio de datos, registros, entrevistas de los potenciales clientes del servicio de alojamiento, inicia con la identificación de una tendencia de crecimiento constante de viajeros en los últimos años, la cual es coherente con la proyección a nivel nacional, es este sentido, en la tabla 4, se muestra la información estadística del sector turístico en Nariño, donde se puede evidenciar, el incremento en la llegada de viajeros tanto nacionales e internacionales entre los años 2016 y 2019, así como también la ocupación hotelera y el aumento de establecimientos de alojamiento y hospedaje formalizados; cifras que permiten proyectar una oportunidad en el servicio de alojamiento especializados, como es el caso de Ecolodge, donde pretende atender a los diferentes viajeros que llegan a la región, en busca de nuevas experiencias, descanso e intercambio cultural. (CITUR, 2020)

#### **Tabla 4.**

*Estadística del sector turismo en el Departamento de Nariño*

<b>INDICADOR</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Llegada de Pasajeros aéreos internacionales en vuelos regulares	2.958	3.215	4.268	4.635	937
Llegada de Pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares	209.503	206.930	230.608	243.431	84.336
Visitantes extranjeros no residentes	17.041	19.290	15.851	14.342	3.837
Visitantes parques nacionales naturales	39.225	28.013	22.411	19.285	7.475
Prestadores de servicios turísticos activos en RNT	484	560	618	730	672
Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	368	443	486	552	501
Ocupación hotelera (%)	57,38	43,51	44,88	0	0
Total Habitaciones Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	0	0	9.107	10.013	9.418
Total Camas Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	0	0	13.334	14.339	13.445

Nota. La tabla muestra la información estadística del sector turístico del departamento de Nariño.

Tomado de Centro de información turística de Colombia - CITUR

Sin embargo, no se puede desconocer la situación crítica a la que se enfrentan el sector turístico a nivel global y local debido a las consecuencias de la pandemia generada por el

COVID-19 desde inicio del año 2020, no obstante, es evidente que el sector turístico se enfrena a una transformación principalmente hacia un turismo sostenible, en espacios abiertos, un turismo que evite las aglomeraciones, un turismo más consciente de los impactos ambientales que genera, lo cual se evidenció en medio de las cuarentenas a aislamiento a nivel global.

Las tendencias en la reapertura del sector, la competitividad y productividad exigirán al sector una transformación hacia una operación más amigable con el planeta en términos de operación y construcción de alojamientos, así como también hacia un beneficio para las comunidades locales en armonía con su autenticidad; por tanto, el potencial con cuenta el municipio de Pasto y departamento de Nariño en general representa una oportunidad en para la propuesta de una empresa de alojamiento rural en Ecolodge tradicional.

### **Proyección econométrica de la demanda.**

#### **Tabla 5.**

*Descripción indicadores seleccionados y análisis de crecimiento por año.*

<b>Años</b>	<b>Xi</b> <b>Periodo</b>	<b>Yi</b> <b>Crecimiento total</b>
2016	1	19.999
2017	2	22.505
2018	3	20.119
2019	4	18.977

Nota. La tabla muestra el crecimiento acumulado de los últimos años para los indicadores:

llegada de pasajeros nacionales en vuelos regulares y visitantes extranjeros no residentes. Fuente información reportada por el Centro de información turística de Colombia - CITUR.

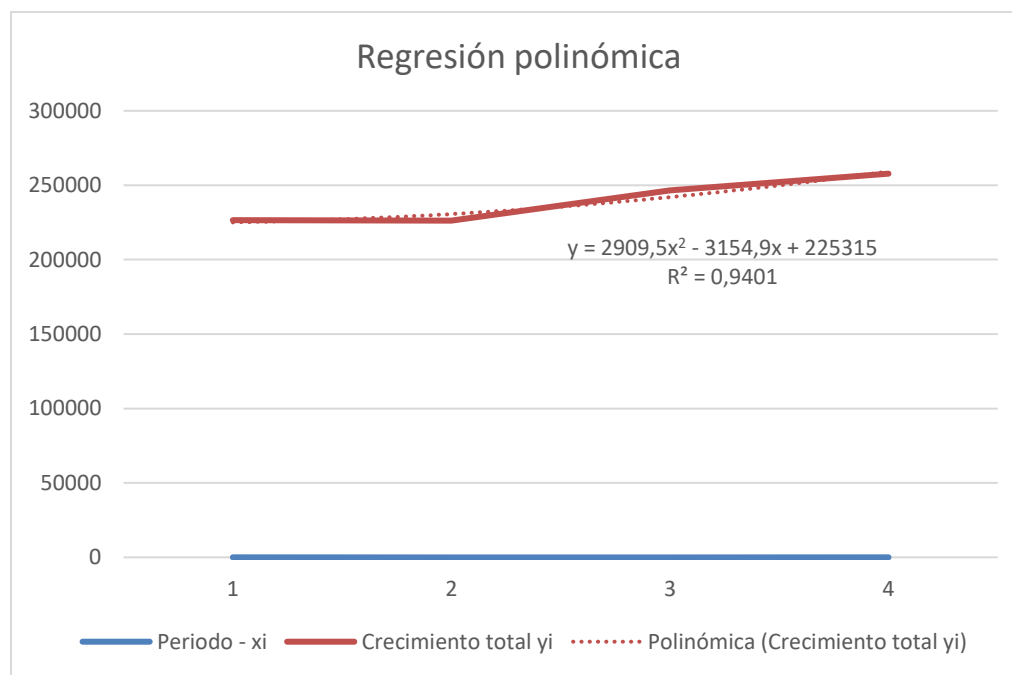
La proyección de la demanda se realizó, a través de un modelo de regresión polinómica, con base en los resultados de la tabla 4: Información estadística del sector turismo en el

Departamento de Nariño, después se arma la tabla 5, con la tabulación de los datos del sector turismo en el Departamento de Nariño; después se determina Análisis de la regresión polinómica del sector turismo, ver la figura 12, por consiguiente se genera la ecuación respectiva, con sus valores, donde se calculó el valor R2, el cual es de 0,94, dando una buena proyección, luego, se procede con el modelo a calcular la proyección de los años 2021 hasta el 2027, ver tabla 5.

Los cálculos se realizaron con los indicadores de información estadística del sector turismo del departamento de Nariño, específicamente la sumatoria de los datos de los indicadores Visitantes extranjeros no residentes y Llegada de pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares, por cuanto es un sector en el cual se encuentra el segmento en cual se enfoca el proyecto y cuentan con un poder adquisitivo que les permite acceder a este tipo de servicios.

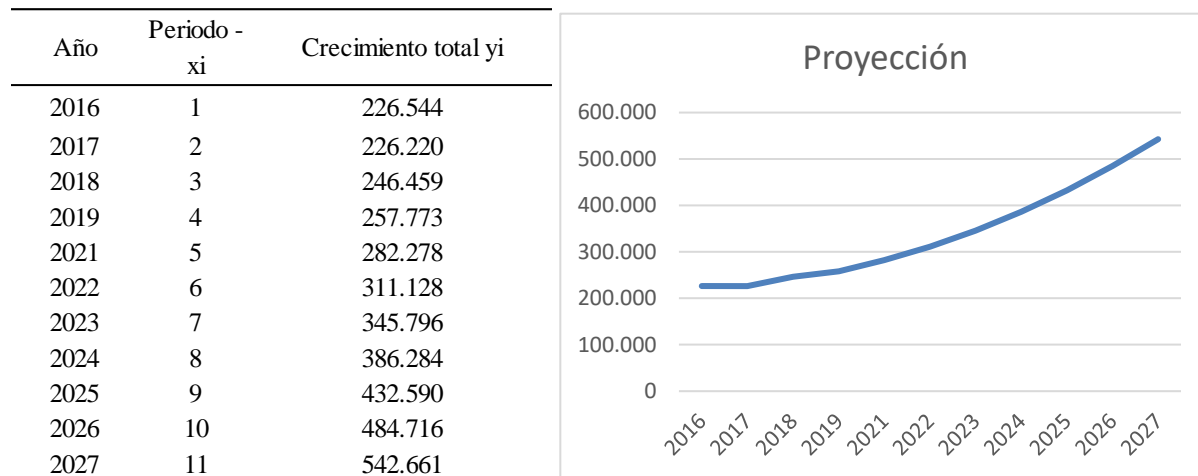
### Figura 15

*Análisis de la regresión polinómica del sector turismo en Nariño*



Nota. La figura muestra el resultado de análisis de la regresión polinómica del sector turismo en Nariño a partir de los dos indicadores seleccionados previamente. Tomado de fuente propia.



**Tabla 6.***Proyección del mercado potencial de proyecto a 2027*

Nota. La tabla y grafica muestran los resultados de la proyección del mercado potencial a 2027.

Tomado de elaboración propia.

Tal como se puede observar en la tabla y grafica anterior, el porcentaje de crecimiento de visitantes extranjeros no residentes y pasajeros que llegan a Nariño en vuelos regulares tiene un crecimiento promedio anual del 12% con una proyección de un total de crecimiento del 92% entre los años 2021 y 2027.

### **Segmentación del mercado**

Es el análisis donde se divide un mercado en fracciones más pequeños de compradores, los cuales poseen diferentes prioridades, características y conductas; que para hacer un análisis del servicio de alojamiento en Ecolodge, se requieren estrategias de marketing.

En el segmento del mercado de alojamiento en Ecolodge, se identifica diferentes características, tal como se observa en la tabla 7.

**Tabla 7.***Segmentación de mercado del servicio de alojamiento en Ecolodge.*

<b>Criterio de segmentación</b>	<b>Segmentos típicos del mercado</b>
<b>Geográficos</b>	
Nacional	Personas que viajan en el país con el fin de conocer disfrutar de la diversidad natural y cultural, especialmente en temporadas de vacaciones y festividades, con respecto a la encuesta de mercado, el 95% corresponde a residentes en Colombia, principalmente de residentes en los departamentos del sur- occidente de país como Valle del Cauca, Cauca y Nariño.
Internacional	Aunque se presenta un creciente número de personas de los diferentes continentes llega a Colombia con el fin de conocer y disfrutar de su cultura, gastronomía y biodiversidad, su autenticidad, lo cual crece constantemente gracias al impulso que se proyecta desde la institucionalidad, la respuesta de la encuesta únicamente representa el 5% y corresponde países cercanos como Ecuador y Chile.
<b>Demográficos</b>	
Edad	El rango de edad de las personas interesadas en el proyecto se encuentra entre 25 y 45 años con representación del 70% y un adicional del 17,5% entre 46 y 55 años, es decir 86,8%. El creciente conocimiento y evidencia científica de las consecuencias del deterioro del planeta ha promovido el surgimiento de una generación consiente de la problemática y que incorpora hábitos de vida en procura de aportarle al crecimiento sostenible
Escolaridad	El 91% de las respuestas de la encuesta de mercado e interés por el proyecto fue de personas con nivel de estudio profesional y de posgrado con el 34% y 57% respectivamente, de lo anterior se puede inferir que el nivel de escolaridad de las personas genera un mayor nivel de conciencia frente al consumo y toma de decisiones que afecten de manera negativa al planeta y las comunidades.
Ocupación	El amplio rango de profesiones y áreas de posgrado relacionadas el área ambiental se convierte en un factor importante que contribuye a que se genere un amplio nicho de mercado para los productos y servicios desarrollados en el marco del desarrollo sostenible.
<b>Psicográficos</b>	
Estilo de vida	Es forma de clasificar el mercado relativamente reciente que se enfoca en identificar el estilo de vida de las personas, su comportamiento, gustos, sus motivaciones, en el marco del cual existe un amplio crecimiento hacia los viajeros consientes que buscan minimizar los impactos tanto al ambiente como las a comunidades anfitrionas de la cuales disfrutaron de conocer su cultura y autenticidad. Que además se preocupan también por su salud en general, lo que se evidencia en la encuesta de mercado con la valoración alta de variables relacionadas con la sostenibilidad, la alimentación saludable y la recreación.
<b>Conductuales</b>	
Beneficios deseados	Se evidencia una tendencia entre las personas encuestadas un alto grado interés alojamientos sostenibles y en ambientes naturales, es de resaltar la importancia que tienen las variables ambientales para la los encuestados a la hora de tomar decisiones, la tendencia a usar medios digitales para la búsqueda y reserva, la

<b>Criterio de segmentación</b>	<b>Segmentos típicos del mercado</b>
	importancia y valoración que tienen las experiencias en la naturaleza y contacto con la comunidad local y la disposición a pagar un mayor precio por este servicio.

Nota. La tabla muestra las características del segmento de mercado para el servicio de alojamiento en Ecolodge. tomado de fuente propia.

El informe de Future Fundación “Tribus de viajeros del futuro 2030”, menciona que la segmentación de clientes ya no es de forma estática por edad, género, estrato, en cambio la segmentación del futuro se basa en condiciones psicográficas, comportamientos y motivaciones de compra, la cual ofrece un amplia gama de oportunidades para los prestadores de servicios turísticos que pretende adaptarse a la era tan cambiante de los datos, en este informe se idéntica seis tribus de viajeros que darán forma a los viajes globales en 2030: Buscadores de simplicidad; Cazadores de recompensas; Buscadores de capital social; Puristas culturales; Viajeros éticos; y Reuniones de Obligaciones. (Amadeus, 2021)

Los clientes potenciales en los que se enfoca el servicio de alojamiento en Ecolodge corresponden básicamente en dos de las cinco tribus identificadas en el informe de Future Fundación: los viajeros éticos y los puristas culturales. Los viajeros éticos o trotamundos comprometidos son aquellos que organizan sus viajes en el marco de criterios éticos, tales como reducción de la huella medioambiental, su contribución a mejorar la calidad de vida de otras personas; frecuentemente se evalúan el impacto del dinero que destinan para su viaje y puede improvisar incorporando elementos a sus viajes como por ejemplo voluntariado, el desarrollo social de las comunidades locales o elementos que contribuyan a la sostenibilidad ambiental. Por otro lado, la tribu conocida como Puristas culturales ven los viajes la oportunidad de sumergirse en una cultura diferente - aunque ello implique ciertas incomodidades- y el disfrute de su viaje

dependerá de la autenticidad de la experiencia. Tribus de viajeros del futuro 2030. (Amadeus, 2020, p.7).

### **Análisis con información primaria - Determinación de la población del servicio**

La identificación de la población objetivo del servicio de alojamiento en Ecolodge, selecciona como muestra la población de 282.278 personas que corresponde a la población base se muestra en la tabla 6, donde se explica la proyección del número de personas extranjeras no residentes y pasajeros aéreos en vuelos nacional regulares que llegan a Nariño por los aeropuertos Antonio Nariño y San Luis. (CITUR, 2020)

### **Cálculo de la muestra**

La deducción de la muestra de la población del servicio de alojamiento en Ecolodges está contenida en información estadística del sector turístico de Nariño con base en la cual se realizaron las proyecciones anteriores, con una población objetivo de 282.278 de clientes potenciales.

La muestra obtenida, se determinó por medio de un muestreo aleatorio con ecuaciones con poblaciones finitas, ver ecuación 1, donde se reemplazó los datos conocidos:

$$\frac{Z^2 NPQ}{NE^2 + Z^2 PQ}$$

Ecuación 1.

<p>n = Tamaño de la muestra  N= población objetivo  Z= Varianza o desviación estándar  E= Margen de error  P= % en que se produce el fenómeno  Q= % complementario</p>
--

Donde se desconoce el tamaño de la muestra, se tiene la población objetivo 282.278 personas; el valor de desviación estándar 1,96 con una confiabilidad del 95%, un margen del

error de 5%, un porcentaje de ocurrencia del servicio es del 50%; y el porcentaje que pase lo contrario es de 50%, a continuación, los cálculos:

n =  
 N= 282.278  
 Z= 1,96  
 E= 0.05  
 P= 0.5  
 Q= 0.5

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{NE^2 + Z^2 PQ}$$

$$n = 384$$

Las encuestas de mercado benefician la realización de un análisis del servicio de alojamiento en Ecolodge, determinando las preferencias, niveles de satisfacción y referencias sobre su percepción del cliente.

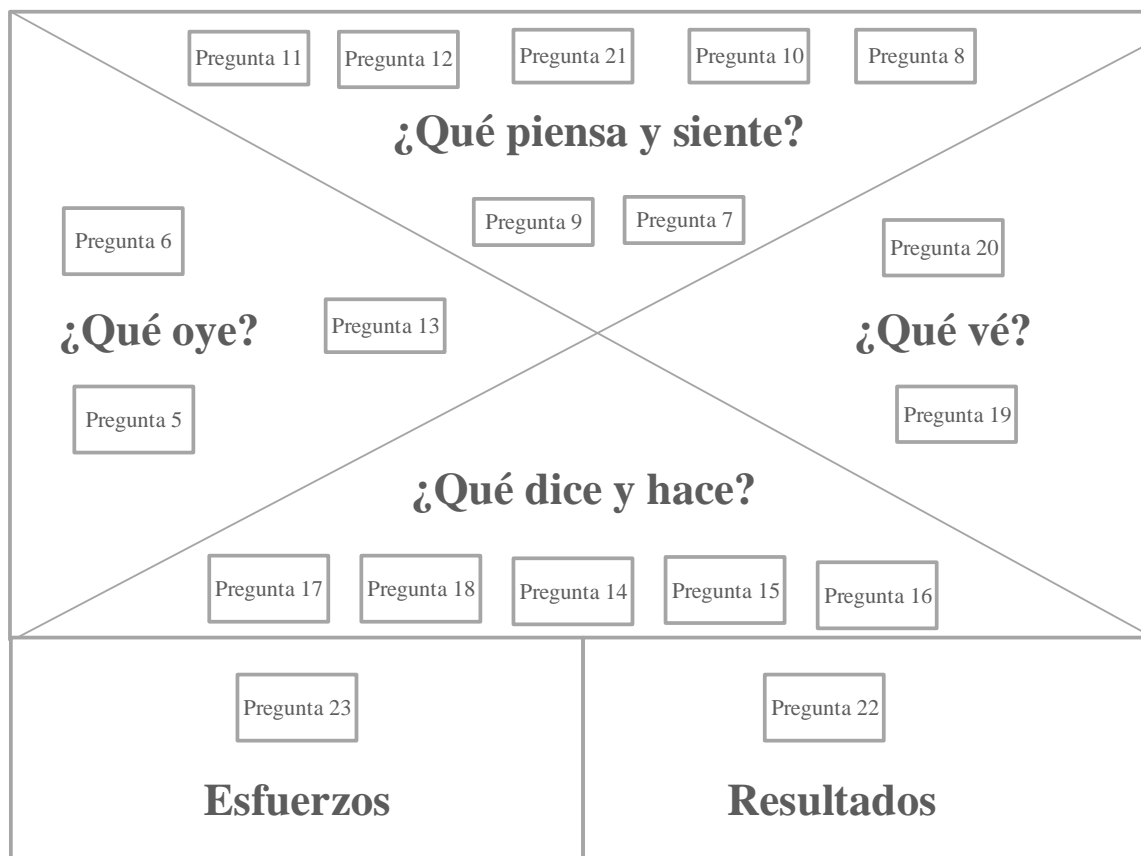
Las fuentes primarias son fundamentales para determinar el análisis del servicio de alojamiento en Ecolodge, a continuación, el diseño de la encuesta:

### **Diseño de encuesta por empatía**

La encuesta es una herramienta de análisis de mercados recomendada por Varela 2014, la cual se diseñó usando el mapa de empatía, la de acuerdo a las variables definidas para el análisis del mercado, la encuesta está conformada por 3 secciones: datos generales, gustos y preferencias y propuesta Anakú, con 23 preguntas de cuales 14 son del tipo cerrada con opciones de respuesta para seleccionar por el encuestado y 9 preguntas son abiertas, con el fin de identificar la necesidades de los encuestados de acuerdo a ¿Qué piensan y sienten?, ¿Que oyen?, ¿Que ven?, ¿Que dicen y que hacen?, sus esfuerzos y resultados. El resultado de la aplicación de esta herramienta para la encuesta del proyecto se detalla en la figura 16.

**Figura 16**

*Mapa de empatía del servicio de alojamiento en Ecolodges.*



Nota. La figura muestra los resultados de la aplicación del mapa de empatía para el diseño de las preguntas de la entrevista. Tomado de fuente propia.

### **Diseño de las preguntas**

El diseño detallado de las preguntas por cada sección y el objetivo de cada una de ellas se encuentra en el apéndice B; no obstante, a continuación, se presenta una síntesis del mismo.

En la sección 1 correspondiente a datos básicos, pretende levantar a través de su aplicación a las personas que se muestran interés por el proyecto a través del sitio web o la red social Facebook y tiene por objetivo establecer un medio de contacto directo con las personas

interesadas en los servicios que pretende ofrecer el proyecto, de igual manera indagan sobre el localidad específica, rangos de edad y el nivel de estudios, con el propósito de determinar estas variables entre la personas que se interesan por el proyecto y demandan este tipo de servicio de alojamiento, frente a la cual espera que entre mayor nivel formación cuente una persona, tiene mayor conciencia ambiental y toma mejores decisiones frente al aprovechamiento del tiempo libre, periodos descanso y bienestar.

La sección 2 se conforma de 8 preguntas enfocadas a identificar los gustos y preferencias, abordando temas como motivos de viaje, frecuencia de viaje, interés por productos y servicios de turismo de naturaleza, los tipos de hospedaje que prefieren los encuestados en sus viajes, la importancia que tiene para los encuestados diferentes variables socioambientales en los productos y servicios que utilizan en sus viajes; con el fin de identificar los motivos y frecuencia de viaje entre los interesados en el proyecto de alojamiento rural tipo Ecolodges, así como también identificar el grado de interés por los productos y subproductos del turismo de naturaleza, con base en la Política de Turismo de Naturaleza 2012 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – MCIT y finalmente identificar y valorar el interés tiene 6 tipos de hospedaje de los cuales 5 corresponden a hospedajes rurales.

Las dos últimas preguntas de la sección 2, pretenden indagar la importancia de las variables socio-ambientales en el marco de 2 elementos del estándar P5 del Green Project Management - GPM para los encuestados en la elección de su hospedaje e identificar aquellos encuestados que durante sus viajes se hayan hospedado en alojamientos rurales tales como Ecolodge/Lodge, Hotel Rural, Hostal/Albergue, Glamping y/o Camping.

En la sección 3 de plantearon 9 preguntas específicas de la propuesta de del proyecto Anakú, las cuales se realizan únicamente a aquellas personas que en el transcurso de sus viajes se hayan hospedado en algún tipo de alojamiento rural; en esta sección se abordan temas como medio en los cuales los encuestados buscan información de sus próximos alojamientos, frecuencia con que lo hacen, como realizan su reservas, características que más valoran a la hora de elegir el alojamiento, el tipo de experiencias y servicios que prefieren, la disposición a pagar y finalmente que paquete de alojamiento se adapta a sus necesidades.

### **Ficha técnica.**

La ficha técnica se expone las características principales, del proceso comunicacional de un instrumento de investigación sobre el servicio, en la tabla 8, se muestra la información técnica, con el propósito de comunicar la manera como fue realizada la encuesta.

### **Tabla 8.**

#### *Ficha técnica*

Universo:	
Marco Muestral:	282.278 personas
Tamaño de la muestra:	384 personas
Trabajo de campo:	Diseño de sitio web con prototipo del proyecto, creación de encuesta en Google formularios y publicidad en Facebook
Técnica:	Preguntas abiertas y cerradas con escala de Likert en formulario de Google
Instrumento de recogida de la información:	Sitio web, formulario de Google y pauta en redes sociales

Nota. La tabla muestra las características del instrumento de investigación aplicado. Tomado de fuente propia.



El periodo de aplicación de la información de la encuesta de mercado fue de 16 días comprendidos entre los el 18 de mayo del 2021 y el 2 de junio de 2021, periodo en el cual se realizó la difusión del sitio web del proyecto buscado captar el iteres de las personas que usan este tipo servicios tanto desde WhatsApp con bases de datos de perfiles de personas que tienen profesiones afines al área ambiental como los funcionarios y contratista de los últimos 6 años de la Corporación Autónoma Regional de Nariño – Corponariño, la secretaria de ambiente de departamento de Nariño y el Municipio de Pasto.

Con la gestión la estrategia descrita anteriormente en el periodo de 16 días se logró el diligenciamiento de 384 encuestas en el formulario de Google publicado en la página del proyecto, en 215 encuestas correspondiente al 61% se diligenciaron la totalidad las preguntas es decir fueron diligenciadas por personas que anteriormente usan alojamiento iguales o similares a la propuesta de Anakú y 39% restante corresponde a personas que se interesaron por el proyecto pero no tienen experiencia en este tipo de alojamientos. Continuación se presenta una gráfica de tendencia de respuesta en los 16 días.

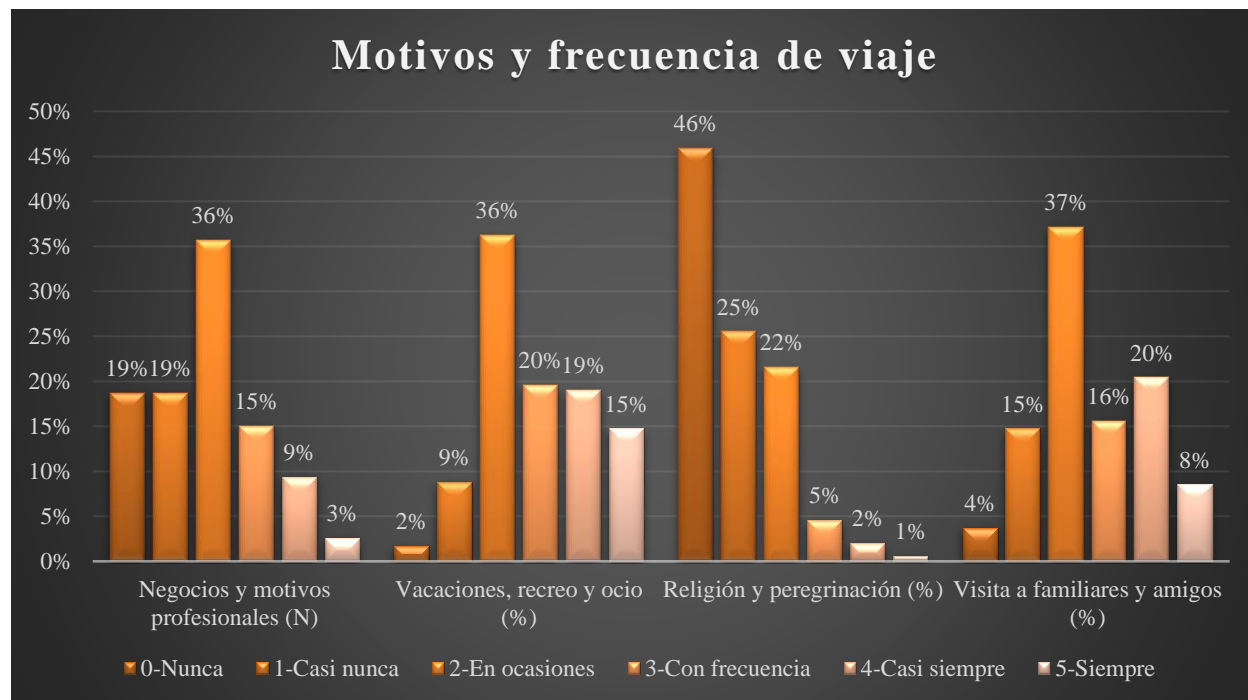
### **Resultados de la encuesta del servicio de alojamiento en Ecolodge**

A través de identificar que piensan y sienten los posibles clientes a través del mapa de empatía se identificó que el motivo de viaje más representativo con relación a la frecuencia corresponde a “vacaciones, recreo y ocio” seguido de “visita a familiares y amigos” con el 53% y el 44% respectivamente; en tato que el motivo “religión y peregrinación” es el motivo menos valorado con el 93% que manifestó que nunca, casi nunca o en acciones viaja impulsado por este por este motivo; no obstante el 7,8% de los encuestados manifestó que tiene motivaciones diferentes a las planteadas en la encuesta para viajar entre las que se encuentran: trabajo, deporte

y recreación, tratamientos médicos, competencias, salud, cultura, investigación entre otros. Tal como se aprecia en la figura 17.

**Figura 17**

*Motivos y frecuencia de viaje*



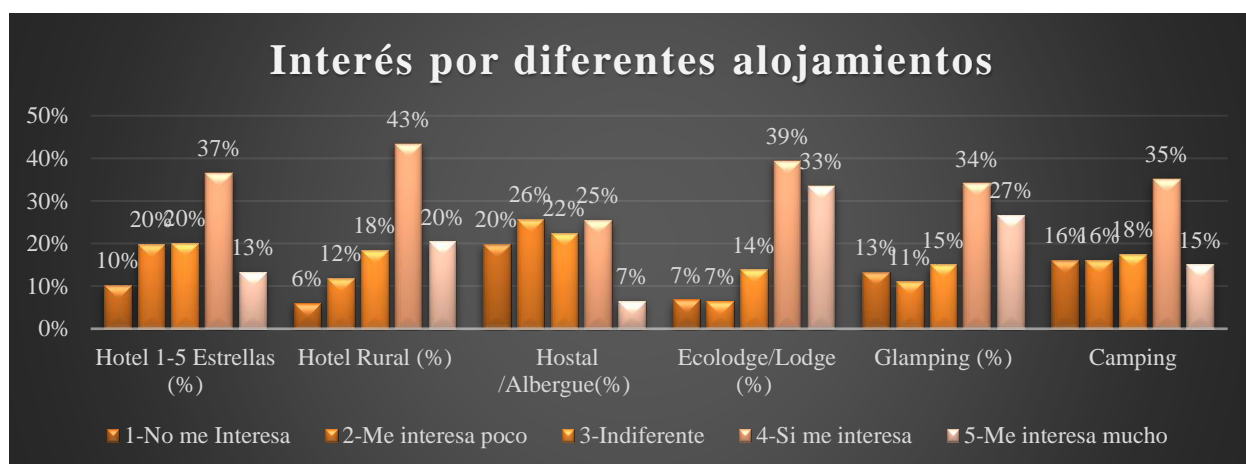
Nota. La figura muestra los motivos y frecuencia de viaje entre los encuestados. Tomado de fuente propia.

Con respecto al interés por los productos y subproductos del turismo de Naturaleza, los que mayor interés corresponde a ecoturismo (Avistamiento de aves, senderismo, recuperación de flora y fauna) y turismo cultural con el 74% y 71% respectivamente, en tanto que el turismo de aventura es el menos preferido por los encuestados con el 50% y también aunque con menor representación piensan importante el turismo científico, comunitario, turismo vivencial, turismo deportivo; no obstante, es de resaltar que el interés por resto de los productos y subproductos del turismo de naturaleza supera el 50% lo cual es un buen indicador del interés por este tipo de

turismo entre los encuestados. En este mismo sentido, con respecto al interés por diferentes tipos de alojamiento el más preferido entre los encuestados corresponde a Ecolodge o Lodge con el 73%, en tanto que los hostales o alberges son lo menos preferidos con el 32%; no obstante, el interés por resto de alojamiento rurales supera el 50% entre los encuestados, a partir de lo cual se puede inferir que hay una tendencia al uso alojamientos en espacios abiertos. Los resultados se pueden apreciar en la figura 18.

### Figura 18

*Interés por diferentes tipos de alojamiento.*



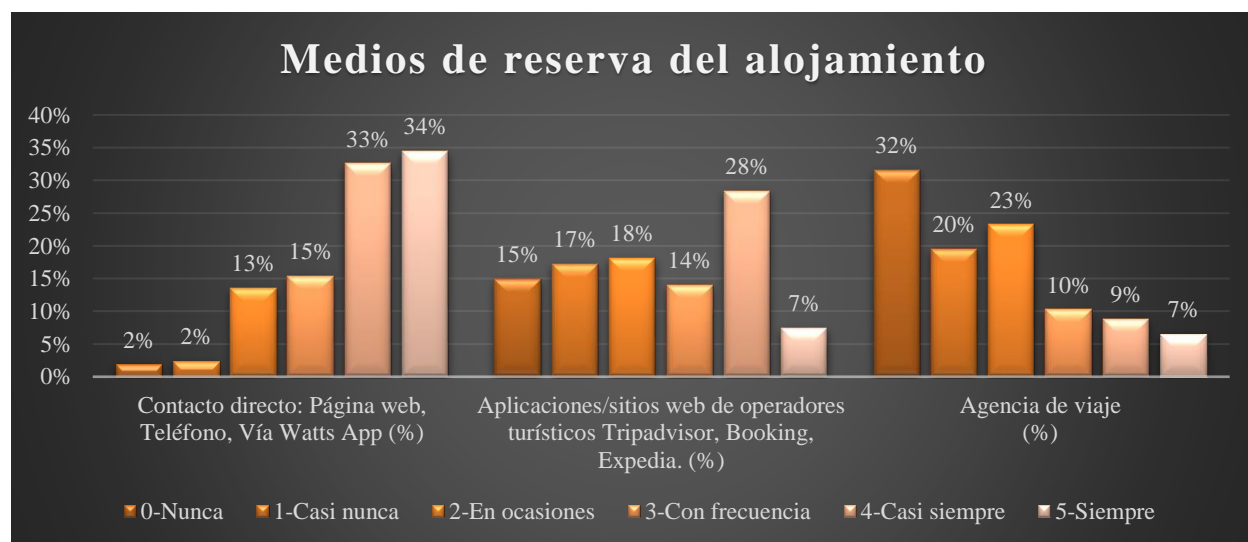
Nota. La figura muestra el resultado de la encuesta frente el interés por los diferentes tipos de alojamientos. Tomado de fuente propia.

Con respecto a lo que sienten o importancia que le dan experiencias potenciales en el Ecolodge, el 100% de las experiencias propuestas para el Ecolodge, son importantes o muy importantes para los encuestados con valoraciones superiores al 60%; sin embargo, la experiencia más representativa corresponde a Trekking-Senderismo por atractivos turísticos naturales tales como: reservas, paramos, lagunas, aguas termales, cascadas, etc. con el 93% de valoración como importante o muy importante.

Continuando con los elementos del mapa de empatía, frente a lo relacionado con que dicen y hacen, el medio de reserva frecuentado entre los encuestados corresponde a contacto directo con el alojamiento a través de página web, teléfono y Vía Watts App con el 82%, en tanto que a través de las agencias de viaje son los menos frecuentados con el 26%; a partir de lo cual se puede inferir que existe una tendencia al uso al contacto directo con prestador del servicio lo que implica un mayor beneficio para el prestador y si este presta servicios ecoturísticos mayores beneficios a la comunidad local. Respuesta que se puede apreciar con mayor detalle en la figura 19.

### Figura 19

*Medios de reserva de alojamientos.*



Nota. La grafica muestra los resultados de la encuesta frente que medios de reserva prefieren los potenciales clientes. Tomado de fuente propia.

En este mismo sentido, los medios y frecuencia a que acuden los encuestados para informarse sobre alojamientos rurales corresponden a las recomendaciones de amigos y conocidos, seguido por anuncios y páginas web con el 80% y 61% respectivamente; en tanto que

los influencers son lo menos frecuentados apenas con el 14%; por otro lado, Facebook y plataformas digitales como: Tripadvisor, Booking, Expedia, Airbnb comparten un 54% de frecuencia, los demás medios no son representativos en el sector. Aquí se de resaltar también que a pesar de la era tecnológica en la que nos encontramos la práctica de la voz a voz sigue muy vigente en sector del turismo.

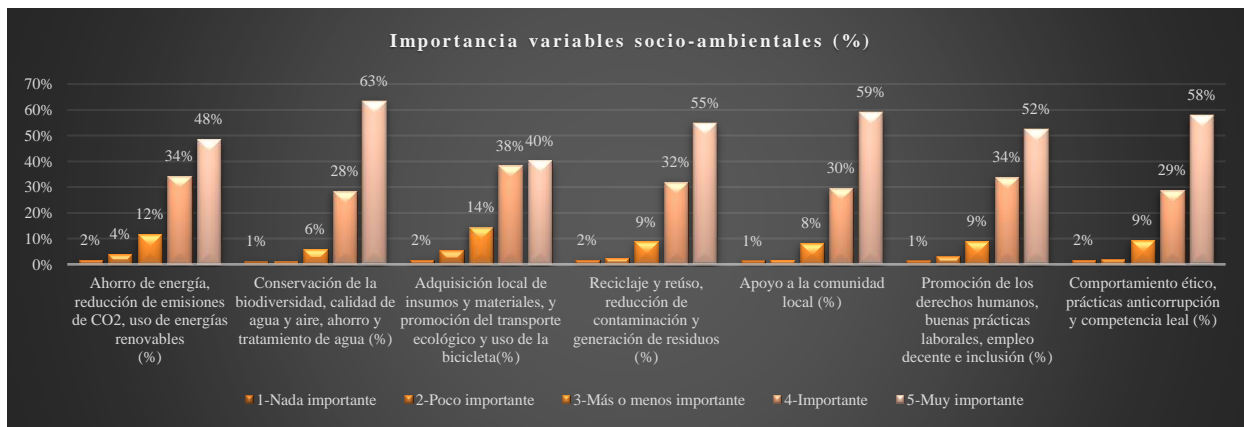
Con respecto lo que hacen los encuestados con respecto al uso de hospedaje rural, de los 384 encuestados el 61% manifiestan que durante sus viajes se han hospedado en algún tipo de alojamiento rural como: Ecolodge/Lodge, Hotel Rural, Hostal/Albergue, Glamping y/o Camping. Este dato es relevante para el proyecto en el sentido que la estrategia recolección de datos fue efectiva en tanto que más de la mitad las personas que ingresaron al sitio web y respondieron la encuesta ya usan este tipo de servicios alojamiento y se convierten en clientes potenciales, por cuanto ya se generó una expectativa y por otra contribuyen en la construcción del proyecto al responder la sección 3 de la encuesta, entre los principales motivos para el uso de hospedajes rurales, se encuentran: Conexión con la naturaleza, tranquilidad, armonía con el territorio y la comunidad, preferencia por lo natural, amigable ecológicamente, entre otros.

Con respecto al componente de lo que escuchan u oyen se abordó desde dos perspectivas, la primera de ellas dependiendo de la edad encontrado que el 35% está entre 36 y 45 años, el 34% entre 26 y 35 años y un 17,5% entre 46 y 55 años de edad a partir de lo cual se puede enfocar en un rango de edad y con información secundaria determinar lo que prefiere escuchar este segmento y por otra parte el nivel de estudios encontrando que el 57% de quienes respondiente la encuesta cuentan con estudios de posgrado y 34,2% son profesionales, lo que permite también identificar que escucha las personas con este tipo de formación y además se

interesó por el proyecto. De igual manera, con base en lo que escuchan se determinó la importancia que le dan a las variables socio-ambientales en los hospedajes, encontrando que “Conservación de la biodiversidad, calidad de agua y aire, ahorro y tratamiento de agua” y “Apoyo a la comunidad local” son las más importantes para los encuestados con el 92% y 88% respectivamente, en tanto que la variable menor importancia corresponde a “Adquisición local de insumos y materiales, y promoción del transporte ecológico y uso de la bicicleta” con 22%; no obstante, en las 7 variables calificadas supera el 77% calificadas como importantes o muy importantes. a partir de lo cual se puede inferir que existe una tendencia al uso alojamientos diseñados y operados bajo los principios de la sostenibilidad. Los resultados de la encuesta frente a este componente se pueden detallar en la figura 20.

**Figura 20**

*Importancia de variables socio-ambientales en el Ecolodge.*



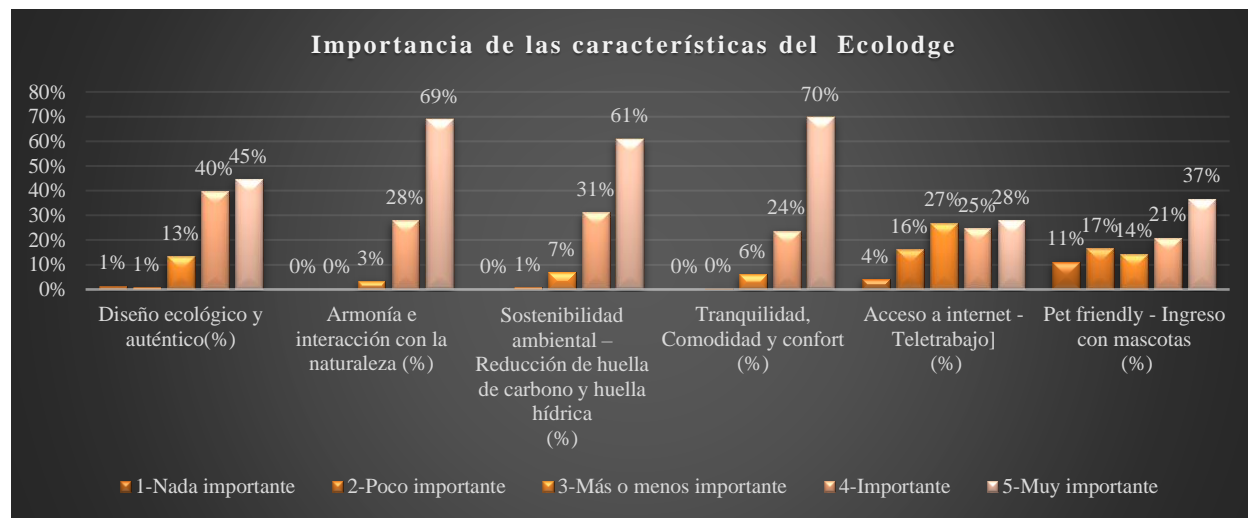
Nota. La figura muestra la importancia que tiene para los encuestados siete variables socio-ambientales. Tomado de fuente propia a partir de la aplicación del estándar P5, 2019.

Frente al componente de lo que ven, se evaluó la importancia de las características del Ecolodge, encontrando que la totalidad de las características y servicios del Ecolodge

planteadas en la pregunta son importantes para los encuestados con valoraciones superiores al 50%, entre las que se encuentran: Diseño ecológico y auténtico, Armonía e interacción con la naturaleza, Sostenibilidad ambiental – Reducción de huella de carbono y huella hídrica, Tranquilidad, Comodidad y confort, Acceso a internet – Teletrabajo y Pet friendly - Ingreso con mascotas; sin embargo, la más representativa corresponde a la armonía e interacción con la naturaleza con el 97% de valoración como importante o muy importante. Adicionalmente se identificaron otras características como aporte a la comunidad local, ubicación frente a zonas de riesgo, limpieza y buena atención al público, reúso de materias primas, rusticidad, entre otros. Resultados que se puede apreciar en la figura 21.

### Figura 21

*Características más valoradas en el Ecolodge.*



Nota. La figura muestra importancia que tienen seis características de un Ecolodge para los encuestados. Tomado de fuente propia.

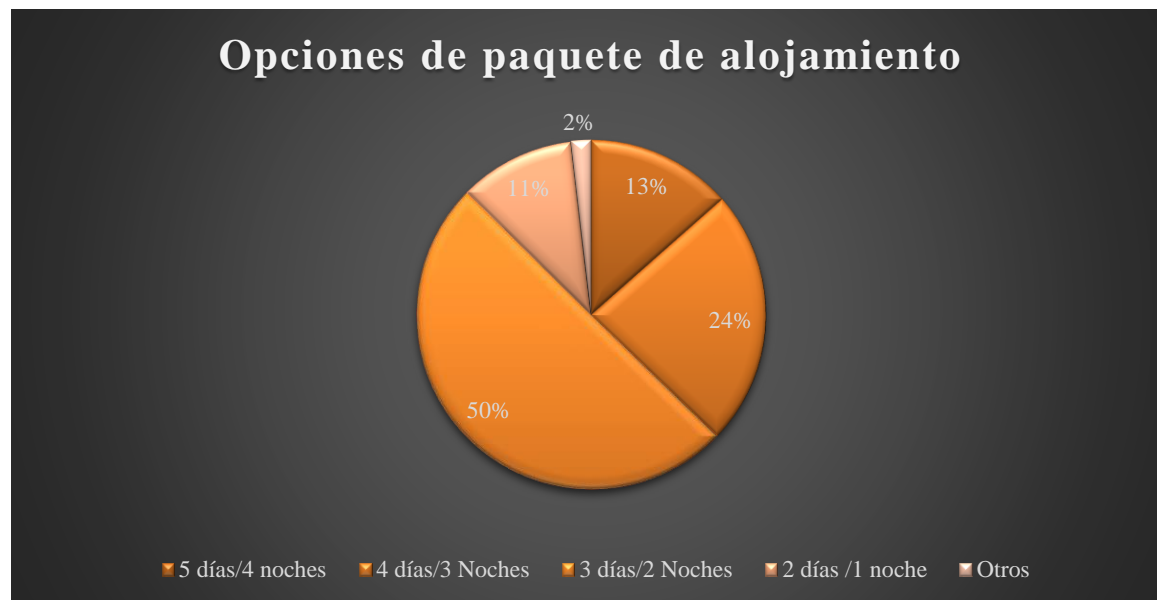
Con respecto a componente de esfuerzos del mapa de empatía, se evaluó el paquete de alojamiento preferido por los encuestados, encontrando que el 50% de los prefiere 3 días y dos

noches, básicamente correspondiente a un fin de semana con festivo, en tanto que 24% prefiere 4 días y 3 noches y el 13% 5 días y 4 noches; lo representa una demanda del servicio permanente, no obstante, el servicio se proyecta ofrecer inicialmente todos los días en temporada alta y en temporada baja únicamente los fines de semana, lo cual se detalla en la figura 22.

Finalmente, con respecto a componente de resultados del mapa de empatía, se evaluó la disposición a pagar diariamente por persona en el Ecolodges, encontrando que el 58% prefiere entre 100 y 200 mil pesos, seguido por el 25% con menos de 100 mil pesos, no obstante, es de resaltar también que un 17% de los encuestados estaría en disposición de pagar un valor entre 200 y 400 mil pesos.

## Figura 22

### *Opciones de paquete de alojamiento*



Nota. La figura muestra la preferencia de paquetes de alojamiento entre los encuestados. Tomado de fuente propia.



### *Análisis de la Oferta*

La competencia para el servicio de alojamiento en Ecolodge en el Municipio de Pasto es baja, por cuanto según datos de la Cámara de Comercio de Pasto a marzo de 2021 existen únicamente 7 establecimientos que ofrecen el servicio de alojamiento rural en el municipio de Pasto y únicamente 3 turoperadores especializados en turismo de naturaleza lo cual significa bajo desarrollo del sector.

Una de las alternativas de reactivación del sector es a través de un proceso de transformación del turismo hacia pequeños grupos alejado de las aglomeraciones y con todas las normas de bioseguridad requeridas, un turismo sostenible en contacto con la naturaleza y la seguridad alimentaria (Combinación de hoteles con producción alimentaria); lo cual se convierte en una oportunidad para servicio de alojamiento rural sostenible articulado con experiencias auténticas y ecoturísticas como una herramienta de sostenibilidad en el escenario post COVID-19. (Turismo de Nariño, 2020).

Es inexistente un nombre de alojamiento rural antecedido de la palabra Ecolodge ó Lodge y por tanto, esto representa una enorme oportunidad para una experiencia innovadora en el disfrute de la naturaleza bajo los parámetros de la sostenibilidad. No obstante, es importante resaltar que hay hoteles rurales como el Chalet Guamuez y Sindamanoy ubicados en el corregimiento del Encano que, aunque no son Ecolodge como tal, ya cuentan con una trayectoria en mercado, una marca reconocida y lealtad de clientes por su permanencia en el mercado y son los mejores recomendados entre alojamientos en Pasto por TripAdvisor en el 2021, el cual se conoce un buscador especializado en turismo de Naturaleza. (TripAdvisor, 2021)

De igual manera es importante mencionar frente a la oferta, que en los corregimientos del municipio tales como Catambuco, Obonuco, Cabrera, San Fernando, Genoy existe una amplia gama de restaurantes informales que ofrecen comida típica y en espacios abiertos al aire libre y en ambientes campestres que operan principalmente los fines de semana, los cuales hacen parte de la competencia del servicio de restaurante.

Por otra parte, y frente al servicio de experiencias como Trecking o senderismo en la ciudad y el departamento en general se encuentran formalizados o en proceso de formalización agencias de viaje y turoperadores regionales tales como: operadora turística Tapiz de Retazos, Andando Travel, Turismo Andino, Nariño Travel Health, Sur Desino, Turismo de Naturaleza Galeras, entre otros, que ofrecen diferentes tipos de Turismo por la región desde turismo de naturaleza, de aventura cultural y religioso.

No obstante, Anakú se proyecta como un competidor fuerte por su esencia y concepción del servicio de alojamiento en el marco de la sostenibilidad y la autenticidad de la comunidad local, ubicado en una área natural del Santuario de Flora y Fauna Galeras, con el propósito de generar mínimo impacto ambiental, ser sostenible tanto en su construcción como en su operación, integración con la naturaleza y la comunidad local, enfocado en la tranquilidad, comodidad, y confort de los huéspedes en un ambiente que propicia la interpretación y disfrute de la naturaleza.

### ***Análisis de Precios***

Con respecto a la proyección del precio del alojamiento, este se determinó con base en dos elementos, en primera instancia esta un promedio de los Ecolodges y Lodge del sur del país, es decir Valle de Cauca, Cauca y Nariño teniendo en cuenta oferta limitada que se tiene a nivel

local se incluyen productos sustitutos como los hoteles rurales, encontrado que las tarifas varían entre fin de semana, entre semana y temporada alta como fin de año, vacaciones de medio año y semana santa, el promedio por pareja es de \$312.138 en fin de semana, \$304.329 entre semana y \$417.143 en temporada alta, tal como se detalla en la tabla 9.

**Tabla 9.**  
*Análisis de precios.*

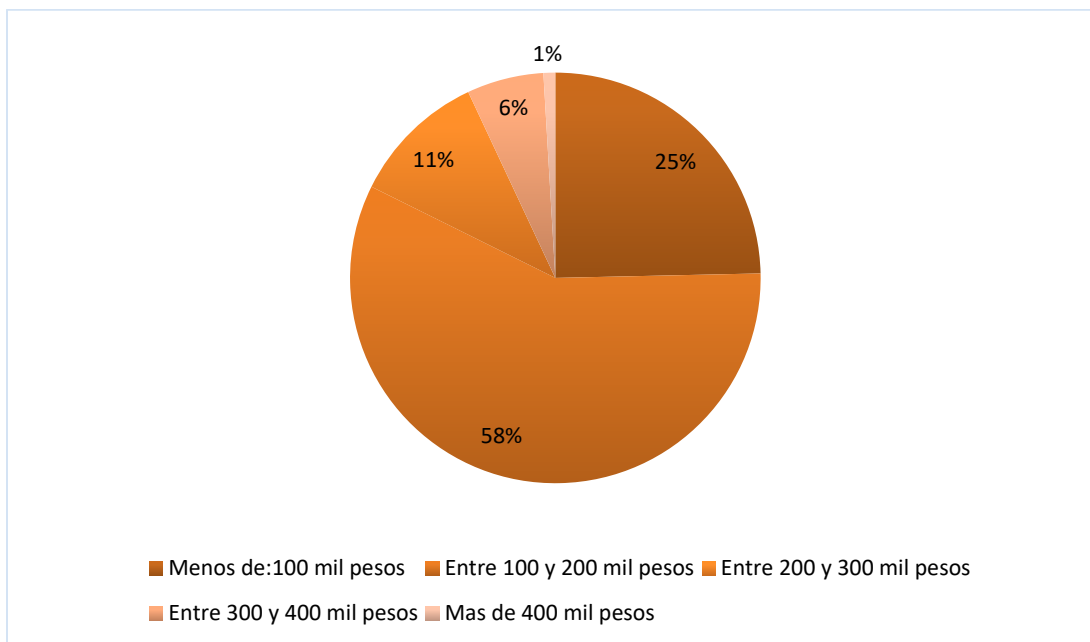
Nombre del alojamiento	Ubicación	Precio por pareja		
		Fin de semana	Entre semana	Temporada alta
Las mercedes Lodge	Valle del Cauca	480.000	440.000	480.000
Ecolodge las Lilianas	Tumaco Nariño	250.000	240.000	300.000
El Almejal ecolodge	Chochó	538.000	480.000	850.000
La Minga Ecolodges	Valle del Cauca	300.000	300.000	500.000
Lomazul Ecolodges	Valle del Cauca	160.000	150.000	100.000
Chalet Guamuez	Pasto Nariño	240.300	240.300	350.000
Hotel Sindamanoy	Pasto Nariño	216.667	280.000	340.000
<b>Promedio</b>		<b>312.138</b>	<b>304.329</b>	<b>417.143</b>

Nota. La tabla muestra los valores promedio por pareja de alojamiento en Ecolodge y servicios sustitutos en el sur de Colombia. Tomado de consulta de oferta en páginas web y tour operadores 2021.

Por otra parte, para la proyección del precio se tuvo en cuenta la disposición a pagar de posibles clientes que realizaron la encuesta de mercado encontrado que el precio más representativo que los encuestados estarían dispuestos a pagar diariamente por persona corresponde al rango entre \$100.000 y \$200.000 pesos colombiano, lo cual es relativamente similar con la variable anteriormente analizada. Los datos de la disposición a pagar cual se detalla en la figura 23.

**Figura 23**

*Disposición a pagar diariamente por persona.*



Nota. La figura muestra el resultado la encuesta con relación a la disposición a pagar de clientes potenciales que realizaron la encuesta de mercado. Tomado de fuente propia.

### ***La Comercialización***

En el proceso de comercialización del servicio de creo, comunico, entrego ofertas de valor de los productos de Ecolodge para los clientes, a continuación, sus principales elementos:

#### **a. Plan de Mercadeo**

El plan indica cómo la empresa pretende lograr los objetivos de marketing, el cual incluye directrices tácticas tales como: tareas, proyectos, estrategias y programas de marketing, las cuales vienen con asignaciones financieras en el tiempo que se desarrolla.

A continuación, se detalla la estrategia a implementar en el proyecto obtener los resultados previstos en ventas; se determinan las estrategias de precio y venta del servicio, su razón de ser, la estrategia promocional (marca, eslogan, logotipo), estrategia de distribución (canales de distribución directos e indirectos), políticas del servicio, tácticas de venta, planes de contingencia y el presupuesto de ventas.

En proyecto Anakú, proyecta iniciar las ventas en enero del 2023 hasta el año 2027 con un porcentaje mínimo del mercado correspondiente a un promedio del 1,13% para los 5 años distribuido en temporada alta y baja con crecimiento de 12% anual con una meta de ocupación del 98% en temporada alta en el año 2027, siendo necesario para el 2028 ampliar la capacidad del proyecto por cuanto supera el 100% en temporada alta, lo cual se detalla en la tabla 10.

**Tabla 10.**  
*Fracción del mercado y ventas*

Año	Crecimiento proyectado en No. Personas	% crec.	Meta total personas alojadas por año	% del mercado	Personas alojadas T. alta/día	Personas alojadas Tem.baja /día	% ocupación en temporada alta	% de ocupación en temporada baja	Meta total Personas alojadas Tem.alta/año	Meta personas alojadas Tem.baja/año
2023	311.128	10%	3.497	1,12	65	26	63%	25%	2.275	1.222
2024	345.796	11%	3.917	1,13	73	29	70%	28%	2.548	1.369
2025	386.284	12%	4.387	1,14	82	33	78%	31%	2.854	1.533
2026	432.590	12%	4.913	1,14	91	37	88%	35%	3.196	1.717
2027	484.716	12%	5.503	1,14	102	41	98%	39%	3.580	1.923
2028	542.661	12%	6.163	1,14	115	46	110%	44%	4.009	2.154
Promedio		12%		1,13						

Nota. La tabla muestra el % del mercado que pretende el proyecto en los próximos 5 años distribuido en temporada alta y baja. Tomado de fuente propia.

## b. Estrategia del precio.

**Tabla 11.**

*Proyección de ventas e ingresos del proyecto Anakú.*

Productos	Total 2023	Total 2024	Total 2025	Total 2026	Total 2027	Total
Alojamiento	583.999.000	692.667.787	824.577.463	985.222.464	1.181.778.196	4.268.244.911
Alimentación saludable	244.790.000	290.339.791	345.631.272	412.967.500	495.356.130	1.789.084.693
Experiencias	131.325.000	155.499.465	185.117.404	221.277.619	265.321.133	958.540.621
<b>Resumen</b>						
Valor total de ventas (\$)	960.114.000	1.138.507.043	1.355.326.139	1.619.467.584	1.942.455.459	7.015.870.225
IVA	182.421.660	216.316.338	257.511.966	307.698.841	369.066.537	1.333.015.343
Retefuente	33.603.990	39.847.747	47.436.415	56.681.365	67.985.941	245.555.458
<b>Total ventas con IVA</b>	<b>1.142.535.660</b>	<b>1.354.823.381</b>	<b>1.612.838.106</b>	<b>1.927.166.425</b>	<b>2.311.521.996</b>	<b>8.348.885.568</b>
Ventas contado sin IVA ni Retefuente	960.114.000	1.138.507.043	1.355.326.139	1.619.467.584	1.942.455.459	7.015.870.225
Ingresos por ventas de Contado	1.108.931.670	1.314.975.635	1.565.401.691	1.870.485.059	2.243.536.055	8.103.330.110
Ingresos Efectivos	1.108.931.670	1.314.975.635	1.565.401.691	1.870.485.059	2.243.536.055	8.103.330.110

Nota. La tabla muestra las proyecciones del ventas e ingresos. Tomado de fuente propia con base en los parámetros del estudio de mercado.

La estrategia del precio del alojamiento, alimentación saludable y experiencias ecoturísticas complementarias en Anakú Ecolodge, se fundamenta en varios componentes; el primero de ellos es la competencia con servicios sustitutos en el mercado local y competencia directa en el mercado regional, un análisis de costos del servicio en lo relacionado con insumos, materias primas y talento humano, exclusividad del alojamiento y el estudio de la demanda a través de los resultados de la encuesta con la disposición a pagar por noche, como estrategia de ingreso al mercado y obtención una rentabilidad. En este sentido el costo promedio por persona por noche para el servicio de alojamiento corresponde a \$167.000, alimentación saludable por día por

persona de \$70.000 y experiencia ecoturística por persona de \$75.000, el 100% estos productos se venderán de contado priorizando el pago electrónico, aplicando una retención en la fuente del 3,5%, el IVA del 19% y IPC proyectado de para el 2024 del 5,89% hasta el 7,09 en el año 2027.

En la tabla 11 detalla las proyecciones del ventas e ingresos del proyecto con base en los parámetros del proyecto mencionados anteriormente.

### **c. Estrategia de venta**

Inicialmente se realizará la divulgación del servicio de alojamiento por redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp con los potenciales clientes registrados en la base de datos de la encuesta realizada en el análisis del mercado, con link de acceso al sitio web del proyecto en el cual se detallarán las características del servicio, con videos e imágenes de calidad y el cual los clientes pueden acceder a la reserva y adquisición del servicio completamente en línea a través de PSE o contactarse a través de WhatsApp para recibir asesoría y acompañamiento en la reserva respectiva.

Por otra parte, se realizará alianzas con agencias de viaje y empresas del sector de turismo de naturaleza a nivel local y regional inicialmente para vender el servicio de alojamiento y las experiencias complementarias que se proyectan ofrecer inicialmente tales como trekking, avistamiento de flora y fauna, noche de mitos cuentos y leyendas e intercambio cultural y alimentación saludable. Para identificar a estas empresas se emplearán métodos inteligentes como minería de datos, bases de datos de las cámaras de comercio.

La estrategia de venta se ejecutará desde directamente desde el municipio de Pasto, específicamente desde las instalaciones administrativas del proyecto utilizando las herramientas tecnológicas disponibles, no obstante, cuando será necesario se realizarán visitas a empresas con

las cuales se puedan generar alianzas estratégicas para lo cual se contará con el equipo humano especializado en el área.

#### **d. Estrategia promocional**

La estrategia de promoción a emplear en proyecto, inicia con una pauta publicitaria en redes sociales como Facebook e Instagram y en el motor de búsqueda de Google, presencia sistema de información turística de Nariño - SITUR -NARIÑO y presencia en ferias y eventos empresariales del sector que permanente organizan desde las secretarías de turismo Departamental y Municipal, las cámaras de comercio y los gremios del sector como la Agencia Nacional de Agencias de Viajes y turismo - ANATO y la Asociación Hotelera y turística de Colombia - COTELCO. El presupuesto proyecto asignado para la promoción del 2% de las ventas sin IVA.

#### **e. Estrategia de distribución**

La principal estrategia de distribución corresponde al sitio web [www.anaku.com.co](http://www.anaku.com.co), a través de venta directa y pago electrónico e indirectamente a través de alianzas con agencias de viajes y operadores turísticos especializados tanto regionales como nacionales en turismo de naturaleza.

#### **f. Políticas de servicios**

Anakú Ecolodge, se reconocerá por un servicio de alojamiento con alto grado de calidad y confort, bajo los principios de la sostenibilidad basado en su construcción y operación sostenible y en armonía con la comunidad local. En este sentido, Anakú ofrecerá a sus huéspedes servicio basado en los siguientes elementos:

- Respuesta rápida a las consultas y cotizaciones, con información clara y coherente
- Reserva vía electrónica a través de un sitio web amigable.



- Acompañamiento en el proceso de preventa y posventa en del servicio de alojamiento y complementarios
- Seguro médico y póliza de cumplimiento

#### **g. Sistema de ventas**

Se empeará una estrategia propia de ventas online a través de la página web, solo una agencia especializada en turismo de Naturaleza como Tripadvisor y una agencia de viaje local que se enfoque en turismo de Naturaleza, buscando siempre no perder el control de las ventas del alojamiento, es decir a través de ventas directas a los huéspedes así reducir costos de comisiones con intermediarios.

#### **h. Planes de contingencia**

Como plan de contingencia se plantea una alianza estratégica con entidades públicas que promocionan el turismo en la región tales como la Gobernación de Nariño y la Alcaldía de Pasto a través de la secretaria de Turismo, el Fondo Nacional de Turismo – FONTUR, La Cámara de Comercio de Pasto, entre otros; con el propósito de impulsar el proyecto en sus plataformas y eventos tanto locales como nacionales.

#### **i. Presupuesto de ventas**

Inicial se plantea el fortalecimiento de la página Web creada para el proyecto, incluyendo elementos que la hagan más llamativa y amigable, de manera que permita navegar con facilidad y hacerse a una idea del alojamiento a través de fotografías de buena calidad, videos e imágenes con vista 360° de la ubicación del alojamiento y algunos elementos de las experiencias ofertadas.

En este mismo sentido el presupuesto de ventas se enfoca pauta en redes sociales principalmente Facebook e Instagram y agencias de viaje online como Tripadvisor y agencias de

locales especializadas en turismo de naturaleza; así como también la participación y promoción del proyecto en plataformas y eventos que se gestionen desde las entidades públicas y privadas de sector turístico tanto a nivel local como nacional.

Para lo anterior se estima un 8% del presupuesto funcionamiento en el primer y segundo año, es una inversión significativa teniendo en cuenta que es un proyecto nuevo y requiere entrar en el mercado y generar las utilidades necesarias para mantenerse y crecer.

#### **j. Síntesis del plan de mercadeo.**

El plan de mercadeo inicia con estrategia del precio basada la competencia con los servicios sustitutos del mercado local, un análisis de costos del servicio, exclusividad y estudio de la demanda a través de la encuesta realizada; posteriormente se realizará una estrategia de venta a través de medios digitales como redes sociales que lleve los clientes a al sitio web del Ecolodges, el cual se fortalecerá con imágenes y videos alta calidad y servicios amigables de reservas y pagos electrónicos, así como también a través de alianzas estratégicas con agencias de viaje local y empresas del sector de turismo de naturaleza a nivel local y regional. En este mismo sentido se implementará una estrategia promocional a través de redes sociales y el Sistema de Información Turística de Nariño – SITUR, así como también eventos y ferias que se programen desde el sector público y privado.

Con respecto a la estrategia de distribución esta se realizará únicamente a través del sitio web del proyecto el cual se fortalecerá de acuerdo a las necesidades en la medida que lo requiera el proyecto; por otra parte se desarrollan los elementos básicos de una política de servicios basada en la respuesta rápida, digitalización de los servicios de búsqueda y reserva, pago electrónico, seguridad, etc. la cual se soporta en una táctica de ventas online, con una sola agencia

especializada en turismo de naturaleza, buscando siempre eliminar intermediación para reducir costos de comisiones y finalmente como plan de contingencia se plantea la consolidación de una alianza estratégica con las entidades públicas que promocionan el turismo en Pasto y Nariño tales como secretarías de turismo, Fontur, cámara de comercio, entre otros, con el propósito de impulsar el proyecto en sus plataformas. Frente al presupuesto de ventas, este focaliza en el fortalecimiento del sitio web y pauta en redes sociales especializadas.

#### **k. Estrategia de Márketing digital**

Como una estrategia marketing digital y también de recolección de información de los prospectos de clientes en el contexto de la pandemia generada por el COVID-19, se realizó el diseño preliminar y construcción de una marca e imagen corporativa del proyecto y a partir de esto se creó sitio web identificado como: <https://www.anaku.com.co> en el cual se presenta el proyecto a manera de expectativa con un diseño web atractivo e innovador, información como descripción del proyecto, ubicación, relación de nueve experiencias potenciales en el Ecolodge, contactos como correo electrónico y WhatsApp para una comunicación directa con el equipo del proyecto; y lo más importante de esta etapa es que se presenta el formulario a los que se interesen para su diligenciamiento en una franja fija en la parte superior del sitio web, al final en contactos y como ventana emergente al ingresar al sitio sito, posteriormente se realiza gestión de marketing digital en la red social especializada como en ecoturismo como Facebook y enfocada en las tribus de viajeros del 2030 y de esta manera obtener la información suficiente para determinar el mercado potencial del Ecolodge. Con lo cual en el periodo de corte de la encuesta y la difusión de una pieza grafica del proyecto en Facebook Business con un menaje de

expectativa, el cual tuvo un alcance de 102,958 personas, con 268 visita a la página del proyecto, 166 me gusta y 170 seguidores; La pieza gráfica que uso para la pauta se aprecia en la figura 21.

### ***Análisis del Estudio de Mercado del Servicio Ecolodge***

Con respecto a al análisis del mercado, se identifica de manera clara el servicio de alojamiento en Ecolodge que se pretende desarrollar con el proyecto, sus características y experiencias complementarias, proceso que se desarrolló a partir de herramientas metodológicas como el lienzo Canvas, se complementa con datos del sector relevante de la oferta de alojamientos similares en la región, posteriormente el análisis se complementa con la aplicación de una encuesta de mercado con estrategia de recolección de datos a través del diseño de un sitio web con un prototipo de proyecto que busca identificar los interesados en el mismo y partir de allí implementar la encuesta con los siguientes elementos: datos básicos, gustos y preferencias y la propuesta de proyecto, en el marco de un mapa de empatía que permite identificar características psicográficas de los potenciales clientes, obteniendo como resultado de 384 encuestas en 16 días. En términos generales los resultados son muy buenos, se puede evidenciar un alto grado interés por este tipo de alojamiento, es de resaltar la importancia que tienen las variables ambientales para la los encuestados a la hora de elegir sus alojamientos, la tendencia a usar medios digitales para la búsqueda y reserva, la importancia y valoración que tienen las experiencias en la naturaleza y contacto con la comunidad local y la disposición a pagar por este servicio; es decir se puede identificar existencia de clientes potenciales. En relación con la competencia de alojamiento en Ecolodge se identifica que en el municipio de Pasto es Baja, es una las razones de la formulación y evaluación del proyecto, sin embargo, se identifican

servicios sustitutos como los hoteles rurales en el corregimiento del Encano con una marca y trayectoria reconocida.

Con respecto a la segmentación, el proyecto se enfoca en la tribu de viajeros éticos o trotamundos comprometidos es decir aquellos que organizan sus viajes en el marco de criterios éticos, tales como reducción de la huella medioambiental, su contribución a mejorar la calidad de vida de otras personas; frecuentemente se evalúan el impacto del dinero que destinan para su viaje y puede improvisar incorporando elementos a sus viajes como por ejemplo voluntariado, el desarrollo social de las comunidades locales o elementos que contribuyan a la sostenibilidad ambiental. Por otro lado, se enfoca en la tribu conocida como Puristas culturales ven los viajes la oportunidad de sumergirse en una cultura diferente - aunque ello implique ciertas incomodidades- y el disfrute de su viaje dependerá de la autenticidad de la experiencia.

(Amadeus, 2021)

El plan de mercadeo inicia con estrategia del precio basada la competencia con los servicios sustitutos del mercado local, un análisis de costos del servicio, exclusividad y estudio de la demanda a través de la encuesta realizada; posteriormente se realizará una estrategia de venta a través de medios digitales como redes sociales que lleve los clientes al sitio web del Ecolodge, el cual se fortalecerá con imágenes y videos alta calidad y servicios amigables de reservas y pagos electrónicos, así como también a través de alianzas estratégicas con agencias de viaje local y empresas del sector de turismo de naturaleza a nivel local y regional. En este mismo sentido se implementará una estrategia promocional a través de redes sociales y el Sistema de Información Turística de Nariño – SITUR, así como también eventos y ferias que se programen desde el sector público y privado.

**Figura 24**

*Pieza grafica para redes sociales.*

**Próximamente**  
un nuevo alojamiento  
en tierra de volcanes

**Anakú**  
ECOLOGGE

Próximamente Pasto - Nariño contará con un alojamiento donde la naturaleza, el bienestar y la autenticidad se armonizarán en una experiencia inolvidable. Visita nuestra web y escríbenos tu opinión acerca del alojamiento tipo Ecolodge. <https://www.anaku.com.co/>

Nota. La figura muestra la pieza grafica usada en redes sociales como estrategia para la realización de la encuesta. Tomado de fuente propia.

Con respecto a la estrategia de distribución esta se realizará únicamente a través del sitio web del proyecto el cual se fortalecerá de acuerdo a las necesidades en la medida que lo requiera

el proyecto; por otra parte, se desarrollan los elementos básicos de una política de servicios basada en la respuesta rápida, digitalización de los servicios de búsqueda y reserva, pago electrónico, seguridad, etc. la cual se soporta en una táctica de ventas online, con una sola agencia especializada en turismo de naturaleza, buscando siempre eliminar intermediación para reducir costos de comisiones y finalmente como plan de contingencia se plantea la consolidación de una alianza estratégica con las entidades públicas que promocionan el turismo en Pasto y Nariño tales como secretarías de turismo, FONTUR, cámara de comercio, entre otros, con el propósito de impulsar el proyecto en sus plataformas. Frente al presupuesto de ventas, este focaliza en el fortalecimiento del sitio web y pauta en redes sociales especializadas.

Para el cálculo de la demanda se toma la sumatoria de los datos de los indicadores Visitantes extranjeros no residentes y Llegada de pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares al departamento de Nariño lo cuales muestran una tendencia del crecimiento promedio del 12% anual con una proyección de un total de crecimiento del 57% entre los años 2023 y 2027, en este sentido y la meta el proyecto se estima en 3.497 personas alojadas en el primer año, 3.917 en el segundo, 4.387 en el tercer año, 4.913 en el cuarto año y 5.5.503 en el quinto año tanto en temporada alta y baja del año, lo que representa en promedio el 1.12% del mercado potencial, proyectado un crecimiento del 12% anual similar al del población que llega a Nariño en vuelos regulares. En este sentido la meta de alojamiento de personas por día se calcula en dos temporadas alta y baja, la primera de 5 semanas (35 días) y la segunda 47 fines de semana, a partir de esto, se estima que para cumplir con la meta establecida se requiere alojar con mínimo 65 personas por día en temporada alta y 26 personas por día en temporada baja, es decir que para el primer año se estima un total de 2.275 personas alojadas en temporada alta y 1.222 personas

en temporada baja, a partir de lo cual se proyectan unos ingresos efectivos del \$1.108.931.670 el año 2023. Los detalles de ingresos por año y producto se detallan la tabla 11.

En síntesis del estudio de mercado del proyecto es favorable por cuanto existe una tendencia de crecimiento del sector de turismo sostenible, recientemente se han formulado políticas e instrumentos que favorecen el sector en el cual se pretende ejecutar el proyecto, existe una respuesta favorable generalizada por parte de los encuestados con respecto a la preferencia e interés por adquirir este tipo de servicios en el municipio de Pasto y existe una disposición a pagar un precio por noche entre 100 y 200 mil pesos, existe un crecimiento proyecto anual del 12% de personas que llegan a Nariño por vía aérea tanto extranjeros como nacionales y finalmente hay diverso capital natural en la región que es atractivo para los visitantes y también los residentes en la ciudad de Pasto.

De igual manera, desde la perspectiva de gerencia de proyectos se resalta la importancia que tiene para este estudio el uso y articulación de diferentes herramientas de gestión de proyectos tales como el DOFA, Canvas, encuesta y mapa de empatía como parte integral del proceso de identificación la idea de negocio “Alojamiento rural en Ecolodge tradicional”, su análisis y articulación de los diferentes elementos de cada herramienta y finalmente su depuración, hasta que la idea se transformó en un perfil de proyecto lo suficientemente claro de tal manera que amerite proceder con los respectivos estudios para evaluar su factibilidad y viabilidad, tales como estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, entre otros.

En este sentido, para Mendoza 2013, en su artículo “la estrategia del océano azul para emprendedores” concluye que el mapa de empatía en combinación con otras herramientas de



captura de información como la encuesta contribuyen a identificar la demanda no existente para un producto o servicio. (Mendoza, 2013).

Igualmente, Guerrero (2019), concluye que la herramienta DOFA permite que los proyectos empresariales dimensionen su entorno interno y externo, con el propósito final de contribuir al desarrollo sostenible, integrando ámbito técnico con el ético en el marco del engranaje con los involucrados, el en proceso de generación de identidad y confianza en la comunidad local, proyectada hacia el crecimiento empresarial. (Guerrero, 2019).

Por otra parte, Socorro, M y Reyes O., afirman que el modelo CANVAS además de ser una alternativa a la presentación, discusión y defensa de proyectos, es una herramienta diferente que facilita la enseñanza del proceso investigativo y la maduración de una idea de negocio en cualquier área, lo cual es una ayuda para estudiantes y emprendedores en el proceso de visualizar, escribir y completar sus proyectos de investigación con éxito. (Socorro, M y Reyes O. 2022).

## **Estudio Técnico**

### ***Localización del Ecolodge***

El análisis de localización se basa en los elementos del estudio de mercado y análisis del sector en los cuales se identifican la potencialidades par al el proyecto con cuentan corregimientos aledaños a la ciudad de Pasto, identificado recursos y atractivos ecoturísticos importantes y una oferta muy baja y mínima competencia; en este sentido el análisis de localización, se enfoca en encontrar la ubicación estratégica para el desarrollo del proyecto evaluando diferentes elementos y características de los corregimientos aledaños a la ciudad, los cuales se priorizan, según la última agenda turística publicada por la Alcandía de Pasto, los

cuales corresponden a los corregimientos de Morasurco, Buesaquillo, Cabrera, La Laguna, San Fernando, Mocondino, Jamondino, Obonuco, Genoy y El Encano. (Alcaldía de Pasto, 2018)

En el análisis se toman en cuenta diferentes factores de evaluación con base en estudios realizados para proyectos similares, entre los cuales se encuentran: disponibilidad y acceso a agua potable, Vía de acceso, Seguridad, disponibilidad de energía eléctrica, cobertura de comunicaciones, disponibilidad y precio del terreno rural, calidad del suelo, cercanía y presencia de atractivos naturales y culturales, disponibilidad de mano de obra y competencias las cuales se les asignó un determinado peso entre 0 y 1 y se califican en una escala de 1 a 5, los resultados obtenidos se detallan en la tabla 12

Con base en lo anterior, el proyecto Anakú Ecolodge ubicará estratégicamente en predio rural del corregimiento de Genoy – Sector San Juan, a 15 minutos de la ciudad San Juan de Pasto Capital del departamento de Nariño, levantada en las faldas del majestuoso Volcán Galeras con más de 480 años de historia, lo cual representa un enorme potencial para el Ecoturismo y turismo cultural con 20 atractivos identificados y caracterizados en el Plan estratégico de turismo de Naturaleza.

Iniciando la circunvalar al santuario de flora y fauna por el Noroccidente de la ciudad de Pasto, a solo 13 Km. se encuentra Genoy, un pequeño pueblo nariñense a 2700 msnm con una temperatura promedio 17 C, donde convergen las particularidades y belleza de la tradición campesina del sur de Colombia y además se puede disfrutar de la magia de la naturaleza, la relajación en pozos de aguas termales, hermosas cascadas y la energía alucinante del volcán Galeras.

**Tabla 12.***Matriz de localización.*

Corregimientos / Factores de localización		Agua	Accesibilidad	Seguridad	Energía eléctrica	Comunicaciones	Disp. Y \$ de terreno	Calidad del suelo	Atractivos naturales	Atractivos culturales	Mano de obra	Competencia	Total
Ponderación		0,2	0	0	0,1	0,1	0	0	0	0,15	0,1	0,1	1
Morasurco	Calificación	4	3	3	5	4	5	5	3	4	3	5	
	Puntuación	0,6	0	0	0,3	0,2	1	1	0	0,6	0,2	0,3	4
Buesaquillo	Calificación	3	5	4	5	5	1	5	3	4	4	5	
	Puntuación	0,5	1	0	0,3	0,3	0	1	0	0,6	0,2	0,3	3,8
Cabrera	Calificación	5	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	
	Puntuación	0,8	1	0	0,3	0,3	0	1	0	0,6	0,2	0,2	4,4
S. Fernando	Calificación	5	5	3	4	4	2	3	2	4	3	3	
	Puntuación	0,8	1	0	0,2	0,2	0	0	0	0,6	0,2	0,2	3,6
La Laguna	Calificación	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	
	Puntuación	0,8	0	0	0,2	0,2	0	0	0	0,6	0,2	0,2	4
Mocondino	Calificación	4	5	3	5	4	3	5	3	4	3	4	
	Puntuación	0,6	1	0	0,3	0,2	0	1	0	0,6	0,2	0,2	3,9
Jamondino	Calificación	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	
	Puntuación	0,6	0	0	0,2	0,2	0	0	0	0,6	0,2	0,3	3,8
Obonuco	Calificación	4	5	4	5	4	3	5	3	5	3	4	
	Puntuación	0,6	1	0	0,3	0,2	0	1	0	0,75	0,2	0,2	4,2
Genoy	Calificación	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
	Puntuación	0,6	1	1	0,3	0,3	1	0	1	0,75	0,3	0,3	4,8
El Encano	Calificación	5	4	5	5	3	4	5	5	5	3	3	
	Puntuación	0,8	0	1	0,3	0,2	0	1	1	0,75	0,2	0,2	4,5

Nota. En la tabla se detallan los resultados de la matriz de evaluación de localización del proyecto. Tomado como referente de Navas, R, 2020.

Los privilegiados alrededores proveen una atmósfera relajante que favorece el contacto con la naturaleza y el disfrute de diferentes aventuras lejos del ruido de la ciudad. El

Corregimiento hace parte de la estrella hidrográfica del Volcán Galeras, de cuyos paramos y

bosques altoandinos nubosos, nacen 6 quebradas que su recorrido forman espectaculares paisajes naturales adornados con cascadas como Maragato, Piedra laja ó leguas del Galeras, Charco del burro, entre otras.

El predio cuenta con los servicios básicos de agua potable, energía eléctrica, vía de acceso en buen estado y con la posibilidad de llegar en transporte público a través del Sistema Estratégico de Transporte Público de Pasto, es un lugar seguro, con disponibilidad de predios rurales para la venta y con promedio de precio menor que los demás corregimientos evaluados, cuenta con atractivos naturales cercanos tal como describió anteriormente, donde sobresale vista privilegiada a al Volcán Galeras, es un corregimiento con presencia de un resguardo indígena de la etnia de los Pastos que aun preservan su cultura y finalmente existe disponibilidad de mano de obra para la implementación y operación del proyecto y actualmente es inexistente competencia directa e indirecta con servicios sustitutos.

### ***Tamaño y Diseño del Ecolodge***

A partir de los datos de proyección del estudio mercado, a partir del número de pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares y visitantes extranjeros no residentes que llegan a Nariño y teniendo en cuenta la oferta de alojamientos y hoteles en Pasto y ciudades aledañas y adicionalmente que no todas la personas de las características mencionadas llegan por turismo, se aspira acoger al 1.12% del mercado con un crecimiento anual similar al de la proyección de población que llega por vía aérea a Nariño es decir el 12%.

De igual manera para determinar el tamaño del Ecolodge se tuvo en cuenta la temporada alta y baja de viajeros al departamento de Nariño, determinado con base en datos de la Caja de Compensación Familiar de Nariño que la temporada alta se presente entre los meses de

diciembre y enero y semana santa, a partir de lo cual se determina que la mayor demanda de alojamiento se da entre el 15 de diciembre y el 15 de enero y la semana santa con un promedio de 5 semanas de temporada alta, es decir un total de 35 días. Y la temporada baja se encuentra entre los meses de enero y noviembre con excepción de semana santa, temporada en la cual el servicio se prestaría únicamente los fines de semana calculando en promedio una noche por fin de semana, es decir un total de 47 días. No obstante, el servicio de alojamiento, restaurante y experiencias se podrá habilitar entre semana únicamente con reservación, lo cual para efectos de análisis de costos no se contempla.

Con base en lo anterior y con la proyección de iniciar enfocándose en el 1,13% del mercado, se plantea iniciar alojando 65 personas por día en temporada alta y 26 personas por día en temporada baja con un porcentaje de ocupación de 63% y 25% respectivamente, lo cual se plantea un crecimiento del 12% anual con una meta de ocupación del 98% y 39% respectivamente en el año 2027. Tal como se puede apreciar en la tabla 13.

**Tabla 13.**  
*Tamaño del proyecto*

Año	Crecimiento proyectado No. Personas	Meta total personas alojadas por año	% del mercado	Personas alojadas T. alta /día	Personas alojadas T. baja/día	Porcentaje de ocupación en temporada alta	Porcentaje de ocupación en temporada baja
2023	311.128	3.497	1,12	65	26	63%	25%
2024	345.796	3.917	1,13	73	29	70%	28%
2025	386.284	4.387	1,14	82	33	78%	31%
2026	432.590	4.913	1,14	91	37	88%	35%
2027	484.716	5.503	1,14	102	41	98%	39%

Nota. La tabla muestra el tamaño proyectado el proyecto discriminado por meta de temporada alta y baja. Fuente elaboración propia.

Anakú Ecolodge será un alojamiento con dimensiones acogedoras, la cual es una construcción tradicional campesina, tipo choza en armonía con la cultura de la comunidad rural de los años 30 del municipio de Pasto, equipado con las comodidades de un alojamiento moderno y diseñado bajo los principios de la sostenibilidad e integrado a la naturaleza, de acuerdo a los principios y reglamentos establecidos en la norma sectorial colombiana NTSH 008, de alojamientos rurales, requisitos de planta y servicios, así como, la Guía de buenas prácticas en sostenibilidad en el turismo de naturaleza – Alojamientos.

Anakú se considera un servicio de alojamiento rural pequeño por cuanto su capacidad máxima será de 104 personas entre habitaciones y zona de campin en temporada alta y una capacidad mínima de 26 personas. En términos de infraestructura, Anakú Ecolodge se construirá con materiales rústicos, disponibles en la región; además de emplear el madera y tierra base como base para la construcción de los Ecolodges, se empelará un estilo casi moderno, en armonía con la naturaleza a través de técnicas de construcciones tradicionales de la comunidades campesinas autóctonas y diseños arquitectónicos. Se dispondrá de manejo integral de recursos como el agua, vertimientos, ahorro de energía eléctrica, además se contará con servicio de internet de buena calidad y vía de acceso en buen estado.

### ***Equipos y Maquinaria Requeridos***

El requerimiento de equipos y maquinaria para el proyecto hacen referencia básicamente a los equipamientos de las habitaciones de Ecolodges tales como televisores led de 40”, sistema de calefacción, minibar, teatro en casa, proyector, kit de iluminación led para zona de camping, proyector video bean y sonido para maloca de eventos y reuniones, lámparas led, estufas a gas, hornos microondas, electrodomésticos de cocina como batidora, licuadora, cafetera, congelador,

refrigerador, equipos de oficina como computadores, celulares, datafonos, caja registradora, sistema de cámaras y monitoreo, sistema fotovoltaico para producción de energía, entre otros. Estos requerimientos se elaboraron con base las tres áreas operación del mismo: área misional, estratégica y de apoyo; tiene un costo total de \$90.020.000, de los cuales \$59.160.000 corresponden al área misional, \$8.860.000 corresponden al área estratégica y la suma de \$22.000.000 al área de apoyo. Los detalles de los equipos requeridos clasificados por área se pueden detallar en el apéndice D.

### ***Muebles y Enseres Requeridos***

Los muebles y enseres para este proyecto hacen referencia básicamente a los elementos para adecuación de las habitaciones de los ecolodges, la zona de camping, la maloca de eventos y reuniones, zona Barbiquiu, lavandería, restaurante, holl y recepción, huerta orgánica, senderos, sala de juntas, gerencia, bodega, etc. tales como: colchones kinng, cams dobles en madera, nocheros, closet en madera, sofás cama doble home, reclinables, tocadores, juegos de sábanas y cobijas térmicas, almohadas, lámparas de mesa, percheros, cuadros decorativos, carpas sleeping, combos sanitario, lavamanos, grifería ahorradores de agua, estantes, utensilios de cocina, mesas de cocina, muebles del holl, jarrones de flores, sillas, estantes de madera, biblioteca, entre otros. Estos requerimientos se elaboraron a partir de las áreas de operación del proyecto, el costo total del mismos asciende a \$248.590.200, de los cuales \$234.375.200 corresponden al área misional, \$6.400.000 al área estratégica y 7.815.000 al área de apoyo. El detalle de los muebles y enseres clasificados por área se detalla en el apéndice E.

### ***Bienes Inmuebles (Construcciones y Adecuaciones)***

Los bienes inmuebles del proyecto hacen referencia básicamente a construcciones y adecuaciones necesarias para iniciar la operación, así como también la construcción de los ecolodges tradicionales y diseño de los mismos, jardines, senderos, juegos infantiles, licencia de construcción, concesión de agua, permiso de vertimientos, registro legal del proyecto, instalaciones de equipos, muebles y enseres en las áreas de operación del proyecto, construcción de maloca y área de eventos, adecuación de zona de camping entre otros. Los bienes inmuebles tienen un costo total de \$163.310.000, de los cuales se \$159.000.000 corresponden al área misional, \$460.000 corresponden al área estratégica y la suma de \$3.850.000 corresponden al área de apoyo. Los detalles de estos requerimientos de bienes inmuebles clasificados por área se describen en el apéndice F.

### ***Terrenos***

**Tabla 14.**  
*Resumen de requerimientos*

<b>Descripción</b>	<b>Área misional</b>	<b>Área estratégica</b>	<b>Área de apoyo</b>	<b>Total</b>
Equipos y maquinaria	\$ 59.160.000	\$ 8.860.000	\$ 22.000.000	\$ 90.020.000
Muebles y enseres	\$ 234.375.200	\$ 6.400.000	\$ 7.815.000	\$ 248.590.200
Inmuebles (construcciones y adecuaciones)	\$ 159.000.000	\$ 460.000	\$ 3.850.000	\$ 163.310.000
Terrenos	\$ 84.000.000	\$ 24.000.000	\$ 12.000.000	\$ 120.000.000
<b>Total</b>	<b>\$ 452.535.200</b>	<b>\$ 15.720.000</b>	<b>\$ 33.665.000</b>	<b>\$ 621.920.200</b>

Nota. En la tabla se muestra un resumen de los requerimientos del proyecto por área y con una proyección de costo por cada uno. Fuente elaboración propia.

Corresponde esencialmente a la selección y adquisición de un terreno que cumpla con los requerimientos para el montaje del proyecto tales como: área, la localización, acceso a servicios



públicos, área natural con bosque secundario entre otros. El lote es de aproximadamente una hectárea con un costo aproximado de \$120.000.000 millones, del área total el 70% se empleará para el área misional es decir 7.000 m<sup>2</sup> y 20% y 10% restantes corresponderán al área estratégica y de apoyo respectivamente. A continuación, en la lata tabla 14 se resumen los costos de requerimientos clasificados por área:

### ***Capital Humano Del Ecolodge***

La construcción de la infraestructura del alojamiento se realizará a través de contrato de obra, por tanto, no se detalla el personal requerido y sus funciones específicas para el desarrollo del mismo; no obstante, es importante mencionar que en esta fase de construcción el proyecto requiere de un arquitecto y su equipo de trabajo para el diseño del estructura y posteriormente maestros de construcción y personal de apoyo en mano de obra no calificada, para lo cual, el empleo de mano de obra local tendrá prioridad.

El capital humano requerido para la operación Anakú Ecolodge está conformado por un gerente general y dos auxiliares administrativos, una recepcionista, un técnico en guianza de turismo de naturaleza, un Chef y dos auxiliares de cocina, un mesero y una persona encargada de aseo y servicios generales.

### ***Materia Prima E Insumos Del Ecolodge***

A continuación, se describen principales insumos y materiales que necesitan en el proyecto organizados por los principales procesos productivos tales como alojamiento, restaurante y experiencias, en este sentido, es importante mencionar que los costos de los requerimientos se calcularon con base en el promedio por persona alojada por noche, alimentación ó experiencia, lo cual se detalla en la tabla 15.

**Tabla 15.***Requerimiento de materias primas e insumos*

<b>Materia prima, Insumos, Servicios</b>	<b>Tipo</b>	<b>Alojamiento</b>	<b>Alimentación saludable</b>	<b>Experiencias</b>
Papel higiénico ecológico	Insumo	1		
Champo	Insumo	1		
Jabón de baño	Insumo	1		
Toallas de cuerpo	Insumo	1		
Tallas de mano	Insumo	1		
Netflix -hora	Servicio	24		
Servicio de internet – hora	Servicio	24		
Insumos de aseo y limpieza de los ecolodges y carpas	Insumo	1		
Embutidos vegetarianos (Proteína vegetal)	Insumo		1	
Verduras orgánicas	Materia prima		1	
Carbohidratos (papa, yuca, plátano, arroz)	Materia prima		1	
Frutas orgánicas de la región	Materia prima		1	
Condimentos y alinios naturales	Materia prima		1	
Café especial orgánico de origen Nariño	Insumo		1	
Aromáticas naturales y frescas	Materia prima		1	
Insumos de aseo y limpieza de cocina	Insumo		1	
Servilletas	Insumo		1	
Botas de caucho	Insumo			1
Impermeables	Insumo			1
Portacomidas	Servicio			1
Potillos para agua	Insumo			1
Guantes térmicos	Servicio			1
Barras energéticas	Insumo			1
Insumos de aseo y limpieza	Insumo			1

Nota. En la tabla se muestra el requerimiento mínimo de materias prima e insumos por cada servicio ofertado. Fuente propia con base en cálculos de una persona alojada por noche con alimentación y experiencia.

Encontrando que el valor de insumos y materias primas aproximado por persona para un alojamiento diario corresponde a \$30.300, para una comida de \$ 20.200 y una experiencia corresponde a \$ 50.400.

### ***Proceso Productivo del Ecolodge***

La principal actividad operacional del proyecto Anakú Ecolodge se origina desde el estudio mercadeo en el cual se analizan una líneas de producción clasificadas como misionales, estratégicas y de apoyo, básicamente está orientada a brindar, servicio de alojamiento, servicio de alimentación saludable –Restaurante vegetariano y el Servicio de experiencias ecoturísticas, los cual se gestionarán en el marco de la teoría de procesos estratégicos, misionales y de apoyo, en este sentido y con el propósito de analizar la interacción de los mismos, se ha desarrollado el mapa de procesos que se detalla en la figura 25.

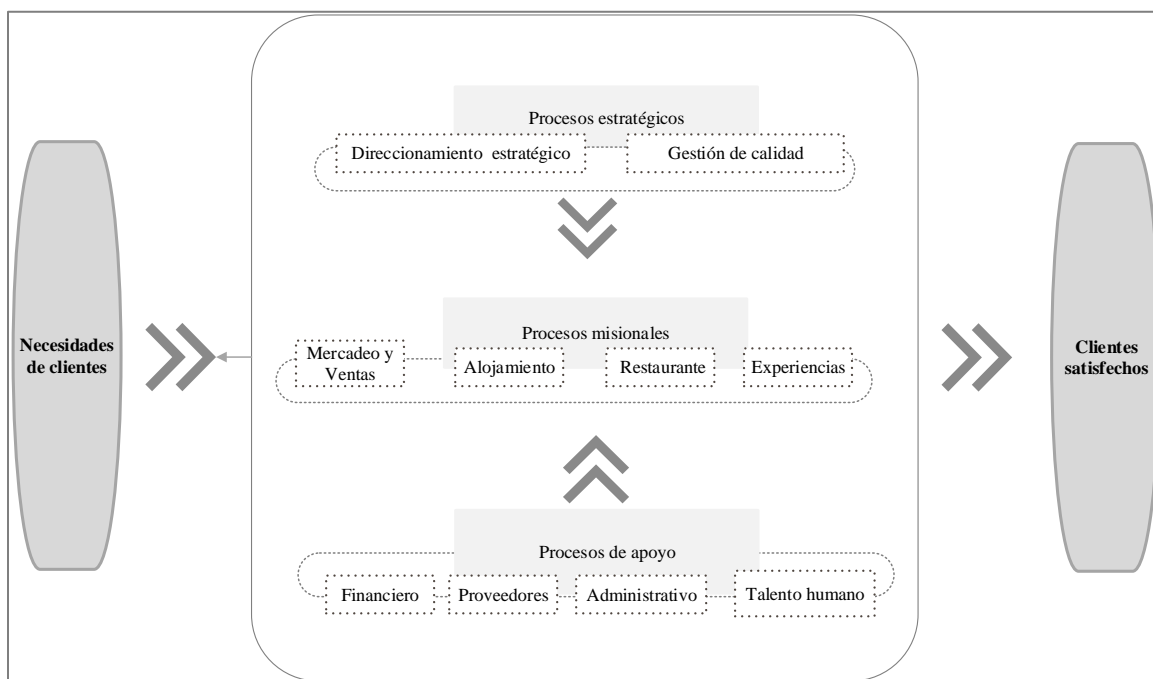
Inicialmente los procesos estratégicos del Anakú Ecolodges, direccionamiento estratégico y gestión de calidad encargados de trazar la dirección y gestión del proyecto, a través de la estructuración de metas a corto, mediano y largo plazo.

Como procesos misionales se encuentran ventas, en el cual inicia con el todo proceso de imagen, marketing y busca materializar la máxima conversión de ventas e ingreso para el proyecto. El proceso de alojamiento fundamental para la generación de ingresos del proyecto, e cual se relaciona de manera directa con los dos procesos misionales restantes como son el restaurante y experiencias; sin embargo, tanto los procesos de reiterante y experiencias puede gestionase por separado es decir, que un cliente puede optar por éstos dos últimos o uno de ellos sin necesidad de alojarse en el Ecolodges, lo cuatro proceso constituyen el espíritu del proyecto, de gestión adecuada depende el éxito del proyecto.

Finalmente, los procesos financieros, proveedores, administrativo y talento humano forman parte importante del soporte de ejecución de la operación del proyecto, a través de una adecuada estructura y gestión de costos, de los proveedores de insumos necesarios, el componente administrativo y la gestión del talento humano para la operación del alojamiento en el marco de las metas planteadas.

### Figura 25

*Mapa de procesos.*

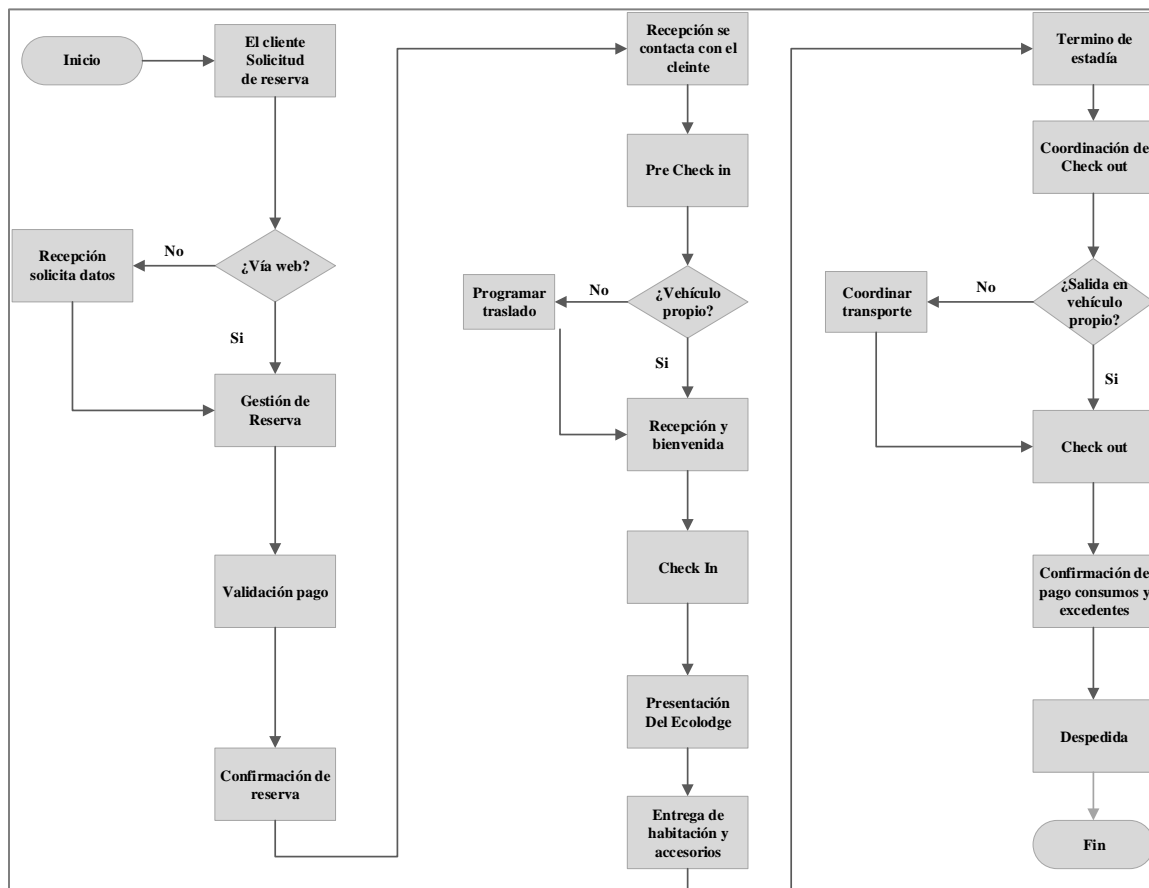


Nota. La figura muestra el mapa de procesos del proyecto organizado por proceso misionales, estratégicos y de apoyo con su respectiva interrelación. Tomado de fuente propia.

En este sentido, se estructura tres diagramas de flujo de cada servicio ofertado, a partir de los cuales se pueden combinar las siguientes líneas de servicios: 1). Servicio de alojamiento y restaurante, 2). Servicio de restaurante vegetariano saludable, 3) Servicio de experiencias más servicio de alimentación – Restaurante y 4) Servicio de alojamiento, restaurante y experiencias.

Figura 26

Diagrama de flujo servicio de alojamiento

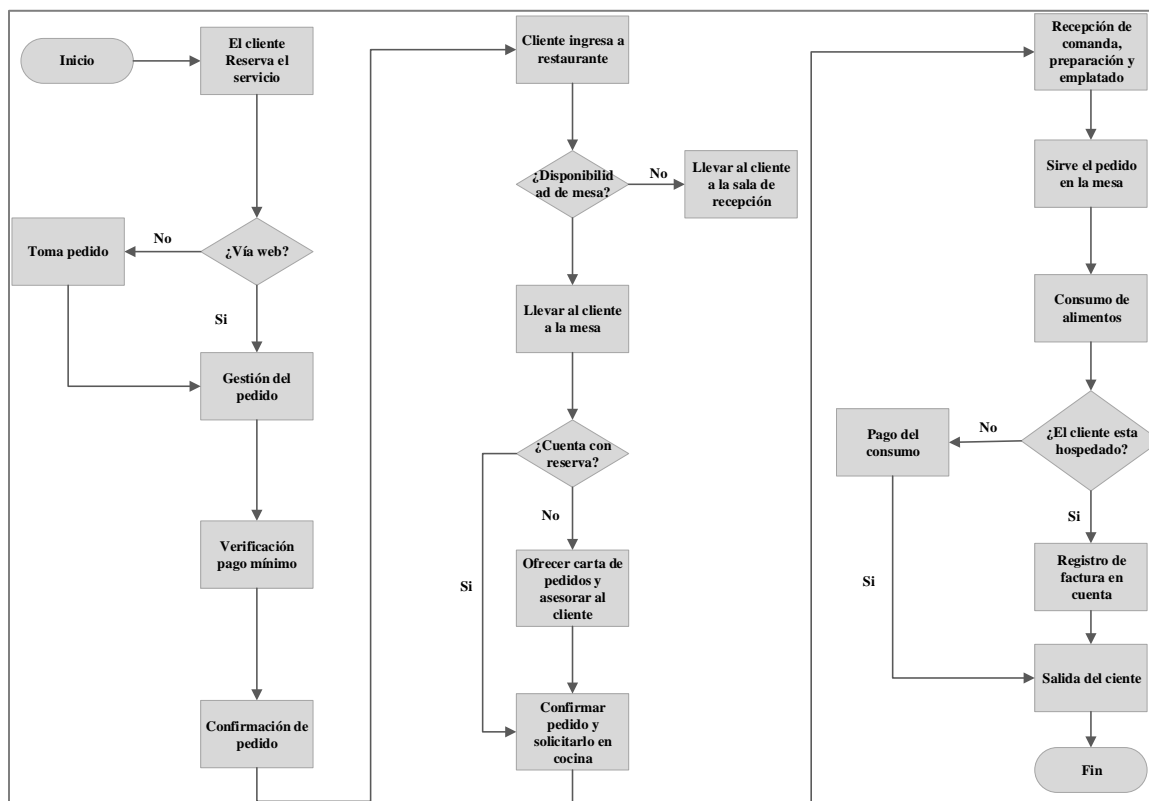


Nota. La figura muestra el diagrama de flujo del servicio de alojamiento del proyecto en el marco del mapa de procesos. Tomado de fuente propia.

En el diagrama se detalla tres elementos el primero de ellos es la reserva desde el inicio hasta la confirmación de la misma, posteriormente el check in hasta la entrega de la habitación con sus accesorios y finalmente el check out que culmina con la despedida del huésped.

Figura 27

Diagrama de flujo servicio de restaurante



Nota. La figura muestra el diagrama de flujo del servicio de restaurante saludable en el marco del mapa de procesos. Tomado de fuente propia.

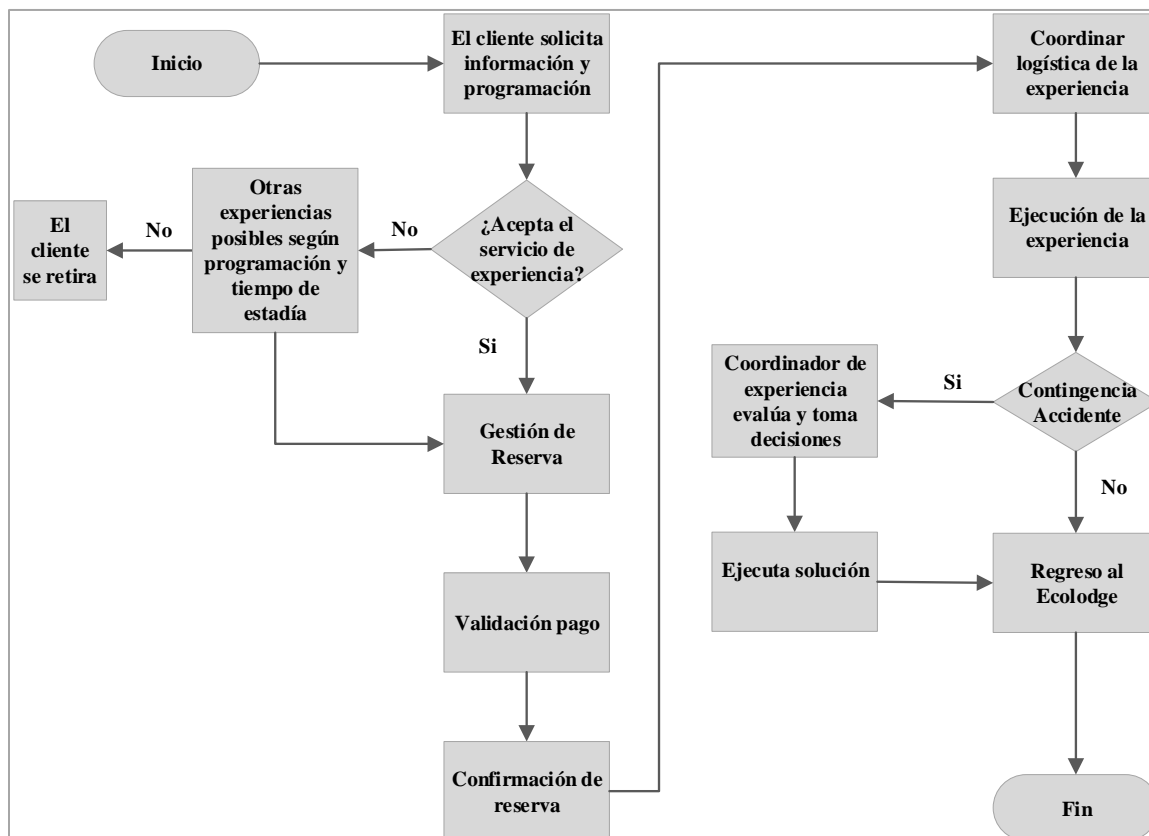
En el diagrama de flujo del servicio de restaurante también se identifican tres momentos, el primero de ellos es la reserva y confirmación de la misma, el segundo de ellos es la toma del pedido ya en las instalaciones del restaurante y finalmente el consumo de los alimentos, pago del servicio o registro del mismo en la cuenta y final el retiro del cliente.

El servicio de experiencias ecoturísticas inicia con la solicitud del cliente e información adicional de por parte del equipo de proyecto, gestión y confirmación de la reserva, posteriormente se articula toda la logística para el desarrollo de la misma, se ejecuta la misma

aplicando los protocolos establecidos para la misma y finalmente se regresa al Ecolodge o se retira del mismo cuando no continua el hospedaje.

**Figura 28**

*Diagrama de flujo experiencias*



Nota. La figura muestra el diagrama de flujo del servicio de experiencias en el marco del mapa de procesos. Tomado de fuente propia.

### ***Distribución del Ecolodge***

Con respecto a la distribución de las áreas, se determinó considerar básicamente la infraestructura como elemento mediador del servicio con una adecuada asignación de espacios, en busca de tener una infraestructura adecuada para que los huéspedes dispongan de un acceso fácil a los diferentes servicios que se ofrecerán en Anakú Ecolodge. En este sentido, se plantea

que la zona de ingreso tenga fácil acceso al parqueadero y administración para el registro adecuado, además de recibir toda la información acerca de los servicios que se ofrecen. La zona de servicios como restaurante y estacionamiento contarán con recorridos fáciles y acceso apropiado a los Ecolodges con pasillos y senderos amplios y seguros. En el área administrativa se contará con todos los elementos básicos para el equipo de colaboradores, sala de espera, sala de juntas y almacén. En el área de alojamiento se encuentran cabañas tipo chozas equipadas con todos los elementos para brindar comodidad y confort a los visitantes y una zona de camping equipada con dos baños y duchas para los huéspedes que prefieran este servicio y finalmente en las áreas abiertas el proyecto contará con amplios jardines con plantas ornamentales nativas de la zona, un bosque secundario en proceso de regeneración con un sendero diseñado técnicamente para su recorrido, una amplia huerta orgánica para producción de alimentos que se preparan en el restaurante, una zona de Barbiquiu, Una maloca de para eventos y reuniones y una área de juegos infantiles.

El área total del proyecto corresponde a 5.945,50 M2 para la determinación de la distribución del Ecolodge se parte del análisis de las instalaciones que se ofrecerán a los huéspedes y visitantes, para lo cual se analizan tres áreas; la primera corresponde al área misional que determina a los espacios claves para la operación rentable del proyecto y se determina en función a la demanda y la reglamentación establecida en la norma sectorial colombiana NTSH 008 para alojamientos rurales, así como también, la Guía de buenas prácticas en sostenibilidad para turismo de naturaleza – Alojamientos. La segunda, corresponde al área estratégica que se proyecta con base en el tamaño promedio estimado para el área administrativa



de un alojamiento pequeño; y la tercera, corresponde al área de apoyo que incluye aquellos espacios necesarios para una operatividad eficaz y eficiente del proyecto.

**Área Misional.** Corresponde básicamente al área de alojamiento requerida para Ecolodge en metros cuadrados que garantice la comodidad los visitantes e incluye espacios como las habitaciones en su la respectivas Chozas, zona de camping, maloca o salón de eventos y reuniones, zona barbiquiú, holl- recepción cocina, Lavandería, restaurante, una bodega, una zona de bosque en proceso de conservación con un sedero ecológico, una huerta orgánica para el abastecimiento del restaurante y el parqueadero. El área corresponde a 5.006,0 M2, distribuidos en 4 cabañas tipo Choza con 4 habitaciones independientes cada una para un total de 16 habitaciones equipadas con cama doble, baño privado, wi fi , agua caliente entre otros, pensada en una capacidad mínima de 32 personas con la posibilidad de acomodación de 4 personas máximo por cada habitación es decir una capacidad máxima en habitación de 64 personas, adicionalmente una zona de camping con capacidad máxima de 10 carpas para 4 personas como máximo, es decir una capacidad máxima de 40 personas en la zona de campin, con lo cual en el Ecolodge en su máxima capacidad puede alojar a 104 personas. La distribución del área misional se detalla en la tabla 16.

**Tabla 16.**  
*Área misional*

DESCRIPCIÓN	AREA M2	AREA BAÑO M2	TOTAL M2	CANTIDAD	AREA TOTAL M2
Habitación Ecolodges	26	4,5	30	16	480
Zona de Camping	40	9	49	10	49
Maloca de eventos y reuniones	300	4,5	305	1	305
Zona Barbiquiu	200	-	200	1	200
Cocina	60	-	60	1	60

DESCRIPCIÓN	AREA M2	AREA BAÑO M2	TOTAL M2	CANTIDAD	AREA TOTAL M2
Lavandería	50	-	50	1	50
Restaurante	150	-	150	1	150
Holl – Recepción	80	3	83	1	83
Bodega	50	-	50	1	50
Zona de bosque – sendero	2.500	-	2.500	1	2.500
Huerta orgánica	1.000	-	1.000	1	1.000
Parqueadero	80	-	80	1	80
<b>Total</b>	<b>4.536</b>	<b>21</b>	<b>4.556</b>	<b>36</b>	<b>5.006,0</b>

Nota. La tabla muestra el requerimiento metros cuadrados por cada espacio del área misional.

Fuente elaboración propia.

**Área estratégica.** El área requerida corresponde a 74,5 M2 en la cual se incluyen espacios elementales tales como oficina administrativa, sala de juntas, sala de espera y un baño y materiales requeridos para la operación del proyecto; las áreas específicas se detallan en el la tabla 17.

**Tabla 17.**  
*Área estratégica*

DESCRIPCIÓN	AREA M2
Oficina gerencia y equipo administrativo	30
Sala de juntas	30
Sala de espera	10
Baño	4,5
<b>Total</b>	<b>74,5</b>

Nota. La tabla muestra el requerimiento metros cuadrados por cada espacio del área estratégica.

Fuente elaboración propia.

**Área de apoyo.** Corresponde 865 M2 de áreas como sala de máquinas y herramientas, jardines, zona de juegos infantiles, área de servicios temporales como mantenimiento y aseo y

una bodega general, las cuales requieren para contribuir con la operación del proyecto en puntos o momentos específicos de la misma. El detalle de las áreas se muestra en la tabla 18.

**Tabla 18.**

*Área de apoyo*

DESCRIPCIÓN	AREA M2
Sala de máquinas y herramientas	30
Jardines	600
Zona de juegos infantiles	200
Bodega general	15
Área de servicios temporales: Mantenimiento y aseo	20
<b>Total</b>	<b>865</b>

Nota. La tabla muestra el requerimiento metros cuadrados por cada espacio del área de apoyo.

Fuente elaboración propia.

### ***Costos Del Ecolodge Materia Prima, Equipos***

A partir de la estructuración del mapa de procesos y las líneas de producción del proyecto en los ítems anteriores se determinó un cálculo aproximado de materias primas y equipos que se requieren por personas por noche para el caso de alojamiento, restaurante y/o experiencias de Anakú Ecolodges, de lo cual es importante resaltar que el total para estos dos elementos corresponde a \$100.900, siendo las experiencias y el alojamiento los más representativos con el 85% aproximadamente, los valores se pueden detallar en la tabla 19.

**Tabla 19.**

*Requerimiento de materias primas e insumos - Persona/noche*

Pro.	Descripción	Can.	Precio Unitario	Costo Total
Alojamiento	Papel higiénico ecológico	1	\$ 2.000	\$ 2.000
	Champo	1	\$ 3.000	\$ 3.000
	Jabón de baño	1	\$ 2.000	\$ 2.000
	Toallas de cuerpo	1	\$ 1.000	\$ 1.000

Pro.	Descripción	Can.	Precio Unitario	Costo Total
	Toallas de mano	1	\$ 500	\$ 500
	Servicio de internet – hora	24	\$ 500	\$ 12.000
	Netflix – hora	24	\$ 200	\$ 4.800
	Insumos de aseo y limpieza de los ecolodges y carpas	1	\$ 5.000	\$ 5.000
	<b>Subtotal</b>			<b>\$ 30.300</b>
Restaurante	Embutidos vegetarianos (proteína de origen vegetal)	1	\$ 4.000	\$ 4.000
	Verduras orgánicas	1	\$ 2.000	\$ 2.000
	Carbohidratos papa, yuca, plátano	1	\$ 2.000	\$ 2.000
	Frutas orgánicas de la región	1	\$ 3.000	\$ 3.000
	Condimentos y aliños naturales	1	\$ 1.000	\$ 1.000
	Café especial y orgánico de origen Nariño	1	\$ 5.000	\$ 5.000
	Aromáticas naturales y frescas	1	\$ 2.000	\$ 2.000
	Insumos de aseo y limpieza de cocina	1	\$ 1.000	\$ 1.000
	Servilletas	1	\$ 200	\$ 200
		<b>Subtotal</b>		
Experiencias	Botas de Caucho	1	\$ 1.000	\$ 1.000
	Impermeables	1	\$ 2.000	\$ 2.000
	Porta comidas	1	\$ 2.000	\$ 2.000
	Guantes térmicos	1	\$ 2.000	\$ 2.000
	Potillos para agua	1	\$ 15.000	\$ 15.000
	Barras energéticas	1	\$ 4.000	\$ 4.000
	Insumos de aseo y limpieza	1	\$ 3.000	\$ 3.000
		<b>Subtotal</b>		
	<b>Total</b>			<b>\$ 100.900</b>

Nota. En la tabla se muestra el costo del requerimiento mínimo de materias prima e insumos por cada servicio ofertado. Fuente propia con base en cálculos de una persona alojada por noche con alimentación y experiencia.

### *Análisis del Estudio Técnico del Ecolodge*

El estudio técnico de Anakú Ecolodge permitió determinar la mejor ubicación del proyecto, a partir de análisis de factores como la disponibilidad de agua, el acceso, la seguridad, el accesos a energía eléctrica y comunicaciones, la disponibilidad y precios del terreno, calidad

del suelo, recursos y atractivos turísticos, disponibilidad de mano de obra, entre otros, concluyendo que el corregimiento del Genoy ubicado a en las faldas del volcán galeras a 15 minutos de la ciudad de Pasto es mejor lugar con calificación de 4,8; así como también y con base en el estudio de mercado se determinó el tamaño del Ecolodge en temporada alta de 65 personas por día y 26 personas para temporada baja en el cual el proyecto únicamente operaría los fines de semana y con una proyección de crecimiento del 12% anual el proyecto en el año 2027 alcanzaría una ocupación de 98% en temporada alta y del 39% en temporada baja, la infraestructura consistiría básicamente en 4 ecolodges tipo choza con 4 habitaciones dobles independientes cada uno y una zona de campin con una capacidad mínima de 10 carpas de máximo 4 personas cada una. El área requerida para el proyecto corresponde 5.945 M2 distribuidos en área misional, estratégica y de apoyo en el marco de las cuales se estructuró el mapa de procesos iniciando con ventas, alojamiento, restaurante y experiencias en los misionales los cuales ya cuentan con sus respectivos diagramas de flujo, direccionamiento y gestión de calidad como procesos estratégicos y finalmente los procesos financieros, proveedores, administrativo y talento humano como de apoyo. De igual manera se determinaron costos promedio de equipos, muebles, enseres, construcciones, adecuaciones, insumos y materias primas.

Con base en el análisis de los anteriores elementos, se puede determinar que el proyecto técnicamente es factible, por cuanto los insumos y materiales requeridos para su construcción y operación no alteran de manera significativa el entorno natural y social, que es ADN de los Ecolodge.

Desde la perspectiva de gerencia de proyectos, el uso y articulación de los elementos de herramientas de gestión de proyectos tales como diagramas flujo, mapas de procesos, matrices de

identificación y evaluación, entre otros para la estructuración del estudio técnico, permite una visual completa de la operación del proyecto identificando los requerimientos de materiales, insumos, muebles e inmuebles, cada uno de los servicios ofertados y como se gesta la operación de cada uno y como se agrupan en un mapa de procesos misionales, estratégicos y de apoyo; lo cual se traduce finalmente en ventaja para el gerente que en todo momento debe tomar decisiones acertadas en marco de implementación de acciones correctivas, preventivas o de mejora para el proyecto.

En este sentido, Núñez M, et al, en su estudio denominado “Elementos de influencia en la toma de decisiones entre directores comerciales en empresas familiares” concluyen que los diagramas de flujo permiten realizar diagnósticos de la manera como se toman decisiones empresariales, así como también, son útiles para identificar como los diferentes elementos de un sistema o subsistema interactúan entre sí. (Núñez M. et al, 2019). Por otra parte, Jorna A, et al, concluyen que la elaboración de un diagrama de flujos permite una visibilidad mayor de las tareas y actividades que se ejecutan en el marco de un proceso de atención, de igual manera, afirman que con esta herramienta los procesos operativos se identificaron con más frecuencia que los de apoyo y los estratégicos. (Jorna A, et al, 2021)

### **Estudio Organizacional**

Anakú Ecolodge se organizará en el marco de una estructura sencilla liderada por un Gerente de proyectos, con el apoyo de dos auxiliares encargados de liderar procesos específicos, un chef, una recepcionista, un técnico en guianza turística, personal de aseo, auxiliares de cocina y meseros. A continuación, se detalla la planificación del proyecto, la organización del mismo, la dirección y control del proyecto como parte integral del estudio organizacional.

### ***Planificación del Alojamiento Ecolodge***

Con base en los resultados favorables del estudio de mercado y el estudio técnico los cuales permite seguir adelante con el proyecto, se plantea el estudio organizacional, en el marco del cual se proyecta a Anakú Ecolodge como el primer alojamiento rural ecológico en Nariño en un área rodeada de naturaleza y cultura campesina nariñense donde los visitantes disfrutar un ambiente de armonía y tranquilidad. En este sentido, a continuación, se presentan los principios organizacionales orientadores desde inicio de la construcción de proyecto hasta su operación, la estructura organizacional se regirá por la lógica basada en Planear, Hacer, Verificar, Actuar, la cual contribuirá a no incurrir en gastos innecesario que pueden poner en riesgo el proyecto, en el marco del maco del mapa de procesos desarrollado en el estudio técnico el cual se detalla en la figura 15, en el marco de un sistema con entradas, proceso estratégicos, misionales y de apoyo con el propósito de generar una única salida que se traducen el clientes satisfechos.

A continuación, se relacionan la misión, visión y objetivos del proyecto que permitirán a todos los interesados articularse y contribuir eficientemente en el éxito del mismo.

**Misión.** Ofrecer una alternativa de alojamiento rural ecológico enfocado en brindar los visitantes una experiencia única e inolvidable a través de la comodidad y gastronomía saludable en armonía con la conservación de la vida, disfrutando así el contacto con la naturaleza y la cultura nariñense en un ambiente acogedor, manteniendo un equilibrio entre la autenticidad y modernidad en el marco de un servicio de calidad.

**Visión.** Consolidar para el 2030 a Anakú Ecolodge como una empresa de alojamiento sostenible referente de Nariño, que ofrezca una experiencia única de descanso en contacto directo con la naturaleza y la cultura campesina del sur de Colombia, en el marco de un servicio de calidad en

la industria hospitalaria y de gastronomía saludable en armonía con la naturaleza y su conservación.

### **Valores.**

**Responsabilidad.** Asumir con empoderamiento cada una de las actividades encomendadas en pro del éxito del proyecto empresarial.

**Trabajo en equipo.** Trabajo ejecutado de manera articulada por todos integrantes del equipo, en el cual el aporte de cada uno es fundamental para brindar un buen servicio a los clientes en el marco de los objetivos planteados, en donde el compañerismo y entusiasmo permiten el éxito del proyecto.

**Perseverancia.** Enmarca en la constancia para conseguir los objetivos planteados Anakú Ecolodge en los procesos misionales, estratégicos y de apoyo, manteniendo firmeza en la ejecución de los mismos hasta su ejecución satisfactoria sin importar las adversidades que se puedan presentar.

**Disciplina.** Enmarcada en el respeto de las reglas establecidas en Anakú Ecolodge, incluyendo la puntualidad, articularse con el plan estratégico de la empresa, planteamiento de objetivos concretos y alcanzables y cuidar y conservar cada uno de los recursos de la empresa.

**Coherencia.** Coherencia entre lo que se piensa (planea), dice y hace como la mejor manera de enseñar – el ejemplo.

### **Objetivos.**

Brindar alternativa de alojamiento rural ecológico en armonía con la conservación de la vida, con crecimiento el 12% anual en sus ventas tanto en las tres áreas misionales del proyecto alojamiento, alimentación saludable y experiencias.



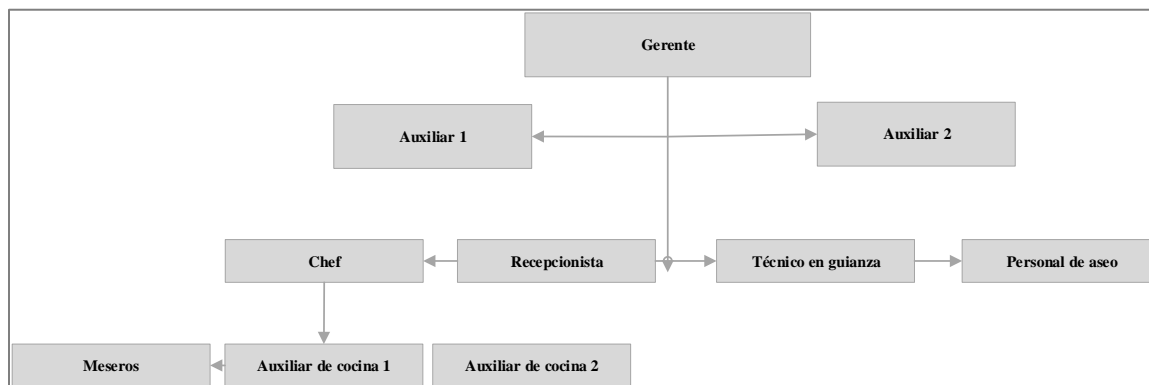
Establecer una estrategia de marketing digital robusta que permita el ingreso del proyecto al sector y alcanzar un crecimiento mínimo del 12% anual hasta alcanzar su máxima capacidad de carga en el 2026 con base en el estudio de mercado y técnico.

### ***Organización del Alojamiento Ecolodge***

A continuación, se describe los requerimientos organizacionales para la operación de Anakú Ecolodge, principalmente los cargos e idoneidad y organización de los mimos con sus funciones principales, en el marco de misión y visión del proyecto empresarial planteadas anteriormente.

### **Figura 29**

#### *Estructura organizacional*



Nota. La figura muestra la estructura organizacional del proyecto para su implementación.

Tomado de fuente propia.

Teniendo en cuenta que en principio el proyecto no contará con muchos trabajadores estructura organizacional horizontal sencilla como una de las alternativas más efectiva y fácil de organizar a corto plazo, conformado así líneas de mando evitando la burocracia, de tal manera que se dé una respuesta rápida a los incidentes y permita tomar de decisiones de manera

oportuna, generando así un aprendizaje continuo en el equipo del proyecto. A continuación, en la figura 29 se presenta la estructura organizacional del proyecto.

En la figura 29 se puede apreciar que Anakú Ecolodges estará liderado por un Gerente de proyectos, inicialmente con el apoyo de dos auxiliares encargados de liderar el primero de ellos el proceso administrativo (planeación, seguimiento y evaluación de las actividades del proyecto), el segundo encargo directamente de la operación de los procesos misionales del proyecto tales como ventas, alojamiento, restaurante y experiencias.

Cada uno de los cargos definidos anteriormente deberá ejecutar un conjunto de funciones específicas, parte de las cuales se describen en la tabla 20; con propósito final de contribuir a que la calidad y eficiencia del servicio al cliente sea el mejor, buscando fidelizar los por la calidad del servicio soportado en proceso de innovación de combina de manera perfecta lo auténtico con la comodidad.

**Tabla 20.**

*Manual general de funciones*

<b>Cargo</b>	<b>Funciones</b>
Gerente	Representar legalmente al proyecto, seleccionar personal competente, planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas, ejercer liderazgo dinámico y desarrollar un ambiente de trabajo positivo, velar por el cumplimiento de la misión, visión, políticas y normas de la empresa, seguimiento técnico, económico y comercial del proyecto, dirigir, coordinar y controlar la gestión gestionar nuevas alianzas estratégicas, ordenar el pago de sueldos y salarios y control de horarios establecidos
Auxiliar 1	Depende de la Junta de Accionistas a quien debe responder por el cumplimiento de sus funciones. Elaboración de informes con indicadores, Coordinación y gestión con agencias de viaje, gestión de almacén, contabilidad y compras de materia prima e insumos
Auxiliar 2	Gestión de relaciones directa con clientes, supervisión de servicios y gestión de horarios nocturnos e instalaciones y gestión de requerimiento de talento humano.
Recepcionista	Recepción, orientación y registro de clientes, atención telefónica y registros de reservas.

<b>Cargo</b>	<b>Funciones</b>
Técnico en guianza	Diseño de recorridos y experiencias de ecoturismo, suministro de información turística a visitantes, articulación con comunidades locales, Manejo de sistema de comunicación de emergencias en rutas y asesoría turística en recursos y atractivos ecoturísticos de la región.
Chef	Registro de ingredientes, revisión de platos saludables y bebidas de mayor demanda y elección del menú, platillos y bebidas
Auxiliar de cocina 1	Preparación de platos y extras, Limpieza de cocina y utensilios, organización y conservación de ingredientes.
Auxiliar de cocina 2	Preparación de platos requeridos con base en la orientación del chef
Meseros	Recepción y bienvenida de clientes del restaurante, descripción y explicación de los platos de la carta, Toma de órdenes y confirmación de las mismas, gestión de pedidos en la cocina, servir los platos a los clientes, recoger oportunamente los platos y estar pendientes de las necesidades de los mismos, organizar y hacer aseo de las mesas del restaurante,
Personal de aseo	Limpieza de habitaciones y zonas comunes del Ecolodge de acuerdo con las buenas prácticas de manejo.

Nota. La tabla describe de manera resumida las funciones que se deberán desempeñar en cada cargo. Tomado de fuente propia.

La organización de procesos misionales como: alojamiento, restaurante y experiencias por su importancia para el proyecto, están organizados y detallados en un diagrama de flujo, los cuales se pueden apreciar en las figuras 26, 27 y 28 respectivamente en el estudio técnico, dando origen a cuatro líneas de servicios. En cada diagrama de flujo se identifican tres momentos claves para la prestación de los servicios, lo cual permite que estos se desarrollen por parte del equipo humano de manera eficiente y de calidad acorde con la misión de proyecto.

En el marco laboral del país y con base en las necesidades del proyecto, se hace necesario programar a los contratos de tiempo indefinido para el gerente del proyecto y los dos auxiliares por su responsabilidad de mayor importancia, confianza y compromiso con el proyecto, en tanto se programaran contratos de prestación de servicios temporales para el chef, los meseros, auxiliares de cocina, recepcionista, técnico en guianza turística y personal de

aseo quienes trabajarán en promedio 4 días al mes (fines de semana) en temporada baja con total de 94 días y en temporada alta 35 días correspondiente a 15 día en diciembre, 15 días enero y la semana santa es decir 35 días. La contratación se realizará en el marco de las normas laborales del país, en la estructura financiera, concretamente en el presupuesto de persona relaciona el presupuesto de inversión anual para la mano de obra directa descrita en la estructura organizacional del proyecto,

### ***Dirección del Alojamiento Ecolodge***

La dirección de Anakú Ecolodge se basa en implementar buenas prácticas de dirección de proyectos en el marco de planeación estratégica articulada con la observación y análisis del entorno del sector turístico en el contexto local y regional, los servicios que presta el proyecto en armonía con la cultura local y la determinación de las áreas específicas y políticas sostenibles de operación del proyecto; una dirección que involucra la implementación, seguimiento y evaluación de los planes estratégicos, gestión de equipos de trabajo, la gestión del proceso de comunicación entre los diferentes actores del proyecto; concertación y por último el apoyo a iniciativas comunitarias que fortalezcan la economía y el desarrollo de las comunidades locales.

En este sentido, se implementarán estrategias de recolección de información tales como encuestas digitales satisfacción del cliente, indicadores de ventas, indicadores de agencias de viaje con quienes se realizarán alianzas estratégicas, encuestas de tendencia de mercado en sitio web del proyecto y redes sociales, información que se procesará y analizará de manera permanente para la toma de decisiones oportunamente.

### ***Control del Alojamiento Ecolodge***

En el marco de la dirección del proyecto Anakú Ecolodge, la determinación mecanismos control, describe las métricas que permite medir los objetivos y los estados financieros desde la materialización de procesos estratégicos, misionales y de apoyo, supervisión y evaluación de los mismos detallados en el mapa de procesos; es decir los indicadores para realizar seguimientos y control desde una planeación estratégica.

En este sentido, tanto la dirección como el control de Anakú, fortalecerán la responsabilidad con el ambiente y la comunidad local y además contribuirán a posicionar el proyecto de manera específica en la oferta de mercados verdes, lo que traduce que el proyecto de emprendimiento se va configurando como proyecto verde desde el desarrollo servicios turísticos amigables con la naturaleza, el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad y por ende la reactivación de la economía local (Ministerio de Ambiente, 2014)

### ***Análisis Del Estudio Organizacional***

El estudio organizacional del proyecto Anakú se articula con lo resultado obtenido en análisis del sector y el proyecto y los estudios de mercado y técnico, en este marco, se describen la misión y visión del proyecto, los valores organizacionales y objetivos en el marco del mapa de procesos y enfocados una meta de crecimiento del 12% anual en los próximos 5 años con base en la proyección del estudio de mercado. El proyecto se plantea con una estructura organizacional sencilla por su tamaño previamente definido en el estudio técnico, liderado por un gerente de proyecto, apoyado de manera estratégica por dos auxiliares con funciones muy concretas, un chef con su equipo de trabajo, una recepcionista, un técnico en guianza turística y el personal de aseo, para cada cargo se determinan las principales funciones y proyección del presupuesto de inversión anual por prestación de servicios contratados tanto a término fijo como indefinido

dependiendo de la importancia estratégica que cada cargo tiene y finalmente se establecen los elementos básicos de la dirección con base en buenas prácticas en sostenibilidad en el marco de proyectos verdes, así como también estrategias de recolección y análisis de información con indicadores para toma de decisiones oportunas y mecanismos de control también con indicadores que permitan determinar el avance en el cumplimiento de los objetivos planteados en el proyecto, con base en lo anterior se pudo determinar que el estudio organizacional cuenta con los elementos fundamentales para su implementación y por tanto es favorable.

Desde la perspectiva de gerencia de proyectos, el uso de herramientas de gestión como el mapa de procesos organizado como un sistema con entradas, salidas, procesos, estratégicos, misionales y de apoyo, con respectivos diagramas de flujo, contribuye en el proceso de construir una organización acorde a las necesidades del proyecto, estimado de manera más precisa la estructura organizacional con los cargos y funciones propias de cada uno. Por otra parte, el contar con estas herramientas facilita la toma de decisiones desde la gerencia para implementar cambios y correctivos en organigrama durante la etapa operación, con el propósito de lograr los objetivos en el marco de la misión y visión de proyecto.

### **Estudio Ambiental**

A partir de los resultados favorables obtenidos en el estudio técnico tales como la ubicación específica del proyecto el tamaño, los servicios a ofertar con sus respectivos diagramas de flujo, se continuó con el estudio ambiental en base a la evaluación del proyecto en el marco de la cuarta categoría del estándar P5 de Green Project Management: evaluación de los impactos al planeta o ambientales con sus 4 subcategorías de transporte; energía; tierra, agua y aire; y finalmente la subcategoría de consumo, para lo cual se desarrolló el procedimiento establecido

en el marco teórico: identificación de eventos potenciales, su causas, impactos, calificación de los impactos en función de la magnitud sobre la sostenibilidad del proyecto, identificación de respuestas para minimizar los impactos y finalmente volver a calificarlos bajo el supuesto de la masterización de las respuestas. El procedimiento de calificación se realizó con base en la metodología de juicio de expertos, contado con la participación de dos profesionales con estudios de maestría y uno de ellos en proceso de doctorado, los resultados de las calificaciones se promediaron y a continuación se presentan los respectivos resultados por cada subcategoría.

### ***Evaluación de Impactos Ambientales de Transporte***

En esta actividad a través de la matriz P5 se evaluaron los impactos ambientales del transporte en el proyecto donde se abordan los elementos como: Adquisiciones locales, digitalización de los procesos, viajes, y desplazamientos y logística; estableciendo indicadores ambientales clave de desempeño y métricas para uno tal como se observa en la tabla 21.

**Tabla 21.**

*Matriz de evaluación de la categoría del transporte.*

Categoría P5/Subcategoría/ Elemento	Descripción (Causa)	Impacto Potencial	Respuesta Propuesta	Puntaje del Impacto	
				Antes	Después
1 impactos al Planeta (Ambiental)					
1.1 Transporte					
1.1.1 Adquisición local	Demanda de servicios como mano de obra, servicios y alimentos que se producen localmente	Dinamización de la economía local, disminución de contaminación de transporte de alimentos y personal	Priorizar la adquisición de local de insumos y materiales para la construcción y operación del Ecolodge.	2	5
1.1.2 Comunicación digital	Modernización de las comunicaciones, la publicidad, gestión de reservas y	Disminución de contaminación por el uso de papel y tintas contaminadas usadas en el publicidad impresa y operación con papel	Estrategia digital transversal del proyecto desde su diseño y concepción	4	5

Categoría P5/Subcategoría/ Elemento	Descripción (Causa)	Impacto Potencial	Respuesta Propuesta	Puntaje del Impacto	
				Antes	Después
	compras del Ecolodge es digital				
1.1.3 Viajes y desplazamiento	Requerimiento de transporte para llegar al Ecolodge y para desplazarse de manera parcial hasta los sitios de experiencias ecoturísticas	Consumo de combustibles fósiles en los vehículos utilizados	Uso de vehículos híbridos o eléctricos, con mínimo consumo de energía, organizar experiencias compartidas para minimizar el uso de transporte particular, uso de transporte público cuando sea posible. Priorizar el uso de medios de transporte de 0 emisiones como la bicicleta y uso de estrategia de compensación por la contaminación causada en la experiencia	1	5
1.1.4 Logística	En la operación de un servicio de alojamiento se emplean insumos y materiales contaminantes como jabones, combustible, recipientes desechables, etc.	Incremento de residuos sólidos contaminantes no aprovechables como resultado de la operación de un servicio de alojamiento	Estrategia logística de operación sostenible, a través del uso de insumos y materiales biodegradables tales como jabones, amenities, empaques, elementos de decoración, insumos de experiencias, etc.	2	5
<b>Total</b>				<b>9</b>	<b>20</b>

Nota. La tabla muestra los resultados de la evaluación los impactos ambientales del transporte en el proyecto. Tomado de estándar P5, 2019.

### *Evaluación de Impactos Ambientales del Consumo de Energía*



En esta actividad se evaluaron los impactos ambientales del consumo de energía en la Matriz P5 donde abordan los elementos tales como: emisiones de Co2 y energías renovables; estableciendo indicadores ambientales clave de desempeño y métricas para uno, tal como se detalla en la tabla 22.

**Tabla 22.**

*Matriz de evaluación de la categoría consumo de energía*

Categoría P5/Subcategoría/Elemento	Descripción (Causa)	Impacto Potencial	Respuesta Propuesta	Puntaje del Impacto	
				Antes	Después
1. Impactos al Planeta (Ambiental)					
1.2.3 Retorno de energía limpia	La disposición de residuos como resultado de la operación del Ecolodge representa un costo significativo por la ubicación del mismo	Contaminación ambiental y posible incumplimiento de la normatividad vigente	Uso de residuos orgánicos para producción de abonos y fertilizantes orgánicos, así como también gas metano par auto consumo	1	5
1.2.4 Energía renovable	La iluminación del Ecolodge representa un costo operativo significativo	Horas de funcionamiento reducidas	Implementar paneles solares como fuente de energía. Diseño eco amigable orientado a aprovechar al máximo la luz solar	2	5
<b>Total</b>				<b>3</b>	<b>10</b>

Nota. La tabla muestra los resultados de la evaluación los impactos ambientales del consumo de energía en el proyecto. Tomado de estándar P5, 2019.

### ***Evaluación de Impactos Ambientales en la Diversidad Biológica***

Aquí se evaluaron elementos como la calidad, consumo y tratamiento de agua, estableciendo indicadores ambientales clave de desempeño y métricas para uno, tal como se detalla en la tabla 23.

**Tabla 23.**

*Matriz de evaluación de la categoría diversidad biológica.*

Categoría P5/Subcategoría/ Elemento	Descripción (Causa)	Impacto Potencial	Respuesta Propuesta	Puntaje del Impacto	
				Antes	Después
1.3 Tierra, Agua y Aire					
Matriz de evaluación estándar P5 - Anakú Ecolodges	Alteración de la diversidad biológica tanto el construcción y operación de Ecolodge.	Dificultad en la consecución de permisos y licencia de construcción de proyecto	Diseño sostenible y operación sostenible del proyecto de alojamiento tipo Ecolodge, en el marco de los principios del ecoturismo, con un mínimo impacto ambiental.	1	5
1.3.2 Calidad del agua y del aire	Posible reducción de la calidad del agua y aire principalmente en el proceso de implementación del proyecto	Posible conflicto con la comunidad por contaminación	Sistema de tratamiento de aguas residual del Ecolodges	1	5
1.3.3 Consumo de agua	Incremento en la demanda de agua en la comunidad y por ende el costo de la misma	Posible conflicto con la comunidad por demanda de agua potable para sus actividades	Implementación de un plan de ahorro y reúso de agua de agua en el Ecolodge. Sistema de captación de agua lluvia, grifos y sanitarios ahorradores, etc	2	5
1.3.4 Desplazamiento del agua sanitaria	Incremento significativo de personas en el área del proyecto y por ende incremento de consumo de agua	Proliferación de plagas e insectos por manejo inadecuado de aguas residuales	Planta de tratamiento de aguas residuales acorde a la norma vigente	1	5
<b>Total</b>				<b>5</b>	<b>20</b>

Nota. La tabla muestra los resultados de la evaluación los impactos ambientales de la diversidad biológica en el proyecto. Tomado de estándar P5, 2019.

***Evaluación de Impactos en Reciclaje, Reúso, Generación y Disposición de Residuos***

Se evaluaron en la matriz P5 impactos ambientales del proyecto en reciclaje y reúso, generación y disposición de residuos, estableciendo indicadores de calve de rendimiento y métricas para uno, tal como se detalla en la tabla 24.

**Tabla 24.**  
*Matriz de evaluación de la categoría de consumo*

Categoría P5/Subcategoría/Elemento	Descripción (Causa)	Impacto Potencial	Respuesta Propuesta	Puntaje del Impacto	
				Antes	Después
1.4 Consumo					
1.4.1 Generación de residuos	Incremento de personas que se hospedan en el Ecolodge	Mayor demanda de recursos naturales e incremento en costos de eliminación de residuos	Implementación de un proceso de reciclaje y reúso de residuos orgánicos, producción de abonos orgánicos y gas metano.	1	2
1.4.2 Disposición	Incremento de residuos orgánicos e inorgánicos que requieren de una disposición adecuada	Contaminación ambiental y posible incumplimiento de la normatividad vigente	Alianza estratégica con empresa de aseo para la disposición y tratamiento adecuado de residuos.	1	4
<b>Total</b>				<b>2</b>	<b>6</b>

Nota. La tabla muestra los resultados de la evaluación los impactos ambientales del consumo en el proyecto. Tomado de estándar P5, 2019.

### ***Plan de Gestión de Sostenibilidad Ambiental***

A partir de la identificación de los impactos potenciales y respuestas a los mismos en el marco de las categorías de transporte, energía, Tierra, aire, agua y consumo, se identifican los indicadores de rendimiento y métricas para el seguimiento del proyecto. En este plan se formularon los elementos fundamentales para la consolidación el componente de gestión ambiental del proyecto, como elemento diferenciador del mismo frente a los ajamientos rurales

de mercado local. A continuación, se describen en que consiste cada una las respuestas propuestas frente a los impactos potenciales identificados.

- **Adquisición local de insumos y materiales.** En esta opción de respuesta a frente al impacto potencial relacionado con la dinamización de la economía local, disminución de contaminación de transporte de alimentos y personal, el proyecto prioriza la adquisición local de los insumos y materiales necesarios para el proyecto desde construcción hasta la operación y cierre del mismo; es decir, que para el diseño y construcción del Ecolodge se prioricen materiales como tierra, madera, el uso de paja para los techos de Ecolodges basados en las casas rurales de los años 40s, mínimo consumo de cemento, hierro y acero por la huella de carbono tal elevada que poseen. Así como también contratación la mano calificada y no calificada local de para el diseño y construcción del proyecto, para el diseño y se busca combinar el conocimiento de diseño y construcción actual con la experiencia y desarrollo empírico de la comunidad local y finalmente la adquisición de insumos como equipos, sanitarios, lavamos automáticos, se priorizará la producción nacional antes que los elementos importados, basados en el mismo principio de reducir la huella de carbono.

Con respecto la operación de proyecto, los insumos para la operación del restaurante como frutas, verduras, aromáticas, hortalizas, tubérculos, condimentos etc, serán adquiridos a los productores locales que implementen procesos de producción orgánica y por otra parte se empleará mano de obra local para la activación de la huerta orgánica del Ecolodge. Con respecto a los insumos que no se produzcan o en el ámbito local o regional se dará prioridad a la producción nacional.

- **Estrategia digital.** En esta opción de respuesta a frente al impacto potencial relacionado con la contaminación por el uso de papel y tintas contaminantes usadas en la publicidad impresa y operación con papel y desde luego también a la era digital en la que no se encontramos. En el proyecto se implementará una política del mínimo uso de papel y el que se use necesariamente debe ser reciclado. Todo el proceso de divulgación y promoción del proyecto se realizará a través de campañas digitales a través de la página web del proyecto y de redes sociales como Facebook e Instagram, en cuanto a la operación el tema de pagos será electrónico y facturación 100% electrónica, informes, comunicados, reportes, etc. se realizarán en medios digitales, incorporación estrategias como firma electrónica, entre otras.

- **Mínimo consumo de combustibles fósiles.** Como respuesta al alto consumo de combustibles fósiles a través del uso de vehículos, motos, aviones, planta generadores de energía eléctrica, como parte de proceso de operación del proyecto principalmente. En este sentido Anakú Ecolodges, priorizará el uso de vehículos híbridos o eléctricos, con mínimo consumo de energía, organizar experiencias compartidas para minimizar el uso de transporte particular, uso de transporte público cuando sea posible, priorizará el uso de medios de transporte de 0 emisiones como la bicicleta y la implementación de una estrategia de compensación por la contaminación causada en el proceso de llegada al Ecolodges, alojamiento en el mismo y/o toma de las experiencias ofertadas por el proyecto, actividades como siembra de árboles, procesos de rehabilitación ó restauración ecológica, trabajos comunitarios, actividades de educación ambiental, asistencia técnica, mantenimiento de equipos etc, lo cual será establecido en un protocolo disponible para los huéspedes y clientes del proyecto.

- **Operación sostenible.** Implementación de una estrategia logística de operación sostenible, a través del uso de insumos y materiales biodegradables tales como jabones, amentéis, empaques, elementos de decoración, insumos de experiencias, etc. como respuesta al impacto potencial relacionado con el incremento de residuos sólidos contaminantes no aprovechables como resultado de la operación de un servicio de alojamiento. Esta es una estrategia muy importante para el proyecto que se basa en la incorporación de insumos y materiales biodegradables en todo el proceso productivo, tales como empaques, jabones, amenitiés, la decoración de proyecto, los insumos de las experiencias tales como potilos para agua para evitar el consumo de agua embotellada, portacomidas, impermeables, mínimo uso de materiales desechables y plásticos de un solo uso.

- **Uso de residuos orgánicos.** Uso de residuos orgánicos para producción de abonos orgánicos para producción de abonos y fertilizantes orgánicos y gas metano para autoconsumo, como respuesta al posible impacto relacionado con la contaminación ambiental y posible incumplimiento de la normatividad vigente. Esta estrategia se tiene como objetivos principalmente, el primero de ellos es reducir la contaminación ambiental del proyecto lo cual puede atraer vectores de infecciones y enfermedades como insectos y roedores, así como se puede convertir en la causa de una sanción ambiental. Como segundo objetivo es el uso de residuos para producción de abonos y fertilizantes orgánicos requeridos para la huerta orgánica con lo cual se cierra el ciclo de aprovechamiento energético, se disminuye costos de producción de la huerta orgánica y por otra parte se convierte en un sistema piloto de producción de abonos y fertilizantes orgánicos que se puede replicar con la comunidad local.

- **Fuente de energía no convencional.** Implementar una estrategia de producción de energía de fuentes no convencionales a través de paneles solares y un diseño eco amigable orientado a aprovechar al máximo la luz solar es una respuesta al impacto potencial generado por el alto consumo de energía convencional específicamente a la huella de hídrica. El proyecto funcionara con su sistema hibrido con sistema de paneles solares que abastecerán de energía para la iluminación de zonas comunes y en caso de la interrupción de la fuente de energía convencional este estará en la capacidad de abastecer al proyecto por un número determinado de horas, para que su operación no se vea afectada gracias a un robusto sistema de baterías de almacenamiento interconectadas. De igual manera, como estrategia de ahorro y uso eficiente de energía dese el diseño del proyecto se busca la mejor orientación para el máximo aprovechamiento de la luz solar, ventanas amplias orientadas hacia áreas despejadas y de mayor brillo solar, claraboyas en el en los techos que permitan el ingreso de luz, entre otros elementos.

- **Aprovechamiento eficiente del recurso hídrico.** Implementación de un plan de ahorro y reúso de agua de agua en el Ecolodges, como respuesta al potencial impacto relacionado con el conflicto con la comunidad aledaña al proyecto por demanda de agua potable para sus actividades cotidianas. Entre otros elementos del plan se destaca la instalación de sanitarios y lavamos ahorradores y automáticos, con sensores que permitan el control del suministro de agua; así como también, una interconexión a sistema de tratamiento para aprovechamiento del agua de las duchas y lavamos como insumo para la huerta casera y otros usos agrícolas. De igual manera un sistema de captación y almacenamiento de agua lluvia para reúso de la misma.

- **Sistema de tratamiento de aguas residuales.** El tratamiento de aguas residuales que se producirán en Ecolodge es una respuesta al posible impacto de la proliferación de plagas e

insectos y contaminación de fuentes hídricas superficiales y subterráneas, dado cumplimiento así a la normatividad ambiental vigente. Este sistema recoge toda el agua que no se puede reusar y mediante un tratamiento técnico elimina la mayor contaminación hasta lograr los parámetros establecidos por la normatividad y de esta manera esté lista para ser reincorporada a las fuentes hídricas cercanas al proyecto, estrategia que se implementara de manera articulada con la Corporación Autónoma Regional de Nariño en el marco el permiso de vertimientos respectivo.

- **Proceso de Reciclaje.** La estrategia de reciclaje y reúso de residuos aprovechables es una respuesta al impacto relacionado una mayor demanda de recursos naturales e incremento de costos para eliminación de residuos. En esta estrategia se destacan elementos como la separación en la fuente de acuerdo a los parámetros técnicos y normativos vigentes, aprovechamiento y disposición final de los mismos, soportado en un proceso didáctico de educación y concientización ambiental tanto para el equipo humano del proyecto, así como los clientes de los tres servicios ofertados.

- **Disposición final de residuos.** Con respecto al disposición final y tratamiento adecuado de residuos no aprovechables, se plantea una alianza estratégica con la empresa de aseo como respuesta al impacto potencial de contaminación ambiental e incumplimiento de normatividad ambiental. En este sentido, y teniendo en cuenta las principales estrategias de residuos sólidos del proyecto generan un impacto tanto en la comunidad local como regional a través de su difusión proceso de educación ambiental, cual es un valor agregado para la empresa de aseo, se propondrá una estrategia de recolección in situ que beneficie a todos y crear un piloto que sea transferible a otros sectores si zonas semiurbanas y rurales.



En la tabla 25 se resumen las acciones y estrategias de respuesta a los principales impactos ambientales identificados y calificados anteriormente en el marco de las categorías del estándar P5 del Green Project Management - GPM que se implementará en el proyecto, así como también la formulación de los indicadores clave de rendimiento para cada una a partir de los cuales se realizará el respectivo seguimiento.

**Tabla 25.**  
*Plan de sostenibilidad ambiental.*

Categoría	Impacto Potencial	Respuesta	Indicador clave de rendimiento	Métrico
Transporte	Dinamización de la economía local, disminución de contaminación de transporte de alimentos y personal	Priorizar la adquisición de local de insumos y materiales para la construcción y operación del Ecolodges.	Porcentaje de adquisición local de insumos y materiales para la construcción de Ecolodge	40
			Porcentaje de adquisición local de insumos para la operación	60
	Disminución de contaminación por el uso de papel y tintas contaminadas usadas en el publicidad impresa y operación con papel	Estrategia digital transversal del proyecto desde su diseño y concepción	Política de comunicación digital implementada.	1
	Consumo de combustibles fósiles en los vehículos utilizados	Uso de vehículos híbridos o eléctricos, con mínimo consumo de energía, organizar experiencias compartidas para minimizar el uso de transporte particular, uso de transporte público cuando sea posible. Priorizar el uso de medios de transporte de 0 emisiones como la bicicleta y uso de estrategia de compensación por la contaminación causada en la experiencia	Porcentaje de uso vehículos híbridos utilizados	1
			Estrategia de compensación de huella de carbono implementada	
Incremento de residuos sólidos contaminantes no aprovechables como resultado de la operación de un servicio de alojamiento	Estrategia logística de operación sostenible, a través del uso de insumos y materiales biodegradables tales como jabones, amenities, empaques, elementos de decoración, insumos de experiencias, etc.	Porcentaje de insumos biodegradables utilizados	80%	

Categoría	Impacto Potencial	Respuesta	Indicador clave de rendimiento	Métrico
Energía	Contaminación ambiental y posible incumplimiento de la normatividad vigente	Uso de residuos orgánicos para producción de abonos y fertilizantes orgánicos, así como también gas metano par auto consumo	Porcentaje de desechos orgánicos utilizados como insumos para producción de biofertilizantes	100%
	Horas de funcionamiento reducidas	Implementar paneles solares como fuente de energía. Diseño eco amigable orientado a aprovechar al máximo la luz solar Diseño sostenible y operación	Porcentaje de energía consumida de fuente no convencional.	40
Tierra, aire y agua	Dificultad en la consecución de permisos y licencia de construcción de proyecto	sostenible del proyecto de alojamiento tipo Ecolodge, en el marco de los principios del ecoturismo, con un mínimo impacto ambiental.	Proyecto alojamiento turístico de mínimo impacto ambiental	1
	Posible conflicto con la comunidad por demanda de agua potable para sus actividades	Implementación de un plan de ahorro y reúso de agua de agua en el Ecolodge. Sistema de captación de agua lluvia, grifos y sanitarios ahorradores, etc	Plan de ahorro y uso eficiente de agua implementado	1
	Proliferación de plagas e insectos por manejo inadecuado de aguas residuales	Sistema de tratamiento de aguas residual del Ecolodges.	Sistema de tratamiento de agua residuales implementado	1
Consumo	Mayor demanda de recursos naturales e incremento en costos de eliminación de residuos	Implementación de un proceso de reciclaje y reúso de residuos orgánicos, producción de abonos orgánicos y gas metano.	Estrategia de reciclaje y reúso implementada	1
	Contaminación ambiental y posible incumplimiento de la normatividad vigente	Alianza estratégica con empresa de aseo para la disposición y tratamiento adecuado de residuos.	Alianza estratégica implementada	1

Nota. La tabla muestra los resultados del plan de sostenibilidad ambiental el proyecto. Elaborado con base en el estándar P5, 2019.

A manera de síntesis, a partir del plan de gestión ambiental se desarrollará un protocolo muy específico articulado con el plan de mercadeo soportado con indicadores de huella hídrica y huella de carbono, que les permita a los clientes comparar su impacto sobre los recursos naturales en sus actividades diarias y durante su estadía en el Ecolodge como estrategia vivencial de concientización y educación ambiental.

### *Análisis del Estudio de Impacto Ambiental*

El estudio ambiental del proyecto es favorable, por cuanto el mínimo impacto ambiental es la esencia del mismo, es decir es, es un servicio de alojamiento turístico basado en los principios del ecoturismo y que se principal característica y atractivo es precisamente que permite una experiencia de disfrute de la naturaleza si causarle daños significativos, por el contrario pretende ser una experiencia que enseñe a los visitantes prácticas y herramientas de cómo se puede contribuir al planeta desde las actividades diarias y por otra parte, a través de con una estrategia sencilla permite la compensación de la huella de carbono de los visitantes del Ecolodge.

El proyecto es el más pertinente y trascendente porque interactúa con el cliente mediante un proceso de concientización sensibilización y educación ambiental, donde la construcción se hace con materiales de bajo impacto ambiental, materiales locales, la huella hídrica es muy baja por la implementación de sistemas de ahorro de agua, captación de agua lluvia y además tratamiento de agua residual mediante una planta de tratamiento, el consumo de energía es muy bajo por cuanto se el sistema de suministro esta intercalado entre un convencional y uno de fuente no convencional como el fotovoltaico, se usa iluminación led de máximo ahorro y desde el diseño de los espacios se pretende aprovechar al máximo la luz solar.

Por otra parte, la mayoría de insumos para la operación se del servicio de restaurante son locales y de origen orgánico, es decir que no emplean insumos agroquímicos los cuales representan tienen una huella de carbono muy alto en toda su cadena de producción, transporte y disposición final.

Desde la perspectiva de gerencia de gerencia de proyectos, el uso de una herramienta metodológica estandarizada a nivel global como es P5 del Green Project Management para el estudio de impacto ambiental, es un valor agregado que además de contribuir al desarrollo sostenible que es un elemento fundamental en gerencia moderna, hace parte de una estrategia de mercadeo del proyecto, la cual se busca implementar de manera eficiente a través de medios digitales para cumplir con las metas establecidas para la ejecución de proyecto.

### **Estudio Legal**

En el presente análisis legal se determina la posibilidad de que el proyecto empresarial se pueda implementar, a través de la definición del tipo de sociedad, normas tributarias y normas reglamentarias del sector. Anakú Ecolodge, se constituirá por 4 socios, dos los cuales son los gestores del proyecto, uno de apoyo estratégico y el cuarto socio como capitalista, los tres primeros socios aportarán el 55 % del capital se vincularán laboralmente al proyecto, en tanto que el cuarto socio se vincula únicamente como capitalista con el 45% del capital requerido para la ejecución del proyecto.

### ***Aspectos Legales Del Proyecto***

La formalización del proyecto se realizará como microempresa bajo la figura jurídica de Sociedad por Acciones Simplificada SAS, en el marco de la Ley 1258 de 2008, teniendo en cuenta las ventajas que ofrece, entre otras: que su constitución legal se hace de manera sencilla, no se exige revisor fiscal, se realiza mediante un documento privado, los socios y accionistas no comprometen su patrimonio dado que su responsabilidad legal se restringe al monto de sus aportes.

Por otro lado, en lo relacionado con la restricción de responsabilidad, bajo el régimen de la Sociedad por Acciones Simplificada se determina de los socios, no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad. En este sentido el concejo técnico de la contaduría pública afirma que “la iniciativa no se enmarca dentro de los postulados constitucionales de protección del bien común dentro de un estado social de derecho, al poner en riesgo la seguridad jurídica, y establecer una discriminación odiosa frente a los socios de sociedades formales y ocasionará sin duda un desplazamiento masivo de estas hacia esta nueva forma societaria, por las facilidades establecidas en el artículo 31 del proyecto. Las únicas sociedades formales que prevalecerían serían las de interés público, es decir, las que participan en el mercado público de valores” generando como consecuencia un sinnúmero de SAS, ya que las empresas buscan minimizar los costos, los trámites, su organización, procedimientos y otros gastos, que su vez se pueden invertir en comercialización de productos y servicios. (Consejo Técnico de la Contaduría Pública, 2008).

La constitución de la sociedad a través de documento privado, se traduce en la superación de restricciones existentes en las demás figuras, lo cual la convierte en más económica, fácil de constituir y entrada en operación. No obstante, el documento de constitución se debe autenticar antes de la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio por quienes participen en su suscripción. Para efectos contables el documento base continúa siendo el registro mercantil.

La duración de la sociedad es indefinida, con lo cual se evita la causal de disolución de la sociedad por vencimiento del término que señala el régimen societario establecido en el Código de Comercio, de igual manera las SAS puede incluir un objeto social indeterminado que nadie

podrá impugnar argumentando insuficiencia o falta de capacidad de la sociedad en actos que rebasen su objeto.

En la SAS, la inscripción en el registro mercantil del documento de constitución tiene efectos constitutivos, es decir que la inscripción culmina el proceso de fundación y produce la regularidad de la sociedad y la adquisición de su personalidad jurídica. En este sentido, la cámara de comercio inicia a ejercer control sobre las SAS, en la medida en que entran a comprobar, entre otras cosas, la identidad del compareciente o de su apoderado y que el documento de creación cumpla con los requisitos mínimos establecidos en la Ley 1258 de 2008, de acuerdo con la función otorgada por esa ley. (Cámara de comercio de Medellín para Antioquia, 2018)

### ***Reglamentación Del Proyecto***

Para el inicio del proyecto se requiere contar con una licencia de construcción la cual se tramitará en el marco de la normatividad existente con el respectivo certificado de uso de suelo compatible con la actividad a desarrollar ante la Secretaria de Planeación Municipal y tramite de la concesión de agua para consumo humano, permiso de vertimientos, permiso de aprovechamiento y movilización forestal y de otros recursos naturales cuando se requiera ante la Corporación Autónoma Regional de Nariño - Corponariño para la construcción y puesta en marcha de proyecto.

Para iniciar con la fase de operación se requiere el trámite de Registro Nacional de Turismo ante la Cámara de Comercio de Pasto y dar cumplimiento a toda la normatividad establecida para la operación de alojamientos rurales, tales como registro en la DIAN, registro en cámara de comercio, contratación de personal justa del equipo de trabajo, acuerdos con la comunidad local, etc.

### *Análisis del Estudio Legal*

En términos del estudio legal, el proyecto es viable por cuanto la figura Sociedad por Acciones Simplificada SAS que se plantea cuenta con ventajas para una microempresa como la que se pretende constituir y elimina obstáculos para constitución legal y por otra parte, la licencia de construcción y los demás permisos que se requieren para la construcción y operación del proyecto no exigen elementos que desde la perspectiva del proyecto no se puedan cumplir, sin embargo, por tratarse de un proyecto nuevo en la zona se requiere argumentos técnicos y legales para el trámite y obtención de los mismos, así como también los recursos técnicos y financieros para los mismos.

En términos concretos la SAS se conformará por cuatro socios, tres los cuales aportan el 55% del costo del proyecto y se vinculan laboralmente en la ejecución del mismo, en tanto el que el cuarto socio se vincula únicamente como capitalista con el 45% del valor de proyecto

### Capítulo 3- Análisis de Resultados: Viabilidad del Servicio de Ecolodge

El propósito de la tercera fase es determinar la viabilidad de la idea del negocio del alojamiento ecológico integrado en la naturaleza \_Ecolodge, a través de la construcción de una estructura financiera a partir de la cual se pueda aplicar indicadores de evaluación de rentabilidad del proyecto. En este sentido en esta fase se abordan las siguientes etapas:

#### Estructura Financiera

##### *Necesidades de Inversión*

La necesidad de inversión en activos fijos del proyecto corresponde a \$ 686.136.867 de pesos en el año 2022, en la tabla 26 se presentan el resumen de los requerimientos discriminado en terrenos y activos depreciables, los cuales se pretenden adquirir de contado.

**Tabla 26.**

*Inversión resumen en activos fijos*

Categoría	Valor	Momento de ejecución
<b>Activo fijo</b>		
Terrenos	120.000.000	2022
Activos depreciables	566.120.200	2022
Depreciación acumulada	16.667	2022
Activos amortizables	0	
Amortización acumulada	0	
Gastos diferibles	0	
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 686.136.867</b>	

Nota. La tabla muestra un el resumen de activos fijos discriminados en terrenos y activos depreciables. Tomado de fuente propia.

Los gastos de arranque o iniciales ascienden se proyectan en \$10.200.000 y corresponden a gastos de constitución e inscripción de la SAS, registro mercantil, licencia de construcción,



permiso de vertimientos, concesión de agua, entre otros, clasificados en la tabla anterior como inversiones diferibles.

En la tabla 27, se presenta el resumen de las depreciaciones y amortizaciones de manera anualizada para equipos y maquinaria, muebles y enseres, bienes inmuebles, inversión en terrenos; no obstante, en el apéndice G, se presentan los valores detallado por cada uno tanto en administración como en operación y de manera mensualizada para el segundo semestre del año 2022 y el año 2023 y anualizada hasta el año 2027. El periodo de depreciación para equipos corresponde a 3 años, para muble y enseres de años y el de bienes inmuebles es de 25 años.

**Tabla 27.**

*Depreciaciones y amortizaciones*

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Valor actual (Deprec + Amort + Terrenos)	686.120.200	686.120.200	686.120.200	686.120.200	686.120.200	686.120.200
Deducciones tributarias (Deprec + Amortiz)	16.667	88.725.107	88.725.107	88.708.440	58.728.440	58.728.440
Deducciones tributarias acumulada	16.667	88.741.773	177.466.880	266.175.320	324.903.760	383.632.200
<b>Valor fiscal</b>	<b>686.103.533</b>	<b>597.378.427</b>	<b>508.653.320</b>	<b>419.944.880</b>	<b>361.216.440</b>	<b>302.488.000</b>

Nota. La tabla muestra las depreciaciones y amortizaciones del proyecto. Tomado de fuente propia.

***Capital de Trabajo y Políticas de Inversión***

El capital de trabajo del proyecto Anakú asciende a un total de \$597.188.550 anual, desagregado en materia prima e insumos por valor de \$352.847.300, servicios básicos por un valor de \$5.000.000, talento humano por valor de \$229.341.250 y en publicidad y marketing

digital, principalmente página web y redes sociales con un total de \$10.000.000, tal como se aprecia en la tabla 28.

**Tabla 28.**

*Total capital de trabajo*

Descripción	Valor anual	
Materia prima e insumos	\$	352.847.300
Servicios básicos	\$	5.000.000
Talento Humano	\$	229.341.250
Publicidad y marketing digital	\$	10.000.000
Total	\$	597.188.550

Nota. La tabla muestra un resumen del capital de requerido en el proyecto. Tomado de fuente propia con base en los estudios anteriores.

Teniendo cuenta que la operación del Ecolodge será bajo el sistema de reserva con un valor de anticipo correspondiente a la 50%, que los costos de materiales e insumos son menores a este porcentaje, se requiere contar con un capital de trabajo correspondiente al 50% para cubrir la operación del servicio de alojamiento y los servicios de alimentación y experiencias.

***Presupuesto de Ingresos***

A partir de los resultados del análisis del mercado ya realizado y las políticas de precios establecidas se elabora el siguiente presupuesto de ingresos, el cual está representado por las ventas anuales de alojamiento en Ecolodge, alimentación saludable y experiencias; para obtener estos datos se tiene en cuenta las ventas anuales y los precios promedio establecidos para cada servicio en los estudios anteriores, las metas anuales y la proyección de crecimiento anual, con lo cual se espera que en el año uno se obtienen unos ingresos de \$1.108.931.670 sumando los tres

servicios ofertados y de acuerdo con la proyección del estudio de mercado de crecimiento anual de del 12%, el año 2027 se obtendrían unos ingresos de \$2.311.521.996.

En la tabla 29, se presenta un resumen de ingresos por año por concepto de ventas proyectadas de cada producto o servicio, así como también se detalla la afectación tributaria en lo relacionado con el IVA y rete fuente. En el apéndice H se detallan los ingresos en el primer año de manera mensual con el fin de visualizar el desarrollo del proyecto, en tanto que los 4 años siguientes se identifica un valor anualizado incluyendo los parámetros y proyecciones necesarias.

**Tabla 29.**  
*Resumen presupuesto de ingresos*

<b>Productos</b>	<b>Total 2023</b>	<b>Total 2024</b>	<b>Total 2025</b>	<b>Total 2026</b>	<b>Total 2027</b>	<b>Total</b>
Alojamiento	583.999.000	692.667.787	824.577.463	985.222.464	1.181.778.196	4.268.244.911
Alimentación saludable	244.790.000	290.339.791	345.631.272	412.967.500	495.356.130	1.789.084.693
Experiencias	131.325.000	155.499.465	185.117.404	221.277.619	265.321.133	958.540.621
<b>Resumen</b>						
Valor total de ventas (\$)	960.114.000	1.138.507.043	1.355.326.139	1.619.467.584	1.942.455.459	7.015.870.225
IVA	182.421.660	216.316.338	257.511.966	307.698.841	369.066.537	1.333.015.343
Rete fuente	33.603.990	39.847.747	47.436.415	56.681.365	67.985.941	245.555.458
<b>Total ventas con IVA</b>	<b>1.142.535.660</b>	<b>1.354.823.381</b>	<b>1.612.838.106</b>	<b>1.927.166.425</b>	<b>2.311.521.996</b>	<b>8.348.885.568</b>
Ventas contado sin IVA ni Rete fuente	960.114.000	1.138.507.043	1.355.326.139	1.619.467.584	1.942.455.459	7.015.870.225
Ingresos por ventas de Contado	1.108.931.670	1.314.975.635	1.565.401.691	1.870.485.059	2.243.536.055	8.103.330.110
Ingresos Efectivos	1.108.931.670	1.314.975.635	1.565.401.691	1.870.485.059	2.243.536.055	8.103.330.110

Nota. En la tabla se muestra un resumen de ingresos por ventas proyectadas por producto.

Tomado de fuente propia con base en estudios anteriores de este proyecto.

### *Presupuesto de Insumos y Materiales*

A partir del plan de prestación de servicios ó plan de ventas y el consumo unitario de insumos y materiales para la prestación del servicio de alojamiento, alimentación saludable y experiencias se elabora el plan de compras insumos, materias primas y servicios con base en los siguientes parámetros técnicos: IVA del 19%, Retención en la fuente de 3,5% y un IPC proyectado del 5,89 para el 2024, 6,29 para el 2025, 6,69 para el año 2026 y del 7,09 para el año 2027. En el plan de compras se puede identificar que éste inicia en el año 2023 en el cual inicia la operación del proyecto con un costo de \$ 253.933.505 el cual se incrementa de manera gradual con base en el incremento de ventas proyectado hasta a llegar alcanzar un costo anual en materias primas, insumos y servicios de \$ 513.662.118 en el año 2027. Se presenta un resumen en la tabla 30 y se detalla en el apéndice I.

#### **Tabla 30.**

*Resumen plan de compras de Anakú Ecolodge.*

<b>Ítem</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Costo de Materias Primas + Insumos + Servicios	\$ 213.389.500	\$ 252.995.035	\$ 301.176.646	\$ 359.889.090	\$ 431.648.839
IVA	\$ 40.544.005	\$ 48.069.057	\$ 57.223.563	\$ 68.378.927	\$ 82.013.279
Retefuente	\$ 7.468.633	\$ 8.854.826	\$ 10.541.183	\$ 12.596.118	\$ 15.107.709
<b>Costo Total Mat.Primas + Insumos + Servicios</b>	<b>\$ 253.933.505</b>	<b>\$ 301.064.092</b>	<b>\$ 358.400.209</b>	<b>\$ 428.268.017</b>	<b>\$ 513.662.118</b>
Egreso Contado	\$ 246.464.873	\$ 292.209.266	\$ 347.859.026	\$ 415.671.899	\$ 498.554.409
Egresos Efectivos	\$ 246.464.873	\$ 292.209.266	\$ 347.859.026	\$ 415.671.899	\$ 498.554.409

Nota. En la tabla se muestra un resumen del plan de compras insumos, materias primas y servicios. Tomado de fuente propia con base en los parámetros técnicos previamente establecidos.

### ***Presupuesto de Personal***

Anakú contará con una nómina de doce personas tres de las cuales serán de tiempo completo, el gerente y dos auxiliares con un salario mensual de \$2.000.000 y \$1.000.000 respectivamente y 9 personas restantes entre los que se encuentran la recepcionista, el guía turístico, chef, auxiliares de concina, mesero y personal de aseo con un salario base \$325.000 pesos quienes se contratarán por prestación de servicios de acuerdo la demandad del servicio en temporada baja únicamente los fines de semana y en temporada alta de manera continua.

Para determinar el presupuesto de la personal se establecieron los siguientes parámetros técnicos con base en términos legales establecidos: cesantía del 8,33%, intereses sobre la cesantías del 1%, primas semestrales de junio y diciembre del 4,16 respectivamente, vacaciones 4,17% caja de compensación familiar de Nariño del 4%, pensión el 12%, salud 8,5% y Arl del 0,696%; así como también un incremento proyectado de salarios el 4,18%, 4,02%, 3,86% y 3,72% a partir el año 2024 hasta el 2027 respectivamente. Las prestaciones sociales y los aportes parafiscales ascienden a 47,016%, lo valores se cancelarán de manera mensual, en la tabla 30 se identifican los gastos anuales por cada rubro, el auxilio de trasporte no aplica para el gerente, el resto de colaboradores contará con su auxilio de transporte acorde con la normatividad vigente. En el apéndice J se detalla el presupuesto de personal para los años 2022 y 2023 de manera mensual en los cual los valores de la “cesantía” e “intereses de cesantía” quedan

para el final de cada año como cuentas por pagar, y se pagan en el primer trimestre del año siguiente.

**Tabla 31.**

*Presupuesto resumen de la nómina*

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Salario</b>	\$ 24.000.000	\$ 83.200.704	\$ 86.678.493	\$ 90.162.969	\$ 93.643.259	\$ 97.126.789
<b>Prestaciones proporcionales al salario</b>						
Cesantías	\$ 1.999.200	\$ 6.930.619	\$ 7.220.319	\$ 7.510.575	\$ 7.800.484	\$ 8.090.661
Interés sobre cesantías	\$ 240.000	\$ 832.007	\$ 866.785	\$ 901.630	\$ 936.433	\$ 971.268
Prima semestral Junio	\$ -	1730574,643	1802912,663	1875389,752	1947779,797	2020237,205
Prima semestral Diciembre	998400	\$ 1.730.575	\$ 1.802.913	\$ 1.875.390	\$ 1.947.780	\$ 2.020.237
Vacaciones	\$ 1.000.800	\$ 3.469.469	\$ 3.614.493	\$ 3.759.796	\$ 3.904.924	\$ 4.050.187
Caja de compensación familiar	\$ 960.000	\$ 3.328.028	\$ 3.467.140	\$ 3.606.519	\$ 3.745.730	\$ 3.885.072
Pensiones	\$ 2.880.000	9984084,48	10401419,21	10819556,26	11237191,14	11655214,65
EPS	\$ 2.040.000	\$ 7.072.060	\$ 7.367.672	\$ 7.663.852	\$ 7.959.677	\$ 8.255.777
ARP	167040	\$ 579.077	\$ 603.282	\$ 627.534	\$ 651.757	\$ 676.002
<b>Total</b>	<b>\$ 34.285.440</b>	<b>\$ 118.857.198</b>	<b>\$ 123.825.429</b>	<b>\$ 128.803.211</b>	<b>\$ 133.775.015</b>	<b>\$ 138.751.445</b>

Nota. En la tabla se muestra un resumen de la nómina del proyecto. Tomado de fuente propia con base en parámetros técnicos y legales preestablecidos en el proyecto.

***Presupuesto de Costos y Gatos Indirectos***

El presupuesto de costos y gastos indirectos de operación de proyecto se incluyó en el ítem egresos por gastos de operación y hace referencia básicamente el pago de seguros, licencias, personal temporal entre otros. Dicho valor se proyecta para el 2023 en \$30.202.280, para el 2024 en \$35.476.941, e incrementándose sucesivamente de acuerdo con la proyección de crecimiento hasta alcanzar un valor de 54.280.364 en el año 2027.

### *Presupuesto de Gastos Administración y Ventas*

En la tabla 32 presenta el presupuesto de gastos administrativos y ventas base en la gestión general de la operación: gastos financieros, comunicaciones, impuestos locales, gastos de registro y renovación de matrículas, mantenimiento de equipos administrativos y gastos de ventas representados básicamente por en promoción, publicidad, comisiones, seguros, devoluciones etc.

**Tabla 32.**  
*Presupuestos de administración y ventas.*

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Gastos Fijos</b>						
Publicidad y marketing digital	0	6.000.000	6.353.400	6.753.029	7.204.806	7.715.627
Depreciación total - Admon y ventas	0	3.870.667	3.870.667	3.870.667	944.000	944.000
Amortización total - Admon y ventas	0	0	0	0	0	0
<b>Total Gastos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>9.870.667</b>	<b>10.224.067</b>	<b>10.623.696</b>	<b>8.148.806</b>	<b>8.659.627</b>
<b>Gastos Variables</b>						
<b>Total Gastos Variables</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Total Gastos Administración</b>	<b>0</b>	<b>9.870.667</b>	<b>10.224.067</b>	<b>10.623.696</b>	<b>8.148.806</b>	<b>8.659.627</b>

Nota. En la tabla se muestra el presupuesto de gastos administrativos y ventas del proyecto.

El presupuesto de administración y ventas inicia su ejecución en el año 2023 con el inicio de la operación del proyecto año para el cual se proyecta en \$9.870.667 y en el año 2027 representa un costo proyectado de \$8.659.627.

### *Análisis de Costos*

El análisis de costos se realiza a partir de la relación: ingreso, costo, utilidad en función de los volúmenes de operación para identificar zonas de utilidad y pérdida contable del proyecto. Al analizar el punto de equilibrio del proyecto se identifica que con el cumplimiento de un

promedio 21,33% de las ventas proyectas de los tres servicios ofertados, el proyecto logra el nivel de factibilidad, tal como se observa en la tabla 33. Análisis de costos.

**Tabla 33.**  
*Análisis de costos.*

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Costos Fijos</b>						
Gastos de personal	34.285.440	118.857.198	123.825.429	128.803.211	133.775.015	138.751.445
Gastos de operación	16.667	96.854.440	97.561.240	98.343.831	72.194.053	73.215.695
Gastos de administración	0	9.870.667	10.224.067	10.623.696	8.148.806	8.659.627
Gastos diferidos	0	15.200.000	0	0	0	0
<b>Total de gastos fijos</b>	<b>34.302.107</b>	<b>240.782.304</b>	<b>231.610.735</b>	<b>237.770.737</b>	<b>214.117.874</b>	<b>220.626.767</b>
<b>Costos Variables</b>						
Materias primas e insumos (Sin IVA)	0	213.389.500	252.995.035	301.176.646	359.889.090	431.648.839
Gastos de operación	0	116.653.851	138.328.606	164.672.126	196.765.311	236.008.338
Gastos de administración	0	0	0	0	0	0
<b>Total de gastos variables</b>	<b>0</b>	<b>330.043.351</b>	<b>391.323.641</b>	<b>465.848.772</b>	<b>556.654.402</b>	<b>667.657.177</b>
<b>Costo total</b>	<b>34.302.107</b>	<b>570.825.655</b>	<b>622.934.376</b>	<b>703.619.509</b>	<b>770.772.276</b>	<b>888.283.944</b>
<b>Valor total ventas</b>	<b>0</b>	<b>960.114.000</b>	<b>1.138.507.043</b>	<b>1.355.326.139</b>	<b>1.619.467.584</b>	<b>1.942.455.459</b>
<b>Utilidad bruta</b>	<b>-34.302.107</b>	<b>389.288.345</b>	<b>515.572.667</b>	<b>651.706.630</b>	<b>848.695.308</b>	<b>1.054.171.515</b>
<b>Porcentaje de operación para punto de equilibrio</b>	<b>-</b>	<b>11,47%</b>	<b>31,00%</b>	<b>26,72%</b>	<b>20,15%</b>	<b>17,31%</b>
<b>Cumplimiento o no del punto de equilibrio</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>	<b>SI</b>
<b>Colchón de efectivo</b>	<b>2.861.287</b>	<b>9.399.263</b>	<b>9.650.447</b>	<b>9.903.642</b>	<b>8.921.578</b>	<b>9.192.782</b>

Nota. En la tabla se muestra el análisis de costos a partir de ingreso, costo y utilidad. Tomado de fuente propia con base en estudios anteriores.

### *Flujo de Caja*

En la tabla 34, se presenta un resumen del flujo de caja de Anakú Ecolodge en el que se determina las necesidades reales de capital de manera anualiza, en tanto que el apéndice K se presenta un flujo de caja detallado de manera mensual para el segundo semestre del año 2022 y todo el año 2023.



**Tabla 34.**  
*Resumen flujo de caja del proyecto*

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Caja inicial	\$ 0	\$ 16.633.560	\$ 744.034.789	\$ 1.140.927.735	\$ 1.642.038.520	\$ 2.247.025.849
Ingresos netos	\$ 0	\$ 1.108.931.670	\$ 1.314.975.635	\$ 1.565.401.691	\$ 1.870.485.059	\$ 2.243.536.055
<b>Total disponible</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 1.125.565.230</b>	<b>\$ 2.059.010.424</b>	<b>\$ 2.706.329.425</b>	<b>\$ 3.512.523.579</b>	<b>\$ 4.490.561.904</b>
Inversiones en activos	\$ 686.120.200	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Egresos por compra de materia prima o insumos	\$ 0	\$ 246.464.873	\$ 292.209.266	\$ 347.859.026	\$ 415.671.899	\$ 498.554.409
Egresos por nómina	\$ 32.046.240	\$ 113.333.772	\$ 123.500.951	\$ 128.478.109	\$ 133.450.304	\$ 138.426.432
Egresos por gastos de operación	\$ 0	\$ 31.202.280	\$ 35.476.941	\$ 40.612.581	\$ 46.798.965	\$ 54.280.364
Egresos por gastos de administración y ventas	\$ 0	\$ 6.000.000	\$ 6.353.400	\$ 6.753.029	\$ 7.204.806	\$ 7.715.627
Egresos por gastos preoperativos diferidos	\$ 15.200.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Egresos IVA	\$ 0	\$ 104.963.505	\$ 191.140.825	\$ 197.618.310	\$ 236.067.288	\$ 283.075.479
Egresos Retefuente	\$ 0	\$ 7.468.633	\$ 8.854.826	\$ 10.541.183	\$ 12.596.118	\$ 15.107.709
Egresos por gastos financieros	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Egresos por pagos de Capital	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Egresos impuestos locales	\$ 0	\$ 72.097.379	\$ 131.282.785	\$ 135.731.675	\$ 162.141.763	\$ 194.427.290
Egresos impuestos de renta y Otros	\$ 0	\$ 0	\$ 87.091.331	\$ 135.446.960	\$ 174.143.839	\$ 231.875.039
<b>Total egresos</b>	<b>\$ 733.366.440</b>	<b>\$ 581.530.441</b>	<b>\$ 875.910.325</b>	<b>\$ 1.003.040.873</b>	<b>\$ 1.188.074.983</b>	<b>\$ 1.423.462.350</b>
Neto disponible	-\$ 733.366.440	\$ 544.034.789	\$ 1.183.100.100	\$ 1.703.288.553	\$ 2.324.448.596	\$ 3.067.099.555
Aporte de Socios	\$ 750.000.000	\$ 200.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Prestamos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capital semilla	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Distribucion de Excedentes	\$ 0	\$ 0	\$ 42.172.365	\$ 61.250.033	\$ 77.422.748	\$ 100.825.003
Caja final	\$ 16.633.560	\$ 744.034.789	\$ 1.140.927.735	\$ 1.642.038.520	\$ 2.247.025.849	\$ 2.966.274.552
Financiación						

Nota. La tabla muestra un resumen del flujo de caja de proyecto a partir de análisis previos.

En el flujo de caja se puede apreciar que de una inversión previa total de los socios de \$750.000.000 en el año 2022, se ejecutarían un total de \$733.366.440 básicamente en activos, nomina administrativa y gastos pre-operativos, el proyecto mantiene con un saldo positivo de \$16.333.560 pesos el cual es superior al colchón de efectivo, que se calcula en el análisis de costos tabla 34.

### ***Estado de Resultados***

En la tabla 35 se presenta un resumen del estado de resultados de Anakú Ecolodge en cual se identifican que el proyecto con base la concreción de los estudios anteriores genera utilidades desde el primer año de operación iniciando con \$234.290.917 de utilidad neta en el año 2023 con una tendencia de crecimiento hasta \$695.753.200 de utilidad neta en el año 2027.

En el apéndice L se presenta el estado de resultados detallado.

### **Tabla 35.**

#### ***Estado de resultados del proyecto***

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas netas	\$ 0	\$ 960.114.000	\$ 1.138.507.043	\$ 1.355.326.139	\$ 1.619.467.584	\$ 1.942.455.459
Compras de Materia prima	\$ 0	\$ 213.389.500	\$ 252.995.035	\$ 301.176.646	\$ 359.889.090	\$ 431.648.839
Costo mano de Obra	\$ 34.285.440	\$ 118.857.198	\$ 123.825.429	\$ 128.803.211	\$ 133.775.015	\$ 138.751.445
Gastos de Operación sin deducciones tributarias	\$ 0	\$ 128.653.851	\$ 151.035.406	\$ 178.178.184	\$ 211.174.924	\$ 251.439.593
Gastos de Administración y Ventas sin deducciones tributarias	\$ 0	\$ 6.000.000	\$ 6.353.400	\$ 6.753.029	\$ 7.204.806	\$ 7.715.627
Gastos diferidos	\$ 0	\$ 49.502.107	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidad antes de deducciones, intereses e impuestos (EBIDTA)	-\$ 34.285.440	\$ 443.711.345	\$ 604.297.774	\$ 740.415.070	\$ 907.423.748	\$ 1.112.899.955
Depreciaciones	\$ 16.667	\$ 88.725.107	\$ 88.725.107	\$ 88.708.440	\$ 58.728.440	\$ 58.728.440
Amortizaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos financieros	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidad gravable	-\$ 34.302.107	\$ 354.986.238	\$ 515.572.667	\$ 651.706.630	\$ 848.695.308	\$ 1.054.171.515
Menos: Impuesto de Renta	\$ 0	\$ 120.695.321	\$ 175.294.707	\$ 221.580.254	\$ 288.556.405	\$ 358.418.315
Menos: Otros Impuestos a la Renta	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidad neta	-\$ 34.302.107	\$ 234.290.917	\$ 340.277.960	\$ 430.126.376	\$ 560.138.903	\$ 695.753.200
Reserva legal	\$ 0	\$ 23.429.092	\$ 34.027.796	\$ 43.012.638	\$ 56.013.890	\$ 69.575.320
Utilidad del periodo	-\$ 34.302.107	\$ 210.861.825	\$ 306.250.164	\$ 387.113.738	\$ 504.125.013	\$ 626.177.880

Nota. La tabla muestra el resumen del estado de resultado a partir de análisis realizados previamente.

### ***Balance***

A partir de los datos del flujo de caja, estado de resultados y datos específicos del análisis económico en la tabla 36 se presenta un resumen el balance general Anakú Ecolodge y en el apéndice M se detallan los elementos del balance. En términos generales se puede determinar que la inversión más representativa corresponde a terrenos y la construcción del proyecto y los muebles y enseres, esta inversión se deprecia contablemente en un período de 25 y 10 años respectivamente.

**Tabla 36.**  
*Balance general del proyecto*

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Activo</b>						
<b>Activo corriente</b>						
<b>Total activos corrientes</b>	16.633.560	777.638.779	1.180.775.481	1.689.474.935	2.303.707.214	3.034.260.493
<b>Activo fijo</b>						
<b>Total activos fijos</b>	686.103.533	597.378.427	508.653.320	419.944.880	361.216.440	302.488.000
<b>Total activos Pasivo</b>	702.737.093	1.375.017.206	1.689.428.801	2.109.419.815	2.664.923.654	3.336.748.493
<b>Total pasivo Patrimonio</b>	2.239.200	190.726.289	207.032.289	258.146.960	330.934.644	407.831.285
<b>Total patrimonio</b>	715.697.893	1.184.290.917	1.482.396.512	1.851.272.855	2.333.989.011	2.928.917.208
<b>Total pasivo + patrimonio</b>	717.937.093	1.375.017.206	1.689.428.801	2.109.419.815	2.664.923.654	3.336.748.493
<b>Prueba de balance</b>	-15.200.000	0	0	0	0	0

Nota. La tabla muestra un resumen el balance general del proyecto a partir de análisis previos realizados.

## Estudio Financiero – Económico

El estudio financiero y económico se realizó a través la consolidación del flujo de caja neto de proyecto a través uno de los reportes del aplicativos CISNE, en el marco de que el proyecto se liquidara a los cinco años, iniciando operaciones en el año 2023 y finalizando en el año 2027.

### *Evaluación a Través de la Tasa Interna de Retorno - TIR y el Valor Presente Neto - VPN*

A través del flujo de caja neto de proyecto que se puede detallar en la tabla 37, en el marco de que el proyecto se liquidara a los cinco años, se obtuvo una Tasa Interna de Retorno del 90,4%; lo cual significa que los flujos generados por el proyecto pueden recuperar la inversión y generar una rentabilidad anual del 90.4% del sobre el capital no amortizado.

**Tabla 37.**

*Flujo neto del proyecto*

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Utilidad Neta	-34.302.107	234.290.917	340.277.960	430.126.376	560.138.903	695.753.200
Total Depreciación	16.667	88.725.107	88.725.107	88.708.440	58.728.440	58.728.440
Total Amortización	0	0	0	0	0	0
Pagos de capital	0	0	0	0	0	0
1. Flujo de fondos neto del periodo	-34.285.440	323.016.024	429.003.067	518.834.816	618.867.343	754.481.640
Inversiones en Activos del Período	686.120.200	0	0	0	0	0
Gastos preoperativos	15.200.000	0	0	0	0	0
Capital de trabajo	48.679.800	151.320.200	0	253.195	0	271.204
Préstamo	0	0	0	0	0	0
Capital Semilla	0	0	0	0	0	0
2. Inversiones netas del periodo	750.000.000	151.320.200	0	253.195	0	271.204
3. Liquidación de la empresa	0	0	0	0	0	10.617.065.571
4. (=1-2+3) Flujos de caja totalmente netos	784.285.440	171.695.824	429.003.067	518.581.621	618.867.343	11.371.276.007
Balance de proyecto	784.285.440	847.875.248	673.234.756	356.623.561	155.256.713	11.573.109.735
Periodo de pago descontado	0	0	0	4	0	0

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Tasa interna de retorno	90%					
Valor presente neto	3.114.266.591					
Tasa mínima de retorno	30%					
Porcentaje de ventas para VPN=0	32%					

Nota. La tabla muestra el flujo de caja neto de proyecto generado a partir de análisis previos.

La rentabilidad de Anakú Ecolodge supera el 30% correspondiente a la tasa mínima de retorno definida por los socios del proyecto, razón por la cual en proyecto es económicamente viable.

#### ***Evaluación del Proyecto Valor Presente Neto - VPN***

A partir del flujo de caja neto detallado en la tabla 36, se puede identificar que el Valor Presente Neto asciende a la suma de \$3.114.266.591 y el balance del proyecto permite identificar que a partir de 4 años se logra del periodo de pago descontado, con lo cual se concluye que el proyecto es viable y por tanto se debe continuar con la fase de consolidación de empresa, la organización e iniciar su implementación.

Desde la perspectiva de gerencia de proyectos, el uso de herramientas de evaluación, tales como la Tasa Interna de Retorno -TIR y el Valor Presente Neto - VPN, son de vital importancia en tanto que permiten identificar la viabilidad del proyecto términos financieros y de acuerdo a los parámetros previamente establecidos y de igual manera realizara el seguimiento respectivo a medida que se avanza en la ejecución del mismo y aplicando las acciones que se requieran para cumplir con las metas en términos de ventas e ingresos y flujos de caja.

En este sentido, Navas, R. 2020, en un estudio para implementación de un Ecolodge en el Perú; a partir del flujo económico encontró que el Valor Presente Neto asciende S/.26,713,882.58, con una inversión total de inversión total es de S/.9,349,027.70, así como también una Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) del 96.26%, siendo este último resultado similar al encontrado en al análisis financiero de este estudio. (Navas, R. 2020).

## Conclusiones

Se determinó la viabilidad del servicio de alojamiento en Ecolodge de la empresa Anakú en el municipio de Pasto, ya que las métricas de gestión de proyectos así lo determinan tales como la Tasa Interna de Retorno -TIR del 90%, el Valor Presente Neto VPN de \$3.114.266.591 y el punto de equilibrio del proyecto se logra con un promedio de 21.33% de las ventas, en este mismo sentido, las variables del mercado, el estudio técnico, ambiental y organizacional son favorables.

Se identificó una idea de alojamiento rural ecológico integrado a la naturaleza, encontrando en el diagnóstico, un reducido nivel de competencia en el mercado y deficiente servicio en el mismo. Además, a través del uso de herramientas tales como el DOFA, se identificaron las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas de la idea de negocio y finalmente con el modelo CANVAS se construyó una perspectiva más concreta para la idea de negocio, construyendo así el perfil de la idea de negocio.

Se concluyó con estudio de mercado que existe un mercado potencial de turistas (1,13%), teniendo en cuenta la tendencia de crecimiento del sector de turismo, pues los la llegada de visitantes extranjeros no residentes y pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares al departamento de Nariño, presentan una tendencia del crecimiento promedio del 12% anual, con una proyección de un total de crecimiento del 57% entre los años 2023 y 2027. El mercado potencial proyectado tiene un crecimiento del 12% anual similar al de la población que llega a Nariño en vuelos regulares. Finalmente, finalmente se identificó la disposición del cliente potencial a pagar por noche entre 100 y 200 mil pesos.

Se determinó que el a través del estudio técnico que la mejor ubicación del proyecto es el corregimiento del Genoy con una calificación de 4,8; también se determinó el tamaño del Ecolodge en temporada alta y baja, el cual es de 65 y 26 personas por día respectivamente, con esta última ocupación el proyecto, el proyecto únicamente operaría los fines de semana; según las anteriores proyecciones, el crecimiento sería del 12% anual, lo que significa que el proyecto para el año 2027 alcanzaría una ocupación de 98% en temporada alta y del 39% en temporada baja. Así mismo, se determinó con el estudio técnico que la infraestructura consistiría básicamente en 4 ecolodges tipo choza con 4 habitaciones dobles independientes cada uno y una zona de campin con una capacidad mínima de 10 carpas con un máximo de 4 personas cada una. El área requerida del proyecto corresponde 5.945 M2 distribuidos en área misional, estratégica y de apoyo.

En el estudio organizacional cumple con la normatividad legal en tanto que éste plantea una estructura organizacional sencilla teniendo en cuenta el tamaño del proyecto previamente definido, liderada por un gerente del proyecto, apoyado de manera estratégica por 11 personas con funciones determinadas en un manual, una proyección del presupuesto de inversión y finalmente se establecen los elementos básico de la dirección con base en la misión y visión del proyecto, los valores organizacionales y objetivos enfocados una meta de crecimiento del 12% anual en los próximos 5 años, así como también en el marco de buenas prácticas en sostenibilidad en el marco de proyectos verdes, así como también estrategias de recolección y análisis de información con indicadores para toma de decisiones oportunas y mecanismos de control también con indicadores que permitan determinar el avance en el cumplimiento de los objetivos planteados en el proyecto.



En términos del estudio legal se concluye como favorable en tanto que se conforma una Sociedad por Acciones Simplificada SAS constituida por cuatro socios, tres los cuales aportan el 55% del costo del proyecto y se vinculan laboralmente en la ejecución del mismo, en tanto el que el cuarto socio se vincula únicamente como capitalista con el 45% del valor de proyecto. Este tipo de sociedad cuenta con ventajas para una microempresa como la que se pretende constituir y elimina obstáculos para constitución legal y por otra parte, la licencia de construcción y los demás permisos que se requieren para la construcción y operación del proyecto no exigen elementos que desde la perspectiva del proyecto no se puedan cumplir.

Se determinó que el estudio ambiental es pertinente y trascendental para la viabilidad de Anakú, porque interactúa con el cliente mediante un proceso de concientización sensibilización y educación ambiental, a través de identificación y valoración de los impactos al planeta, además la construcción se hace con materiales de bajo impacto ambiental, ya que son insumos y materiales locales, generando una huella de carbono e hídrica muy bajas, debido a la implementación de sistemas de ahorro de agua, captación de agua lluvia y el proceso de agua residual mediante una planta de tratamiento, asimismo el consumo de energía es bajo por la sustitución parcial de una fuente no convencional - fotovoltaico, la cual usa iluminación led de máximo ahorro.

Se concluye que el análisis de resultados y evaluación financiera del proyecto tiene una óptima valoración, que se requiere una inversión total para la construcción del proyecto de \$733.366.440 de pesos, donde en el primer año de operación se invierte \$581.530.441 de pesos valor que se incrementa con base en la proyección del crecimiento del 125 anual hasta un \$ 1.423.462.350 de pesos en el año 5. Asimismo mediante el flujo de caja neto de proyecto, en el

marco en que el proyecto se liquidara a los cinco años, se obtiene una tasa interna de retorno del 90,4%; lo cual significa que los flujos generados por el proyecto pueden recuperar la inversión y generar una rentabilidad anual del 90.4% del sobre el capital no amortizado, superando el 30% correspondiente a la tasa mínima de retorno definida por los socios del proyecto y un Valor Presente Neto de \$3.114.266.591; razón por la cual, el proyecto es económicamente factible y finalmente el balance del proyecto permite identificar que a partir de 4 años se recupera la inversión.

### Referencias Bibliográficas

- Abad, C. &. (2015). Turismo antártico: Naturaleza y Ciencia en los confines del turismo contemporáneo. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Alcaldía de Pasto. (2018). Agenda turística 2018. Pasto capital turística del sur.  
[www.tursimopasto.gov.co](http://www.tursimopasto.gov.co)
- Álvarez, A. &. (2016). Desarrollo del turismo vs sustentabilidad, conceptos, incongruencias y realidades. Revista A+ C 7.7.
- Amadeus. (2021). Tribus de viajeros del futuro 2030. Construyendo un viaje más gratificante.
- Avilés, D. R. (2016). Análisis de un Plan de negocios para la implementación de una Hostería Ecológica como alternativa de oferta de alojamiento en la Parroquia Santa Marianita del Cantón Salitre en la Provincia del Guayas. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Barroso, J. (2014). El turismo y los Parques Nacionales: la política de 1934 a 1970. Signos Universitarios, 12-24.
- Bóveda, O. y. (2015). Guía práctica para la elaboración de un plan de negocio. Paraguay: Paraguay Productiva.
- Briceño, A. y. (2016). Plan de negocio para un proyecto hotelero ecológico y autosostenible en la costa norte del Perú (tesis de pregrado). Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Bustios, A. y. (2016). Propuesta de arquitectura solar: Hotel de campo en Cieneguilla calificación 4 estrellas (tesis de grado). Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Cámara de comercio de Medellín para Antioquia. (2018). Registro de la constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada – SAS.

- [https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/servicios-registrales/registro-mercantil/documentos/guias/2019/Guia---20---2018\\_FormatoPDF.pdf](https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/servicios-registrales/registro-mercantil/documentos/guias/2019/Guia---20---2018_FormatoPDF.pdf)
- Carboni, C., Duncan, W., González, M., Milson, P., & Michael, Y. (2018). Gestión de proyectos sostenibles: (2 Edición). GPM Global. [www.greenprojectmanagement.org](http://www.greenprojectmanagement.org)
- Centro de Emprendimiento Continental. (2016). Mapa de Empatía. Lima Perú. Universidad Continental. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/continental/2064>.
- Centro de información turística de Colombia. (2020). Ministerio de Comercio, industria y turismo. República de Colombia. <https://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental#gsc.tab=0>
- Chocooj, M. (2014). Hotel boutique basado en principios bioclimáticos y sostenibles” (tesis de grado). Asunción: Universidad Rafael Landívar.
- Consejo Técnico de la Contaduría Pública (2008). Congreso de Colombia. 2020. Ley general de Turismo 2068. <https://imgcdn.larepublica.co/cms/2020/12/31121021/LEY-2068-DEL-31-DE-DICIEMBRE-DE-2020.pdf>.
- Cubillos, C. d. (2013). Guía para la planificación del ecoturismo en Parques Nacionales Naturales de Colombia. Bogotá: ediprint.com.co.
- Departamento Nacional de Planeación. (2019). Política de crecimiento verde - Documento COMPES 3934 de 2018. (Punto aparte Bookvertising). Bogotá, Colombia.
- Departamento Nacional de Planeación. (2019). Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022 Pacto por Colombia, Pacto por la equidad. Bogotá: DNP.
- Díaz, A. G. (2014). Diseño arquitectónico del complejo turístico " Grudica" en el caserío Cueva del Ratón, municipio de Perquín, departamento de Morazán. San Salvador. San Salvador: Universidad de El Salvador.

- Díaz, T. (2016). Las buenas prácticas turísticas y su impacto en los turistas del paseo ecológico del parque Luis A. Martínez de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua. Ambato Ecuador.: Universidad Técnica de Ambato.
- Dilon, G. C. (2019). Plan de negocio para la creación de un lodge en Non, provincia de Pichincha. Ecuador: Escuela de hospitalidad y turismo.
- Gálvez, E. Cuellar, K. y Varela, R. (2015). Características y percepción de los factores de éxito de las micro, pequeñas y medianas empresas del sur occidente colombiano. Revista: Formación, innovación y éxito empresarial. Vol.4.
- Gardey, A. (2013). Definición de alojamiento. <https://definicion.de/alojamiento/>
- Gobernación de Nariño, Instituto Global para el Crecimiento Verde. (2019). Plan estratégico para el de turismo de Naturaleza en Nariño. Pasto: Global Green Growth Institute Colombia.
- Grisales M, et al. (2021). Análisis de impactos ambientales en proyectos de gran envergadura en Colombia acorde al estándar P5®. Universidad EAN.  
<https://repository.universidadean.edu.co>.
- Guerrero, G. P. (2014). Introducción al turismo. Grupo Editorial Patria.
- Guerrero, A. (2019). Responsabilidad social y ambiental, análisis para tres microempresas en Ipiiales, Colombia. *Económicas CUC*, 40(2). 53-69. DOI:  
<http://dx.doi.org/10.17981/econcuc.40.2.2019.04>
- Jorna A, et al. (2021). Identificación de procesos de salud por maestrantes de la Escuela Nacional de Salud Pública. *Revista Cubana de Medicina General Integral*. 2021;37(4):e1688.  
<https://web-s-ebcohost->

com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=7180c113-8b31-4196-8719-ef0ea56fb068%40redis

Liscutin, H. B. (2015). Hotel ecológico en Ptexbatún, Petén. Lima: Universidad Rafael Landívar.

López, M. (2019). Emprendimiento y gerencia: Competencias claves para emprender.

POSSUNT, Emprendimiento Global, 2019. ISBN 978-980-402-281-4.

Mendoza, T. (2013). La estrategia del océano azul para emprendedores. Artículo de divulgación.

Apunt. cienc. soc. 2013; 03(01)

<http://journals.continental.edu.pe/index.php/apuntes/article/view/126/127>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo - MCIT. (2020). Política de turismo sostenible:

Unidos por la Naturaleza. Bogotá. [https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-](https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible)

[desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible](https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible)

Ministerio de Comercio Industria y Turismo -MinCIT. (2018). Plan sectorial de turismo 2018 – 2022. turismo: el propósito que nos une.

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2014). Plan Nacional de Negocios

Verdes.

Mincomercio Industria y Turismo. (2018). Plan estratégico nacional para el desarrollo del

turismo en Colombia. Bogotá: Mincomercio Industria y Turismo.

Mincomercio Industria y Turismo. (2020). En 2019 el turismo en Colombia rompió récords.

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records>

- Ministerio de Comercio Industria y Turismo - MCIT. (2013). Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia. Bogotá.
- Núñez, M et al. (2019). Elementos de influencia en la toma de decisiones entre directores comerciales en empresas familiares. Estudio comparado de empresas de Cataluña (España) y Barranquilla (Colombia). *Contabilidad y Negocios* (14) 27, 2019, pp. 73-88 / ISSN 1992-1896. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.201901.005>.
- Navas, R. (2020). Propuesta para la implementación de un Ecolodge para mejorar el turismo vivencial en la provincia de cantá, 2018. Tesis para optar el grado académico de: maestro en gerencia de proyectos de ingeniería. Universidad Nacional Federico Villareal. Lima Perú.
- Organización Mundial del Turismo. (2019). Las llegadas de turistas internacionales suman 1.400 millones dos años antes de las previsiones. <https://www.unwto.org/es/press-release/2019-01-21/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suman-1400-millones-dos-anos-antes>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). Soluciones para devolver la salud al turismo. Obtenido de COVID - 19: <https://www.unwto.org/es/healing-solutions-tourism-challenge>
- Organización Mundial del Turismo y Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. (2016). El sector turístico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible - Turismo responsable, un compromiso de todos. Madrid; España: Edame.
- Ostela School of Turism y hospitality. (2018). Cambio climático y Turismo responsable. Barcelona.

Parques Nacionales Naturales de Colombia, (2015). Plan de manejo Santuario de Fauna Galeras.

[https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wpcontent/uploads/2013/12/PM-SFFGaleras\\_Adoptado\\_junio\\_6\\_2015.pdf](https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wpcontent/uploads/2013/12/PM-SFFGaleras_Adoptado_junio_6_2015.pdf).

Periódico el tiempo. (5 de diciembre de 2019). Colombia será la tendencia en 2020: empresarios

de turismo de EE. UU. Colombia será la tendencia en 2020: empresarios de turismo de EE. UU., págs. <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/colombia-destino-turistico-que-sera-tendencia-en-2020-segun-ee-uu-440684>.

Periódico el Tiempo. (6 de Diciembre de 2019). ¿El turismo de naturaleza ayuda en la

conservación del medioambiente? El Tiempo., págs.

<https://www.eltiempo.com/vida/viajar/el-turismo-de-naturaleza-ayuda-en-la-conservacion-del-medioambiente-440872>).

Porter, M. (2010). Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors

(Quinta ed.). New York: Free Press.

Procolombia (2019). OMT le apuesta a la innovación turística en Colombia.

<https://procolombia.co/noticias/omt-le-apuesta-la-innovacion-turistica-en-colombia>

Rooyen, V. (2019). Applying the P5 Standard for Sustainability: Enriching Project Leadership.

July, 447-455. <http://ulspace.ul.ac.za/handle/10386/2678>

Salinas, J. (2015). Análisis de factibilidad para la implementación de un hotel de ecoturismo en

la costa de Arequipa. Arequipa Perú: Universidad Católica Santa María.

Sánchez, A. V. (2018). Proyecto de Investigación Requerimientos Logísticos y Estratégicos del

Ecoturismo en Colombia. Bogotá, D.C.: Universidad del Rosario.



Secretaria de turismo del Valle del Cauca (2021).

(<https://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones/69901/secretaria-de-turismo-del-valle-alista-comites-para-socializar--la-fase-2-de-pueblos-magicos-en-roldanillo-y-ginebra/>). []

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. (2020). El turismo en espacios rurales - Curso virtual. Bogotá.

Sociedad Internacional de Ecoturismo - TIES. (2015). TIES anuncia revisión de principios de ecoturismo. <https://ecotourism.org/news/ties-announces-ecotourism-principles-revision/>

Socorro, M y Reyes O. (2022). Modelo Canvas como Herramienta para Proyectos de Investigación: A Planteamiento teórico. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Organización de Empresas y Marketing, Madrid, España y Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia. Education Research International. Volumen 2022, artículo ID 2518654, 11. páginas <https://doi.org/10.1155/2022/2518654>

Tarigan, P. (2019). El Estándar P5TM de GPM para La Sostenibilidad en la Dirección de Proyectos GPM Global Versión 2.0. En Journal of Chemical Information and Modeling (Global, Vol. 53, Número 9). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Torres, E. (2012). Estructura de mercados turísticos. Madrid: Editorial UOC.

Turismo de Nariño. (20 de 04 de 2020). Webinars Turismo de Nariño. Obtenido de Archivo de video: <https://www.facebook.com/turismodenarino/videos/243081886884955/?t=19>

Varela, V. R. (2014). Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Pearson Prentice Hall.

Zorita, L. E. (2015). Plan de negocio. Madrid: ESIC Editorial.

Zarate, W., Gutiérrez, E. (2013). Estrategias gerenciales como mecanismo de responsabilidad social en el sector turístico de Santa Marta – Colombia. *Clio América*, 7 (14), 153 – 163

## Apéndice

### Apéndice A. Matriz de evaluación estándar P5

Categoría P5 Subcategoría/ Elemento	Descripción (Causa)	Impacto Potencial	Respuesta Propuesta	Puntaje del Impacto	
				Antes	Después
<b>1 Impactos del Producto</b>					
1.2 Vida útil del producto					
1.3 Mantenimiento del product					
<b>2 Impacto de los Procesos (de Gestión de Proyectos)</b>					
2.1 Eficacia de los procesos del proyecto					
2.2 Eficiencia de los procesos del proyecto					
2.3 Equidad de los procesos del Proyecto					
<b>3 Impacto a las Personas (Sociales)</b>					
<b>3.1 Prácticas Laborales y Trabajo Decente</b>					
3.1.1 Empleo y dotación de personal					
3.1.2 Relaciones laborales/de gestión					
3.1.3 Salud y seguridad del proyecto					
3.1.4 Educación y Capacitación					
3.1.5 Aprendizaje organizacional					
3.1.6 Diversidad e igualdad de oportunidades					
3.1.7 Desarrollo de competencias locales					
<b>3.2 Sociedad y Consumidores</b>					
3.2.1 Apoyo de la comunidad					
3.2.2 Cumplimiento de políticas públicas					
3.2.3 Protection for indigenous and tribal peoples					
3.2.4 Salud y seguridad del consumidor					
3.2.5 Etiquetado de productos y servicios					
3.2.6 Comunicaciones de mercadeo y publicidad					
3.2.7 Privacidad del consumidor					

Categoría P5 Subcategoría/ Elemento	Descripción (Causa)	Impacto Potencial	Respuesta Propuesta	Puntaje del Impacto	
				Antes	Después
<b>3.3 Derechos Humanos</b>					
3.3.1 No discriminación					
3.3.2 Trabajo de acuerdo a la edad					
3.3.3 Trabajo Voluntario					
<b>3.4 Comportamiento Ético</b>					
3.4.1 Prácticas de Adquisiciones					
3.4.2 Anti-corrupción					
3.4.3 Competencia Leal					
<b>4 Impactos al Planeta (Ambiental)</b>					
<b>4.1 Transporte</b>					
4.1.1 Adquisición local					
4.1.2 Comunicación digital					
4.1.3 Viajes y desplazamiento					
4.1.4 Logística					
<b>4.2 Energía</b>					
4.2.1 Consumo de energía					
4.2.2 Emisiones de CO2					
4.2.3 Retorno de energía limpia					
4.2.4 Energía renovable					
<b>4.3 Tierra, Agua y Aire</b>					
4.3.1 Diversidad biológica					
4.3.2 Calidad del agua y del aire					
4.3.3 Consumo de agua					
4.3.4 Desplazamiento del agua sanitaria					
<b>4.4 Consumo</b>					
4.4.1 Reciclaje y reuso					
4.4.2 Disposición					
4.4.3 Contaminación y polución					
4.4.4 Generación de residuos					
<b>5 Impactos a la Prosperidad (Económicos)</b>					
<b>5.1 Análisis del Caso de Negocio</b>					
5.1.1 Modelado y simulación					
5.1.2 Valor presente value					
5.1.3 Beneficios financieros directos					
5.1.4 Retorno sobre la inversion					

Categoría P5 Subcategoría/ Elemento	Descripción (Causa)	Impacto Potencial	Respuesta Propuesta	Puntaje del Impacto	
				Antes	Después
5.1.5	Relación Beneficio-Costo				
5.1.6	Tasa interna de retorno				
<b>5.2 Agilidad del Negocio</b>					
5.2.1	Flexibilidad/ opcionalidad				
5.2.2	Flexibilidad del negocio				
<b>5.3 Estimulación Económica</b>					
5.3.1	Impacto económico local				
5.3.2	Beneficios indirectos				

## **Apéndice B.** Diseño de las preguntas

La encuesta es una herramienta de análisis de mercados recomendada por Varela 2014, la cual se diseñó usando el mapa de empatía, la de acuerdo a las variables definidas para el análisis del mercado, la encuesta está conformada por 3 secciones: datos generales, gustos y preferencias y propuesta Anakú, con 23 preguntas de cuales 14 son del tipo cerrada con opciones de respuesta para seleccionar por el encuestado y 9 preguntas son abiertas, con el fin de identificar las necesidades de los encuestados de acuerdo a ¿Qué piensan y sienten?, ¿Que oyen?, ¿Que ven?, ¿Que dicen y que hacen?, sus esfuerzos y resultados. A continuación, el análisis de los resultados de la encuesta por secciones:

### **Sección 1. Datos básicos**

A esta sección corresponden 6 preguntas con la información se pretende levantar a través de su aplicación a las personas que se muestran interés por el proyecto a través del sitio web o la red social Facebook. Las preguntas 1 y 2 corresponden correo electrónico, nombres y apellidos, las cuales tienen por objetivo establecer un medio de contacto directo con las personas interesadas en los servicios que pretende ofrecer el proyecto.

En las preguntas 3 y 4 corresponde a país de residencia y localidad específica, las pretenden localizar de manera geográfica la demanda del servicio que ofrecerá el proyecto principalmente en Colombia y Ecuador, aunque se da opción de escribir el país que se requiera; y para finalizar sección de datos básicos, en las preguntas 5 y 6 de tipo cerradas buscan identificar diferentes rangos de edad entre 18 y mayor de 66 años y el nivel de estudios: primaria y posgrado con el propósito de determinar estas variables entre la personas que se interesan por el proyecto y demandan este tipo de servicio de alojamiento, frente a la cual espera que entre mayor nivel formación cuenta una persona, tiene mayor conciencia ambiental y toma mejores decisiones frente al aprovechamiento del tiempo libre, periodos descanso y bienestar.

### **Sección 2. Gustos y preferencias.**

La sección 2 se conforma de 8 preguntas enfocadas a identificar los gustos y preferencias de los encuestados, abordando temas como motivos de viaje, frecuencia de viaje, interés por productos y servicios de turismo de naturaleza, los tipos de hospedaje que prefieren los encuestados en sus viajes, la importancia que tiene para los encuestados diferentes variables socioambientales en los productos y servicios que utilizan en sus viajes, a continuación, se detallan cada pregunta de esta sección.

La pregunta 7 es de tipo cerrado y busca identificar los motivos y frecuencia de viaje entre los interesados en el proyecto de alojamiento rural tipo Ecolodge, las opciones de respuesta: negocios y motivos profesionales, vacaciones, recreo y ocio, religión y peregrinación, visita a familiares y amigos, se basan la encuesta tendencias de viajes 2021 en Colombia realizada por Asociación de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO y con respecto a la frecuencia de viaje se valoró a través

de una escala de Likert de 0 a 5, siendo 0-Nunca, 1-Casi nunca, 2-En ocasiones, 3-Con frecuencia, 4-Casi siempre y 5-siempre y además en la pregunta 8 de tipo abierta se abre la posibilidad para que los encuestados pueda manifestar otro motivo de viaje diferente y frecuencia.

La pregunta 9 es de tipo cerrado y pretende identificar el grado de interés por los productos y subproductos del turismo de naturaleza, con base en la Política de Turismo de Naturaleza 2012 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - MCIT, los cuales corresponden a: 1. Ecoturismo (Avistamiento de aves, senderismo, recuperación de flora y fauna); 2. Turismo de aventura (Parapente, Rafting, Rapel, escalada, Trekking, alta montaña); 3. Turismo Rural (Agroturismo, granjas turísticas); 4. Turismo Cultural; y 5. Turismo de bienestar. El grado de interés se valoró a través de una escala de Likert de 1 a 5, siendo 1-No me interesa, 2- Me interesa poco, 3-Indiferente, 4-Si me interesa y 5-Me interesa mucho y además en la pregunta 10 de tipo abierta se abre la posibilidad para que los encuestados puedan manifestar y valorar su interés por otro producto o sub-productos de turismo de naturaleza.

En la pregunta 11 tiene por objeto identificar y valorar el interés tiene 6 tipos de hospedaje de los cuales 5 corresponden a hospedajes rurales y con el fin de contextualizar al encuestando se presenta definición resumida de cada uno de la siguiente manera:

- Hotel (1 a 5 Estrellas). Alojamiento en habitaciones privadas, en un edificio ubicado generalmente en ciudades o centro poblado, dispone mínimo de recepción, servicio de desayuno y salón de estar para la permanencia de los huéspedes. El número de estrellas depende de la calidad de sus servicios, sus instalaciones y valor humano.
- Hotel Rural. Alojamiento con las mismas características de un hotel, pero ubicado en áreas rurales.
- Hostal /Albergue. Alojamiento caracterizado por incluir habitaciones con varias camas para alojar diferentes huéspedes y con servicios limitados y compartido
- Ecolodge/Lodge. Pequeño alojamiento distinguido por un mínimo impacto ambiental, construcción y operación sostenible, integración con la naturaleza y la comunidad local, enfocado en la tranquilidad, comodidad y confort de sus huéspedes en un ambiente que propicia la interpretación y disfrute de la naturaleza
- Glamping. Alojamiento al aire libre con las comodidades de un hotel de lujo, en una mezcla de Glamur y camping.
- Camping. Alojamiento al aire libre en carpas o tiendas de campaña en el que los huéspedes duermen en sleeping o colchonetas

El grado de interés al igual que la pregunta anterior, se valoró a través de una escala de Likert de 1 a 5, siendo: 1-No me interesa, 2- Me interesa poco, 3-Indiferente, 4-Si me interesa y 5-Me interesa mucho y además en la pregunta 12 de tipo abierta se abre la posibilidad para que los encuestados puedan compartir si así lo prefieren los principales motivos de su respuesta o manifestar y valorar su interés por otro tipo de alojamiento.

La pregunta 13 de tipo cerrada, pretende indagar la importancia 7 variables socio-ambientales en el marco de 2 elementos del estándar P5 del Green Project Management - GPM para los

encuestados en la elección de su hospedaje. En este sentido, según el estudio de Energías Renovables América, (2015) el 87% de los turistas prefieren alojamientos con energías renovables, de los cuales el 77% está dispuesto a pagar un costo mayor por esta calidad de energía”; de igual manera el estudio de la revista Conde Nast Traveler de gran influencia a nivel global concluye que el 96% de sus lectores piensa que los hoteles y centros turísticos deben ser responsables de proteger el medio ambiente en donde se ubican, y el 74% opina que las políticas ambientales de los hoteles influyen la decisión de hospedarse en ellos. (Ostela School of Tourism y hospitality, 2018).

El grado de grado de importancia, se valoró a través de una escala de Likert de 1 a 5, siendo: 1-Nada importante, 2-Poco importante, 3-Más o menos importante, 4-Importante y 5-Muy importante. Las variables socio-ambientales evaluadas se relacionan a continuación:

- Ahorro de energía, reducción de emisiones de CO2, uso de energías renovables.
- Conservación de la biodiversidad, calidad de agua y aire, ahorro y tratamiento de agua
- Adquisición local de insumos y materiales, y promoción del transporte ecológico y uso de la bicicleta.
- Reciclaje y reúso, reducción de contaminación y generación de residuos.
- Apoyo a la comunidad local.
- Promoción de los derechos humanos, buenas prácticas laborales, empleo decente e inclusión.
- Comportamiento ético, prácticas anticorrupción y competencia leal.

La pregunta 14 es de tipo cerrada es la última de la sección 2 y busca identificar aquellos encuestados que durante sus viajes se hayan hospedado en alguno de los 5 tipos de alojamiento rural descritos en la pregunta 11: Ecolodge/Lodge, Hotel Rural, Hostal/Albergue, Glamping y/o Camping. Si la respuesta es afirmativa el formulario les permite avanzar a la siguiente sección, de lo contrario la encuesta termina.

### **Sección 3. Nuestra propuesta Anakú.**

La sección 3 consta de 9 preguntas específicas de la propuesta de del proyecto Anakú, las cuales se realizan únicamente a aquellas personas que en el transcurso de sus viajes se hayan hospedado en algún tipo de alojamiento rural; en esta sección se abordan temas como medio en los cuales los encuestados buscan información de sus próximos alojamientos, frecuencia con que lo hacen, como realizan su reservas, características que mas valoran a la hora de elegir el alojamiento, el tipo de experiencias y servicios que prefieren, la disposición a pagar y finalmente que paquete de alojamiento se adapta a sus necesidades.

La pregunta 15 es de tipo cerrado y pretende identificar tanto los medios como la frecuencia con que los encuestados consultan para informarse sobre lo alojamiento rurales, información primaria requerida para la estrategia promocional de plan de mercadeo. La frecuencia se valoró a través de una escala de Likert de 0 a 5, siendo 0-Nunca, 1-Casi nunca, 2-En ocasiones, 3-Con frecuencia, 4-Casi siempre y 5-Siempre, entre las siguientes opciones de respuestas: anuncios y páginas web, plataformas digitales (Tripadvisor, Booking, Expedia, Airbnb), Facebook, Instagram, YouTube,



recomendaciones de amigos y conocidos, influencers, agencia de viaje, oficinas de turismo y guías de turismo. Además, en la pregunta 16 de tipo abierta se deja abierta la posibilidad para que los encuestados puedan escribir otros medios y la frecuencia con que los utilizan.

La pregunta 17 de tipo cerrada, tiene por objeto identificar a través de que medio los encuestados realizan la reserva de alojamiento y con frecuencia lo usan, lo cual se valoró a través de una escala de Likert de 0 a 5, siendo 0-Nunca, 1-Casi nunca, 2-En ocasiones, 3-Con frecuencia, 4-Casi siempre y 5-Siempre, entre 3 siguientes opciones de respuesta; 1. Contacto directo (Página web, Teléfono, Vía WhatsApp App), 2.Aplicaciones/sitios web de operadores turísticos Tripadvisor, Booking, Expedia y 3. Agencia de viaje. No obstante, en la pregunta 18 de tipo abierta, los encuestados tienen la opción de escribir otro medio que usan y con qué frecuencia.

La pregunta 19 de tipo cerrada, pretende identificar el grado de importancia que tiene para los encuestados 7 características principales proyectadas de Anakú Ecolodge, importancia que se valoró a través de una escala de Likert de 1 a 5, siendo: 1-Nada importante, 2-Poco importante, 3-Más o menos importante, 4-Importante y 5-Muy importante. Las variables características evaluadas se relacionan a continuación: diseño ecológico y auténtico, armonía e interacción con la naturaleza, sostenibilidad ambiental – Reducción de huella de carbono y huella hídrica, tranquilidad, comodidad y confort, apoyo a la comunidad local, acceso a internet – Teletrabajo y Pet friendly / Ingreso con mascotas. No obstante, en la pregunta 20 de tipo abierta, los encuestados tienen la opción de escribir otras características que le gustaría que tenga el Ecolodge y su grado de importancia.

La pregunta 21 de tipo cerrada, pretende identificar la aceptación e importancia que tiene para los encuestados 9 propuestas de experiencias que se proyectan ofrecer en Anakú Ecolodge, para cual se empleó una escala de Likert de 1 a 5, siendo: 1-Nada importante, 2-Poco importante, 3-Más o menos importante, 4-Importante y 5-Muy importante. Las 9 experiencias proyectadas se relacionan a continuación:

1. Trekking - Senderismo por atractivos y recursos turísticos naturales de la región (volcanes, paramos, lagunas, aguas termales, cascadas, etc.)
2. Avistamiento de fauna y flora
3. Recorrido por Huerta Orgánica, cosecha de ingredientes y preparación de comida saludable - vegetariana
4. Noche de cuentos, mitos y leyendas e intercambio cultural
5. Meditación e interiorización - Yoga
6. Spa (Sauna, turco, Hidromasaje).
7. Deportes de Aventura (escalar – parapente)
8. Cicloturismo
9. Zona de Camping

La pregunta 22 de tipo cerrado, tiene por objeto identificar el precio que los encuestados estarían dispuestos a pagar por persona en un día de alojamiento en Anakú, bajo la premisa que se garantiza excelente atención en un espacio de tranquilidad y confort, interacción con la naturaleza, alimentación saludable, transporte, actividades ecoturísticas y culturales, tal como se puede

detallar en el sitio web del proyecto. Las opciones de respuesta comienzan con menos de 100 mil pesos y termina con un valor mayor a 400 mil pesos con una variación de 100 mil pesos en cada rango.

Con la pregunta 23 de tipo cerrado termina la encuesta de mercado, con la cual se pretende identificar cual es paquete de alojamiento que prefieren encuestados entre 4 opciones de respuesta: 5 días/4 noches, 4 días/3 Noches, 3 días/2 Noches y 2 días /1 noche; no obstante, en formulario tiene la opción de otra, en la cual los encuestados pueden escribir el paquete de alojamiento que se adapta a sus necesidades.

Con las preguntas de la encuesta definidas, se creó un formulario de Google y se validó con 10 posibles prospectos de clientes entre ellos viajeros éticos, pluralistas culturales, buscadores de recompensas y capital social de acuerdo con las Tribus de viajeros del futuro 2030. (Amadeus, 2020, p.7). con quienes se concertaron encuentros virtuales para conocer la opinión frente al diseño de la encuesta, las mejoras y ajustes que consideran necesario para la que la recolección de la información sea acertada.

### Apéndice C. Encuesta análisis del mercado

Esta encuesta se realiza en el marco de un proyecto de grado de la Maestría en Gerencia de Proyectos de la UNAD. Toda la información recolectada será tratada de acuerdo la normativa contenida en la Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1074 de 2015.

Si ingresó desde su celular, por favor gírelo de manera horizontal para una mejor visualización de las opciones de respuesta. Muchas gracias por su tiempo y sinceridad.

Autorizo de manera voluntaria, previa, explícita e informada a Anakú para el tratamiento mis datos personales de acuerdo a la Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1074 de 2013 y para los fines relacionados con el objetivo del proyecto.

#### I. Datos generales

1. Dirección de correo electrónico
2. Nombres y apellidos
3. País de residencia
4. Ciudad/Localidad
5. Edad
6. Nivel de estudios Primaria Secundaria Técnico Profesional Posgrado

#### II. Gustos y preferencias

7. ¿Cuáles son sus motivos y frecuencia de viaje? 0-Nunca, 1-Casi nunca, 2-En ocasiones, 3-Con frecuencia, 4-Casi siempre y 5-Siempre

	0	1	2	3	4	5
Negocios y motivos profesionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vacaciones, recreo y ocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Religión y peregrinación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visita a familiares y amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Otro: ¿Cuál?

9. ¿De los siguientes productos y subproductos del turismo de naturaleza, cuales son de su interés? 1-No me interesa, 2- Me interesa poco, 3-Indiferente, 4-Si me interesa y 5-Me interesa mucho.

	1	2	3	4	5
Ecoturismo. Avistamiento de aves, senderismo, recuperación de flora y fauna.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo de aventura. Parapente, Rafting, Rapel, escalada, Trekking, alta montaña	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo Rural. Agroturismo, granjas turísticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4	5
Turismo Cultural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo de bienestar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Otro: ¿Cuál?

11. ¿Qué nivel de interés tiene para usted cada uno de los tipos de hospedaje rural que presentamos a continuación? 1-No me interesa, 2- Me interesa poco, 3-Indiferente, 4-Si me interesa y 5-Me interesa mucho.

**Hotel (1 a 5 Estrellas):** Alojamiento en habitaciones privadas, en un edificio ubicado generalmente en ciudades o centro poblado, dispone mínimo de recepción, servicio de desayuno y salón de estar para la permanencia de los huéspedes. El número de estrellas depende de la calidad de sus servicios, sus instalaciones y valor humano.

**Hotel Rural.** Alojamiento con las mismas características de un hotel, pero ubicado en áreas rurales.

**Hostal /Albergue.** Alojamiento caracterizado por incluir habitaciones con varias camas para alojar diferentes huéspedes y con servicios limitados y compartidos

**Ecolodge/Lodge:** Pequeño alojamiento distinguido por un mínimo impacto ambiental, construcción y operación sostenible, integración con la naturaleza y la comunidad local, enfocado en la tranquilidad, comodidad y confort de sus huéspedes en un ambiente que propicia la interpretación y disfrute de la naturaleza.

**Glamping:** Alojamiento al aire libre con las comodidades de un hotel de lujo, en una mezcla de Glamur y camping.

**Camping.** Alojamiento al aire libre en carpas o tiendas de campaña en el que los huéspedes duermen en sleeping o colchonetas

	1	2	3	4	5
Hotel 1-3 Estrellas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hotel Rural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hostal /Albergue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ecolodge/Lodge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Glamping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Camping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro: ¿Cuál?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Nos podría compartir los principales motivos de su respuesta, por favor

13. ¿Qué importancia tienen para usted las siguientes variables socio-ambientales en el hospedaje que elija?.1-Nada importante, 2-Poco importante, 3-Más o menos importante, 4-Importante y 5-Muy importante

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ahorro de energía, reducción de emisiones de CO2, uso de energías renovables.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conservación de la biodiversidad, calidad de agua y aire, ahorro y tratamiento de agua	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adquisición local de insumos y materiales, y promoción del transporte ecológico y uso de la bicicleta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reciclaje y reúso, reducción de contaminación y generación de residuos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apoyo a la comunidad local.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promoción de los derechos humanos, buenas prácticas laborales, empleo decente e inclusión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comportamiento ético, prácticas anticorrupción y competencia leal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. ¿Durante sus viajes, alguna vez se ha hospedado en un Ecolodge/Lodge, Hotel Rural, Hostal/Albergue, Glamping y/o Camping? **Si** \_\_ **No** \_\_ (Fin)

### III. Nuestra propuesta

15. ¿Cuales medios y con qué frecuencia usted recurre para informarse sobre Ecolodge/Lodge, Hotel Rural, Hostal /Albergue, Glamping, Camping? 0-Nunca, 1-Casi nunca, 2-En ocasiones, 3-Con frecuencia, 4-Casi siempre y 5-Siempre.

	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Anuncios y páginas web	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Plataformas digitales como: Tripadvisor, Booking, Expedia, Airbnb.						
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
YouTube	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recomendaciones de amigos y conocidos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Influencers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agencia de viaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oficinas de turismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guías de turismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. Otros. ¿Cuáles?

17. ¿Una vez seleccionado el hospedaje como realiza la reserva? La escala va del 0 al 5, siendo 0-Nunca, 1-Casi nunca, 2-En ocasiones, 3-Con frecuencia, 4-Casi siempre y 5-Siempre

	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Contacto directo: Página web, Teléfono, Vía Watts App.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aplicaciones/sitios web de operadores turísticos Tripadvisor, Booking, Expedia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agencia de viaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. Otro. ¿Cual? \_\_\_\_\_

19. ¿Cuál es el grado de importancia que tiene para usted cada una de las siguientes características de nuestro Ecolodge? La escala va del 1 al 5, siendo 1-Nada importante, 2-Poco importante, 3-Más o menos importante, 4-Importante y 5-Muy importante.

<b>Características del Ecolodge / Lodge</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Diseño ecológico y auténtico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Armonía e interacción con la naturaleza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sostenibilidad ambiental – Reducción de huella de carbono y huella hídrica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tranquilidad, Comodidad y confort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apoyo a la comunidad local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acceso a internet – Teletrabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pet friendly - Ingreso con mascotas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. Otro. ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

21. ¿Qué tanta importancia tiene para usted las siguientes experiencias en un Ecolodge? La escala va del 1 al 5, siendo 1-Nada importante, 2-Poco importante, 3-Más o menos importante, 4-Importante y 5-Muy importante.

<b>Otras actividades</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Trekking - Senderismo por atractivos y recursos turísticos naturales de la región (volcanes, paramos, lagunas, aguas termales, cascadas, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avistamiento de fauna y flora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recorrido por Huerta Orgánica, cosecha de ingredientes y preparación de comida saludable – vegetariana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Noche de cuentos, mitos y leyendas e intercambio cultural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Otras actividades</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Meditación e interiorización – Yoga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spa (Sauna, turco, Hidromasaje).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deportes de Aventura (escalar – parapente)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Biciturismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zona de Camping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. ¿Si nuestro Ecolodge le garantiza excelente atención en un espacio de tranquilidad y confort, interacción con la naturaleza, alimentación saludable, transporte, actividades ecoturísticas y culturales, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por persona?

- Menos de:100 mil pesos
- Entre 100 y 200 mil pesos
- Entre 200 y 300 mil pesos
- Entre 300 y 400 mil pesos
- Mas de 400 mil pesos

23. Entre las opciones de paquete de alojamiento en nuestro Ecolodge, ¿Cuál elegiría?

- 5 días/4 noches
- 4 días/3 Noches
- 3 días/2 Noches
- 2 días /1 noche
- Otra. ¿Cuál?

Muchas gracias por su tiempo y su valiosa colaboración

**Apéndice D.** Requerimiento de Equipos y Maquinaria Clasificados por Área.

	Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total
Área misional	<b>Habitación – Ecolodges</b>			
	Tv de 40"	16	\$ 1.000.000	\$ 16.000.000
	Minibar	16	\$ 200.000	\$ 3.200.000
	Calefacción	16	\$ 50.000	\$ 800.000
	Teatro en casa	16	\$ 400.000	\$ 6.400.000
	<b>Subtotal Habitación – Ecolodges</b>			<b>\$ 26.400.000</b>
	<b>Zona de camping</b>			
	Kit de iluminación	10	\$ 20.000	\$ 200.000
	<b>Subtotal zona de camping</b>			<b>\$ 200.000</b>
	<b>Maloca de eventos y reuniones</b>			
	Proyecto video Bean	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
	Equipo de sonido	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
	Microfonos inalambricos	4	\$ 50.000	\$ 200.000
	Consola de musica	1	\$ 800.000	\$ 800.000
	Lamparas led	4	\$ 150.000	\$ 600.000
	Mesa desarmables	20	\$ 150.000	\$ 3.000.000
	<b>Subtotal maloca de eventos y reuniones</b>			<b>\$ 7.100.000</b>
	<b>Zona Barbiquiu</b>			
	Estufa a Gas	1	\$ 150.000	\$ 150.000
	Horno micro-hondas	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Nevera pequeña	1	\$ 600.000	\$ 600.000	
			\$ -	



Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total
<b>Subtotal zona de barbiquíu</b>			<b>\$ 850.000</b>
<b>Lavandería</b>			
Lavadora secadora	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Plancha	3	\$ 50.000	\$ 150.000
Reloj	1	\$ 30.000	\$ 30.000
<b>Subtotal de lavandería</b>			<b>\$ 3.180.000</b>
<b>Cocina – Restaurante</b>			
Batidora	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Cafetera	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Campana extractora	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Cocina industrial	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Horno microondas	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Licuadora	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Sandwichera	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Exprimidor	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Congeladora	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Refrigerador	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Horno tostador	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
<b>Subtotal cocina y restaurante</b>			<b>\$ 8.630.000</b>
<b>Holl – Recepción</b>			
Computador portatil	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Impresora multifuncional	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Tv de 40" - Sisteama de camaras	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Celular	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Datafono	1	\$ 50.000	\$ 50.000

	Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total	
Área estratégica	Caja registradora	1	\$ 150.000	\$ 150.000	
	Caja fuerte	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	
	<b>Subtotal holl y recepción</b>			<b>\$ 5.700.000</b>	
	<b>Bodega</b>				
	Sistema de ventilación	1	\$ 200.000	\$ 200.000	
	<b>Subtotal Bodega</b>			<b>\$ 200.000</b>	
	<b>Zona de bosque – sendero</b>				
	NA	1	\$ -	\$ -	
	<b>Subtotal zona de bosque - sendero</b>			<b>\$ -</b>	
	<b>Huerta organica</b>				
	Sistema de riego	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	
	Bomba de aspersión	1	\$ 300.000	\$ 300.000	
	<b>Subtotal Huerta Orgánica</b>			<b>\$ 1.300.000</b>	
	<b>Parqueadero</b>				
	Camaras de monitoreo	16	\$ 300.000	\$ 4.800.000	
	Sistema de cerca eléctrica (Mestros lineales)	50	\$ 10.000	\$ 500.000	
	Equipo de registros de vehiculos	2	\$ 150.000	\$ 300.000	
	<b>Subtotal parqueadero</b>			<b>\$ 5.600.000</b>	
	<b>TOTAL ÁREA MISIONAL</b>			<b>\$ 59.160.000</b>	
	<b>Oficina gerencia y equipo administrativo</b>				
Computador portatil	4	\$ 1.500.000	\$ 6.000.000		
Impresora multifuncional	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000		
Calefacción	1	\$ 80.000	\$ 80.000		

	Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total
				\$ -
				\$ -
	<b>Subtotal gerencia y equipo administrativo</b>			<b>\$ 7.280.000</b>
	<b>Sala de juntas</b>			
	Televisor de 60"	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
	Calefacción	1	\$ 80.000	\$ 80.000
	<b>Subtotal de sala de juntas</b>			<b>\$ 1.580.000</b>
	<b>Sala de espera</b>			
	NA			\$ -
	<b>Subtotal sala de de espera</b>			<b>\$ -</b>
	<b>Baño</b>			
	NA		\$ -	\$ -
	<b>Subtotal baño</b>			<b>\$ -</b>
	<b>TOTAL ÁREA ESTRATEGICA</b>			<b>\$ 8.860.000</b>
Área de apoyo	<b>Sala de máquinas y herramientas</b>			
	Sistema fotovoltaico	1	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
	Controles sistema de vigilancia	1	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
	<b>Subtotal Sala de máquinas y herramientas</b>			<b>\$ 22.000.000</b>
	<b>Jardines</b>			
	NA	0	\$ -	\$ -
	<b>Subtotal Jardines</b>			<b>\$ -</b>
	<b>Zona de juegos infantiles</b>			
	NA	0	\$ -	\$ -
	<b>Subtotal Zona de juegos infantiles</b>			<b>\$ -</b>
<b>Bodega general</b>				
NA	0	\$ -	\$ -	

Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total
<b>Subtotal Bodega general</b>			\$ -
<b>Área de servicios temporales: Mantenimiento y aseo</b>			
NA	0	\$ -	\$ -
<b>Subtotal Área de servicios temporales: Mantenimiento y aseo</b>			\$ -
<b>TOTAL ÁREA DE APOYO</b>			\$ 22.000.000
<b>VALOR TOTAL EQUIPOS</b>			\$ 90.020.000

**Apéndice E.** Requerimiento de muebles y enseres clasificados por área

	<b>Descripción</b>	<b>Cant</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Área misional</b>	<b>Habitación – Ecolodges</b>			
	Colchón King	16	\$ 900.000	\$ 14.400.000
	Cama doble en madera	16	\$ 1.000.000	\$ 16.000.000
	Nocheros	32	\$ 150.000	\$ 4.800.000
	Closet de madera	16	\$ 900.000	\$ 14.400.000
	Sofá cama home Doble Reclinable	16	\$ 1.200.000	\$ 19.200.000
	Tocador	16	\$ 300.000	\$ 4.800.000
	Juego de sábanas	16	\$ 200.000	\$ 3.200.000
	Juego de cobijas termicas	64	\$ 52.900	\$ 3.385.600
	Ederedon térmico	128	\$ 60.000	\$ 7.680.000
	Juego de Almohadas	64	\$ 800.000	\$ 51.200.000
	Lámparas de mesa	64	\$ 16.900	\$ 1.081.600
	Persiana / Blac aut	32	\$ 69.000	\$ 2.208.000
	Percheros	32	\$ 400.000	\$ 12.800.000
	Toallas de baño	16	\$ 40.000	\$ 640.000
	Conbo Sanitario, lavamanos, griferia y mueble de baño y accesorios	32	\$ 10.000	\$ 320.000
	Dispensador de jabón	16	\$ 800.000	\$ 12.800.000
	Papelera	16	\$ 30.000	\$ 480.000
	Jarron para flores	16	\$ 20.000	\$ 320.000
	Puff	16	\$ 50.000	\$ 800.000
		16	\$ 90.000	\$ 1.440.000

Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total
<b>Subtotal Habitación - Ecolodges</b>			<b>\$ 171.955.200</b>
<b>Zona de camping</b>			
Carpas 4 personas	10	\$ 60.000	\$ 600.000
Sleepen	40	\$ 40.000	\$ 1.600.000
Almohadas camping	40	\$ 8.000	\$ 320.000
Toallas de baño	6	\$ 10.000	\$ 60.000
Conbo Sanitario, lavamanos, griferia y mueble de baño y accesorios	2	\$ 800.000	\$ 1.600.000
Dispensador de jabón	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Papelera	2	\$ 20.000	\$ 40.000
			\$ -
<b>Subtotal Zona de camping</b>			<b>\$ 4.280.000</b>
<b>Maloca de eventos y reuniones</b>			
Sillas	104	\$ 50.000	\$ 5.200.000
Lamparas decorativas led	4	\$ 100.000	\$ 400.000
Mesa desarmables 4 personas	30	\$ 80.000	\$ 2.400.000
Toallas de baño	3	\$ 10.000	\$ 30.000
Conbo Sanitario, lavamanos, griferia y mueble de baño y accesorios	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Dispensador de jabón	1	\$ 30.000	\$ 30.000
Papelera	1	\$ 10.000	\$ 10.000
<b>Subtotal Maloca de eventos y reuniones</b>			<b>\$ 8.870.000</b>
<b>Zona Barbiquiu</b>			
Parrilla	2	\$ 150.000	\$ 300.000
Set parrillero	2	\$ 50.000	\$ 100.000

Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total
<b>Subtotal Zona Barbiquiu</b>			<b>\$ 400.000</b>
<b>Lavandería</b>			
Canasta de ropa	5	\$ 50.000	\$ 250.000
Estantes verticales	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Extendederos expandibles	4	\$ 50.000	\$ 200.000
Mesa de planchar	4	\$ 20.000	\$ 80.000
Lavadero artesanal	2	\$ 150.000	\$ 300.000
<b>Subtotal lavandería</b>			<b>\$ 1.030.000</b>
<b>Cocina - Restaurante</b>			
Mobiliario cocina	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Mesa 4 personas desarmables comedor	30	\$ 80.000	\$ 2.400.000
Sillas Comedor	100	\$ 70.000	\$ 7.000.000
Mesa cocina	2	\$ 100.000	\$ 200.000
Vitrinas	2	\$ 150.000	\$ 300.000
Barras de madera	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Cuchara	110	\$ 1.500	\$ 165.000
Tenedor	110	\$ 1.500	\$ 165.000
Cucharita	110	\$ 1.500	\$ 165.000
Cuchillo para mesa	110	\$ 1.500	\$ 165.000
Vasos	110	\$ 4.000	\$ 440.000
Manteles de tela mesa 4 personas	60	\$ 10.000	\$ 600.000
Servilletas tela	110	\$ 2.000	\$ 220.000
Plato corona tendido	110	\$ 10.000	\$ 1.100.000
Plato corona hondo	110	\$ 10.000	\$ 1.100.000
Plato entrada	110	\$ 5.000	\$ 550.000

<b>Descripción</b>	<b>Cant</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Tazas + platino	110	\$ 12.000	\$ 1.320.000
Cremeros doble	30	\$ 10.000	\$ 300.000
Azucareros corona	30	\$ 12.000	\$ 360.000
Servilleteros madera	30	\$ 10.000	\$ 300.000
Esencieros	30	\$ 50.000	\$ 1.500.000
Tetara cerámica	30	\$ 40.000	\$ 1.200.000
Olla grande	5	\$ 200.000	\$ 1.000.000
Olla mediana	5	\$ 150.000	\$ 750.000
Olla pequeña	5	\$ 100.000	\$ 500.000
Ollas de barro	5	\$ 50.000	\$ 250.000
Ollas de barro buffet	3	\$ 300.000	\$ 900.000
Jarras de vidrio	30	\$ 12.000	\$ 360.000
Platos grandes	50	\$ 20.000	\$ 1.000.000
Termo inoxidable	5	\$ 100.000	\$ 500.000
Sartén	5	\$ 50.000	\$ 250.000
Perol de acero	10	\$ 80.000	\$ 800.000
Cuchillo de cocina	3	\$ 20.000	\$ 60.000
Cucharones grandes	3	\$ 20.000	\$ 60.000
Coladores de acero	3	\$ 20.000	\$ 60.000
Espumadera	3	\$ 150.000	\$ 450.000
Tabla de picar	3	\$ 150.000	\$ 450.000
Tetera 3l acero	3	\$ 80.000	\$ 240.000
Pelador de papas	4	\$ 10.000	\$ 40.000
Carros para servicio	2	\$ 200.000	\$ 400.000
Filtro	2	\$ 100.000	\$ 200.000



Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total
<b>Subtotal Restaurante</b>			<b>\$ 29.120.000</b>
<b>Holl – Recepción</b>			
Mueble de recepción	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Mesa ergonómica	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Jego de sala	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Estante de llaves	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Lamparas decorativas led	2	\$ 100.000	\$ 200.000
Jarron de flores	2	\$ 50.000	\$ 100.000
Cuadro decorativo	1	\$ 150.000	\$ 150.000
<b>Subtotal Holl Recepción</b>			<b>\$ 3.950.000</b>
<b>Bodega</b>			
Estantes multiusos para almacenamiento de insumos y materiales	4	\$ 150.000	\$ 600.000
Estibas	10	\$ 15.000	\$ 150.000
<b>Subtotal Bodega</b>			<b>\$ 750.000</b>
<b>Zona de bosque – sendero</b>			
Pasamanos en madera plastica (Metro lineal)	100	\$ 50.000	\$ 5.000.000
Ornamentación de senderos con especies arbustivas y herbáceas	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
<b>Subtotal zona de bosque - sendero</b>			<b>\$ 6.500.000</b>
<b>Huerta organica</b>			
Caseta de logistica terminada	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Camas de germinación	5	\$ 100.000	\$ 500.000
Kit de herramientas	2	\$ 60.000	\$ 120.000
Malla de protección y aislamiento MI	200	\$ 6.000	\$ 1.200.000

	Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total
Área estratégica	<b>Subtotal Huerta Orgánica</b>			\$ 3.320.000
	<b>Parqueadero</b>			
	Puerta de seguridad	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
	Malla de seguridad (Metros cuadrados)	20	\$ 60.000	\$ 1.200.000
	Adecuación de del terreno	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
				\$ -
	<b>Subtotal parqueadero</b>			<b>\$ 4.200.000</b>
	<b>TOTAL ÁREA MISIONAL</b>			<b>\$ 234.375.200</b>
	<b>Oficina de gerencia y equipo administrativo</b>			
	Escritorio	3	\$ 800.000	\$ 2.400.000
Sillas giratorias	3	\$ 90.000	\$ 270.000	
Estantes de madera	3	\$ 150.000	\$ 450.000	
Pizarra acrílica 120 x 80	1	\$ 80.000	\$ 80.000	
Kit de oficina	3	\$ 50.000	\$ 150.000	
Cuadros decorativos	1	\$ 150.000	\$ 150.000	
			\$ -	
			\$ -	
<b>Subtotal gerencia y equipo administrativo</b>			<b>\$ 3.500.000</b>	
<b>Sala de juntas</b>				
Mesa (8 personas)	1	\$ 200.000	\$ 200.000	
Sillas sala de juntas	8	\$ 80.000	\$ 640.000	
Dispensador de agua	1	\$ 30.000	\$ 30.000	
Reloj	1	\$ 50.000	\$ 50.000	
Cuadros decorativos	2	\$ 150.000	\$ 300.000	
<b>Subtotal Sala de juntas</b>			<b>\$ 1.220.000</b>	

	Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total
Área de apoyo	<b>Sala de espera</b>			
	Silla sencilla en materible biodegradable	6	\$ 80.000	\$ 480.000
	Biblioteca pequeña	1	\$ 100.000	\$ 100.000
	Cuadro decorativo	1	\$ 150.000	\$ 150.000
	Dispensador de agua	1	\$ 50.000	\$ 50.000
	<b>Subtotal sala de de espera</b>			<b>\$ 780.000</b>
	<b>Baño</b>			
	Toallas de baño	5	\$ 10.000	\$ 50.000
	Conbo Sanitario, lavamanos, griferia y mueble de baño y accesorios	1	\$ 800.000	\$ 800.000
	Dispensador de jabón	1	\$ 30.000	\$ 30.000
	Papelera	1	\$ 20.000	\$ 20.000
	<b>Subtotal baño</b>			<b>\$ 900.000</b>
	<b>TOTAL ÁREA ESTRATEGICA</b>			<b>\$ 6.400.000</b>
	<b>Sala de máquinas y herramientas</b>			
	Estibas	15	\$ 15.000	\$ 225.000
Estante multiuos para heramientas	1	\$ 130.000	\$ 130.000	
<b>Subtotal Sala de máquinas y herramientas</b>			<b>\$ 355.000</b>	
<b>Jardines</b>				
Kit de jardinería	3	\$ 60.000	\$ 180.000	
Estante multiusos de insumos, materiales y herramienras	3	\$ 80.000	\$ 240.000	
Tutores de madera plastica	100	\$ 3.000	\$ 300.000	
Malla de protección M2	100	\$ 6.000	\$ 600.000	
<b>Subtotal Jardines</b>			<b>\$ 1.320.000</b>	
<b>Zona de juegos infantiles</b>				

Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total
Parque de juegos infantiles en madera plastica	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Cerca viva - ormanetal ML	20	\$ 10.000	\$ 200.000
<b>Subtotal Zona de juegos infantiles</b>			<b>\$ 3.200.000</b>
<b>Bodega general</b>			
Estantes multiusos	4	\$ 500.000	\$ 2.000.000
			\$ -
<b>Subtotal Bodega general</b>			<b>\$ 2.000.000</b>
<b>Área de servicios temporales: Mantenimiento y aseo</b>			
Mesa 6 personas	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Sillas plasticas	6	\$ 40.000	\$ 240.000
Estante multiusos	1	\$ 600.000	\$ 600.000
<b>Subtotal Área de servicios temporales: Mantenimiento y aseo</b>			<b>\$ 940.000</b>
<b>TOTAL ÁREA DE APOYO</b>			<b>\$ 7.815.000</b>

**Apéndice F.** Requerimiento en bienes inmuebles (construcciones y adecuaciones)

	<b>Descripción</b>	<b>Cant</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Área misional</b>	<b>Habitación – Ecolodges</b>			
	Diseño del ecolodge (Arquitecto)	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
	Adecuación del terreno 1ha	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
	Construcción de ecolodges a todo costo sin incluir el costo de los baños	4	\$ 20.000.000	\$ 80.000.000
	Licencia de construcción	1	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
	Concesión de agua	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
	Permiso de vertimientos	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
	Escritura de constitución	1	\$ 300.000	\$ 300.000
	Registro mercantil Camara de comercio	1	\$ 800.000	\$ 800.000
	Certificado de seguridad - Bomberos	1	\$ 100.000	\$ 100.000
	<b>Subtotal Habitación - Ecolodges</b>			<b>\$ 98.200.000</b>
	<b>Zona de camping</b>			
	Instalación de muebles enseres y equipos	1	\$ 500.000	\$ 500.000
	Construcción de baños con duchas	2	\$ 500.000	\$ 1.000.000
	<b>Subtotal zona de camping</b>			<b>\$ 1.500.000</b>
	<b>Maloca de eventos y reuniones</b>			
	Construcción de Maloca de eventos todo costo sin incluir baños	1	\$ 22.000.000	\$ 22.000.000
	Instalación de muebles enseres y equipos	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
	<b>Subtotal maloca de eventos y reuniones</b>			<b>\$ 23.000.000</b>
	<b>Zona Barbiquiu</b>			
Construcción del barbiquí a todo costo	1	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	

Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total
Instalación de muebles enseres y equipos	1	\$ 500.000	\$ 500.000
<b>Subtotal zona de barbiquiú</b>			<b>\$ 6.500.000</b>
<b>Lavandería</b>			
Instalación de muebles enseres y equipos	1	\$ 100.000	\$ 100.000
<b>Subtotal de lavandería</b>			<b>\$ 100.000</b>
<b>Cocina – Restaurante</b>			
Construcción de restaurante, hall, area administrativa, lavandería y bodega a todo costo	1	\$ 22.000.000	\$ 22.000.000
Instalación de muebles enseres y equipos	1	\$ 400.000	\$ 400.000
<b>Subtotal cocina y restaurante</b>			<b>\$ 22.400.000</b>
<b>Holl – Recepción</b>			
Instalación de muebles enseres y equipos	1	\$ 400.000	\$ 400.000
<b>Subtotal holl y recepción</b>			<b>\$ 400.000</b>
<b>Bodega</b>			
Instalación de muebles enseres y equipos	1	\$ 100.000	\$ 100.000
<b>Subtotal Bodega</b>			<b>\$ 100.000</b>
<b>Zona de bosque – sendero</b>			
Construcción de sendero y arborización	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
<b>Subtotal zona de bosque - sendero</b>			<b>\$ 5.000.000</b>
<b>Huerta organica</b>			
Construcción y adecuación de huerta orgánica	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
<b>Subtotal Huerta Orgánica</b>			<b>\$ 1.000.000</b>
<b>Parqueadero</b>			

	Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total
	Cosntrucción y adecuación de parqueadero	1	\$ 800.000	\$ 800.000
	<b>Subtotal parqueadero</b>			<b>\$ 800.000</b>
	<b>TOTAL ÁREA MISIONAL</b>			<b>\$ 159.000.000</b>
Área estratégica	<b>Oficina gerencia y equipo administrativo</b>			
	Instalacion de muebles enseres y equipos	1	\$ 200.000	\$ 200.000
	<b>Subtotal gerencia y equipo administrativo</b>			<b>\$ 200.000</b>
	<b>Sala de juntas</b>			
	Instalacion de muebles enseres y equipos	1	\$ 80.000	\$ 80.000
	<b>Subtotal de sala de juntas</b>			<b>\$ 80.000</b>
	<b>Sala de espera</b>			
	Instalación de muebles, enseres y equipos	1	\$ 80.000	\$ 80.000
	<b>Subtotal sala de de espera</b>			<b>\$ 80.000</b>
	<b>Baño</b>			
Instlacion de muebles enseres	1	\$ 100.000	\$ 100.000	
<b>Subtotal baño</b>			<b>\$ 100.000</b>	
<b>TOTAL ÁREA ESTRATEGICA</b>			<b>\$ 460.000</b>	
Área de apoyo	<b>Sala de máquinas y herramientas</b>			
	Instalación de máquinas	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
	<b>Subtotal Sala de máquinas y herramientas</b>			<b>\$ 1.000.000</b>
	<b>Jardines</b>			
	Construcción y adecuación	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
<b>Subtotal Jardines</b>			<b>\$ 2.000.000</b>	
	<b>Zona de juegos infantiles</b>			

Descripción	Cant	Precio Unitario	Costo Total
Instalción y adecuación	1	\$ 500.000	\$ 500.000
<b>Subtotal Zona de juegos infantiles</b>			<b>\$ 500.000</b>
<b>Bodega general</b>			
Instalción y adecuación	1	\$ 200.000	\$ 200.000
<b>Subtotal Bodega general</b>			<b>\$ 200.000</b>
<b>Área de servicios temporales: Mantenimiento y aseo</b>			
Instalción y adecuación	1	\$ 150.000	\$ 150.000
<b>Subtotal Área de servicios temporales: Mantenimiento y aseo</b>			<b>\$ 150.000</b>
<b>TOTAL ÁREA DE APOYO</b>			<b>\$ 3.850.000</b>



## Apéndice G. Depreciaciones y amortizaciones en forma lineal

	jul 2022	ago 2022	sep 2022	oct 2022	nov 2022	dic 2022	2022	ene 2023	feb 2023	mar 2023	abr 2023	may 2023	jun 2023	jul 2023	ago 2023	sep 2023	oct 2023	nov 2023	dic 2023	2023	2024	2025	2026	2027	
<b>Inversión depreciable – Equipos</b>																									
<b>Administración</b>																									
Valor actual	0	0	0	0	8.780.000	8.780.000	<b>8.780.000</b>	8.780.000	8.780.000	8.780.000	8.780.000	8.780.000	8.780.000	8.780.000	8.780.000	8.780.000	8.780.000	8.780.000	8.780.000	8.780.000	<b>8.780.000</b>	8.780.000	8.780.000	8.780.000	8.780.000
Depreciación	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	243.889	243.889	243.889	243.889	243.889	243.889	243.889	243.889	243.889	243.889	243.889	243.889	<b>2.926.667</b>	2.926.667	2.926.667	2.926.667	0	
Depreciación acumulada	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	243.889	487.778	731.667	975.556	1.219.444	1.463.333	1.707.222	1.951.111	2.195.000	2.438.889	2.682.778	2.926.667	<b>2.926.667</b>	5.853.333	8.780.000	8.780.000	8.780.000	8.780.000
Valor fiscal	0	0	0	0	8.780.000	8.780.000	<b>8.780.000</b>	8.536.111	8.292.222	8.048.333	7.804.444	7.560.556	7.316.667	7.072.778	6.828.889	6.585.000	6.341.111	6.097.222	5.853.333	<b>5.853.333</b>	5.853.333	2.926.667	0	0	0
<b>Operación</b>																									
Valor actual	0	0	1.000.000	11.300.000	81.210.000	81.210.000	<b>81.210.000</b>	81.210.000	81.210.000	81.210.000	81.210.000	81.210.000	81.210.000	81.210.000	81.210.000	81.210.000	81.210.000	81.210.000	81.210.000	<b>81.210.000</b>	81.210.000	81.210.000	81.210.000	81.210.000	
Depreciación	0	0	0	0	8.333	8.333	<b>16.667</b>	2.255.833	2.255.833	2.255.833	2.255.833	2.255.833	2.255.833	2.255.833	2.255.833	2.255.833	2.255.833	2.255.833	2.255.833	<b>27.076.667</b>	27.076.667	27.076.667	27.076.667	0	
Depreciación acumulada	0	0	0	0	8.333	16.667	<b>16.667</b>	2.272.500	4.528.333	6.784.167	9.040.000	11.295.833	13.551.667	15.807.500	18.063.333	20.319.167	22.575.000	24.830.833	27.086.667	<b>27.086.667</b>	54.156.667	81.210.000	81.210.000	81.210.000	81.210.000
Valor fiscal	0	0	1.000.000	11.300.000	81.201.667	81.193.333	<b>81.193.333</b>	78.937.500	76.681.667	74.425.833	72.170.000	69.914.167	67.658.333	65.402.500	63.146.667	60.890.833	58.635.000	56.379.167	54.123.333	<b>54.123.333</b>	27.053.333	0	0	0	0
<b>Inversión depreciable - Muebles y enseres</b>																									
<b>Administración</b>																									
Valor actual	0	0	0	0	4.720.000	4.720.000	<b>4.720.000</b>	4.720.000	4.720.000	4.720.000	4.720.000	4.720.000	4.720.000	4.720.000	4.720.000	4.720.000	4.720.000	4.720.000	4.720.000	<b>4.720.000</b>	4.720.000	4.720.000	4.720.000	4.720.000	
Depreciación	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	78.667	78.667	78.667	78.667	78.667	78.667	78.667	78.667	78.667	78.667	78.667	78.667	<b>944.000</b>	944.000	944.000	944.000	944.000	
Depreciación acumulada	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	78.667	157.333	236.000	314.667	393.333	472.000	550.667	629.333	708.000	786.667	865.333	944.000	<b>944.000</b>	1.888.000	2.832.000	3.776.000	4.720.000	
Valor fiscal	0	0	0	0	4.720.000	4.720.000	<b>4.720.000</b>	4.641.333	4.562.667	4.484.000	4.405.333	4.326.667	4.248.000	4.169.333	4.090.667	4.012.000	3.933.333	3.854.667	3.776.000	<b>3.776.000</b>	2.832.000	1.888.000	0	0	0
<b>Operación</b>																									
Valor actual	0	3.200.000	18.820.000	31.780.000	243.300.200	243.300.200	<b>243.300.200</b>	243.300.200	243.300.200	243.300.200	243.300.200	243.300.200	243.300.200	243.300.200	243.300.200	243.300.200	243.300.200	243.300.200	243.300.200	<b>243.300.200</b>	243.300.200	243.300.200	243.300.200	243.300.200	
Depreciación	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	4.055.003	4.055.003	4.055.003	4.055.003	4.055.003	4.055.003	4.055.003	4.055.003	4.055.003	4.055.003	4.055.003	4.055.003	<b>48.660.040</b>	48.660.040	48.660.040	48.660.040	48.660.040	
Depreciación acumulada	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	4.055.003	8.110.007	12.165.010	16.220.013	20.275.017	24.330.020	28.385.023	32.440.027	36.495.030	40.550.033	44.605.037	48.660.040	<b>48.660.040</b>	97.320.080	145.980.120	194.640.160	243.300.200	243.300.200
Valor fiscal	0	3.200.000	18.820.000	31.780.000	243.300.200	243.300.200	<b>243.300.200</b>	239.245.197	235.190.193	231.135.190	227.080.187	223.025.183	218.970.180	214.915.177	210.860.173	206.805.170	202.750.167	198.695.163	194.640.160	<b>194.640.160</b>	145.980.120	97.320.080	48.660.040	0	0
<b>Inversión depreciable - Bienes inmuebles</b>																									
<b>Administración</b>																									
Valor actual	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	
Depreciación	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	
Depreciación acumulada	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	
Valor fiscal	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	
<b>Operación</b>																									
Valor actual	134.900.000	219.900.000	223.700.000	225.200.000	227.150.000	228.110.000	<b>228.110.000</b>	228.110.000	228.110.000	228.110.000	228.110.000	228.110.000	228.110.000	228.110.000	228.110.000	228.110.000	228.110.000	228.110.000	228.110.000	<b>228.110.000</b>	228.110.000	228.110.000	228.110.000	228.110.000	
Depreciación	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	760.367	760.367	760.367	760.367	760.367	760.367	760.367	760.367	760.367	760.367	760.367	760.367	<b>9.124.400</b>	9.124.400	9.124.400	9.124.400	9.124.400	
Depreciación acumulada	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	760.367	1.520.733	2.281.100	3.041.467	3.801.833	4.562.200	5.322.567	6.082.933	6.843.300	7.603.667	8.364.033	9.124.400	<b>9.124.400</b>	18.248.800	27.373.200	36.497.600	45.622.000	
Valor fiscal	134.900.000	219.900.000	223.700.000	225.200.000	227.150.000	228.110.000	<b>228.110.000</b>	227.349.633	226.589.267	225.828.900	225.068.533	224.308.167	223.547.800	222.787.433	222.027.067	221.266.700	220.506.333	219.745.967	218.985.600	<b>218.985.600</b>	209.661.200	200.736.800	191.612.400	182.488.000	
<b>Total activos depreciables</b>																									
<b>Administración</b>																									
Valor actual	0	0	0	0	13.500.000	13.500.000	<b>13.500.000</b>	13.500.000	13.500.000	13.500.000	13.500.000	13.500.000	13.500.000	13.500.000	13.500.000	13.500.000	13.500.000	13.500.000	13.500.000	<b>13.500.000</b>	13.500.000	13.500.000	13.500.000	13.500.000	
Depreciación	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	322.556	322.556	322.556	322.556	322.556	322.556	322.556	322.556	322.556	322.556	322.556	322.556	<b>3.870.667</b>	3.870.667	3.870.667	3.870.667	944.000	
Depreciación acumulada	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	322.556	645.111	967.667	1.290.222	1.612.778	1.935.333	2.257.889	2.580.444	2.903.000	3.225.556	3.548.111	3.870.667	<b>3.870.667</b>	7.741.333	11.612.000	12.556.000	13.500.000	
Valor fiscal	0	0	0	0	13.500.000	13.500.000	<b>13.500.000</b>	13.177.444	12.854.889	12.532.333	12.209.778	11.887.222	11.564.667	11.242.111	10.919.556	10.597.000	10.274.444	9.951.889	9.629.333	<b>9.629.333</b>	5.758.667	1.888.000	944.000	0	0
<b>Operación</b>																									
Valor actual	134.900.000	223.100.000	243.520.000	268.280.000	551.660.200	552.620.200	<b>552.620.200</b>	552.620.200	552.620.200	552.620.200	552.620.200	552.620.200	552.620.200	552.620.200	552.620.200	552.620.200	552.620.200	552.620.200	552.620.200	<b>552.620.200</b>	552.620.200	552.620.200	552.620.200	552.620.200	
Depreciación	0	0	0	0	8.333	8.333	<b>16.667</b>	7.071.203	7.071.203	7.071.203	7.071.203	7.071.203	7.071.203	7.071.203	7.071.203	7.071.203	7.071.203	7.071.203	7.071.203	<b>84.854.440</b>	84.854.440	84.854.440	84.854.440	84.854.440	
Depreciación acumulada	0	0	0	0	8.333	16.667	<b>16.667</b>	7.087.870	14.159.073	21.230.277	28.301.480	35.372.683	42.443.887	49.515.090	56.586.293	63.657.497	70.728.700	77.799.903	84.871.107	<b>84.871.107</b>	169.725.547	254.563.520	312.347.760	370.132.200	
Valor fiscal	134.900.000	223.100.000	243.520.000	268.280.000	551.651.867	552.603.533	<b>552.603.533</b>	545.532.330	538.461.127	531.389.923	524.318.720	517.247.517	510.176.313	503.105.110	496.033.907	488.962.703	481.891.500	474.820.297	467.749.093	<b>467.749.093</b>	382.894.653	298.056.880	240.272.440	182.488.000	
<b>Total activos amortizables</b>																									
<b>Administración</b>																									
Valor actual	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	
Amortización	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	
Amortización acumulada	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	
Valor fiscal	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	
<b>Operación</b>																									
Valor actual	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	
Amortización	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	
Amortización acumulada	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	
Valor fiscal	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>	0	0	0	0	
<b>Total inversión en terrenos</b>																									
<b>Resumen</b>																									
Valor actual	120.000.000	120.																							





	jul 2022	ago 2022	sep 2022	oct 2022	nov 2022	dic 2022	20 22	ene 2023	feb 2023	mar 2023	abr 2023	may 2023	jun 2023	jul 2023	ago 2023	sep 2023	oct 2023	nov 2023	dic 2023	2023	2024	2025	2026	2027	
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503	
<b>Condimentos y alinios naturales</b>																									
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503	
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503	
<b>Aromáticas naturales y frescas</b>																									
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503	
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503	
<b>Insumo</b>																									
<b>Papel higiénico ecológico</b>																									

	jul 2022	ago 2022	sep 2022	oct 2022	nov 2022	dic 2022	20 22	ene 2023	feb 2023	mar 2023	abr 2023	may 2023	jun 2023	jul 2023	ago 2023	sep 2023	oct 2023	nov 2023	dic 2023	2023	2024	2025	2026	2027
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
<b>Champ</b>																								
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
<b>Jabon de baño</b>																								
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
<b>Toallas de cuerpo</b>																								
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

	jul 2022	ago 2022	sep 2022	oct 2022	nov 2022	dic 2022	20 22	ene 2023	feb 2023	mar 2023	abr 2023	may 2023	jun 2023	jul 2023	ago 2023	sep 2023	oct 2023	nov 2023	dic 2023	2023	2024	2025	2026	2027
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
<b>Tallas de mano</b>																								
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
<b>Insumos de aseo y limpieza a de los ecolodges y carpas</b>																								
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
<b>Embutidos vegetarios (Proteína vegetal)</b>																								
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503

	jul 2022	ago 2022	sep 2022	oct 2022	nov 2022	dic 2022	20 22	ene 2023	feb 2023	mar 2023	abr 2023	may 2023	jun 2023	jul 2023	ago 2023	sep 2023	oct 2023	nov 2023	dic 2023	2023	2024	2025	2026	2027	
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503	
<b>Café especial orgánico de origen Nariño</b>																									
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503	
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503	
<b>Insumos de aseo y limpieza de cocina</b>																									
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503	
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503	
<b>Servilletas</b>																									

	jul 2022	ago 2022	sep 2022	oct 2022	nov 2022	dic 2022	20 22	ene 2023	feb 2023	mar 2023	abr 2023	may 2023	jun 2023	jul 2023	ago 2023	sep 2023	oct 2023	nov 2023	dic 2023	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Consumo</b>	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
<b>Inventario final</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Inventario inicial</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Plan de compras para el ítem</b>	0	0	0	0	0	0	0	910	136	455	136	136	136	136	136	136	135	135	910	3.497	3.917	4.387	4.913	5.503
<b>Botas de caucho</b>																								
<b>Consumo</b>	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751
<b>Inventario final</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Inventario inicial</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Plan de compras para el ítem</b>	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751
<b>Impermeables</b>																								
<b>Consumo</b>	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751
<b>Inventario final</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Inventario inicial</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Plan de compras para el ítem</b>	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751
<b>Potillos para agua</b>																								
<b>Consumo</b>	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751
<b>Inventario final</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0



	jul 2022	ago 2022	sep 2022	oct 2022	nov 2022	dic 2022	20 22	ene 2023	feb 2023	mar 2023	abr 2023	may 2023	jun 2023	jul 2023	ago 2023	sep 2023	oct 2023	nov 2023	dic 2023	2023	2024	2025	2026	2027	
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751
<b>Barras energéticas</b>																									
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751
<b>Insumos de aseo y limpieza</b>																									
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751
<b>Servicio Netflix - hora</b>																									
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	21.84	3.264	10.92	3.264	3.264	3.264	3.264	3.264	3.264	3.240	3.240	21.84	83.928	94.008	105.288	117.912	132.072	
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

	jul 2022	ago 2022	sep 2022	oct 2022	nov 2022	dic 2022	2022	ene 2023	feb 2023	mar 2023	abr 2023	may 2023	jun 2023	jul 2023	ago 2023	sep 2023	oct 2023	nov 2023	dic 2023	2023	2024	2025	2026	2027
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	21.84	3.264	10.92	3.264	3.264	3.264	3.264	3.264	3.264	3.240	3.240	21.84	83.928	94.008	105.288	117.912	132.072
<b>Servicio de internet - hora</b>																								
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	21.84	3.264	10.92	3.264	3.264	3.264	3.264	3.264	3.264	3.240	3.240	21.84	83.928	94.008	105.288	117.912	132.072
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	21.84	3.264	10.92	3.264	3.264	3.264	3.264	3.264	3.264	3.240	3.240	21.84	83.928	94.008	105.288	117.912	132.072
<b>Portacomidas</b>																								
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751
<b>Guantes térmicos</b>																								
Consumo	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751
Inventario final	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventario inicial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Plan de compras para el ítem	0	0	0	0	0	0	0	455	69	228	68	68	68	68	68	68	68	68	455	1.751	1.958	2.193	2.457	2.751



## Apéndice J. Presupuesto detallado de la nomina

	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2022	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2023	2024	2025	2026	2027		
<b>Salario</b>	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 24.000.000	\$ 6.933.392	\$ 6.933.392	\$ 6.933.392	\$ 6.933.392	\$ 6.933.392	\$ 6.933.392	\$ 6.933.392	\$ 6.933.392	\$ 6.933.392	\$ 6.933.392	\$ 6.933.392	\$ 6.933.392	\$ 6.933.392	\$ 83.200.704	\$ 86.678.493	\$ 90.162.969	\$ 93.641.259	\$ 97.126.789	
<b>Prestaciones proporcionales al salario</b>																										
Cuentas	\$ 333.200	\$ 333.200	\$ 333.200	\$ 333.200	\$ 333.200	\$ 333.200	\$ 1.999.200	\$ 577.552	\$ 577.552	\$ 577.552	\$ 577.552	\$ 577.552	\$ 577.552	\$ 577.552	\$ 577.552	\$ 577.552	\$ 577.552	\$ 577.552	\$ 577.552	\$ 577.552	\$ 6.930.619	\$ 7.220.319	\$ 7.510.575	\$ 7.800.484	\$ 8.090.661	
Interes sobre cuentas	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 240.000	\$ 69.334	\$ 69.334	\$ 69.334	\$ 69.334	\$ 69.334	\$ 69.334	\$ 69.334	\$ 69.334	\$ 69.334	\$ 69.334	\$ 69.334	\$ 69.334	\$ 69.334	\$ 832.007	\$ 866.785	\$ 901.630	\$ 936.433	\$ 971.268	
Prima semestral Junio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 288.429	\$ 288.429	\$ 288.429	\$ 288.429	\$ 288.429	\$ 288.429	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.730.575	\$ 1.802.913	\$ 1.875.390	\$ 1.947.780	\$ 2.020.237
Prima semestral Diciembre	\$ 166.400	\$ 166.400	\$ 166.400	\$ 166.400	\$ 166.400	\$ 166.400	\$ 998.400	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 288.429	\$ 288.429	\$ 288.429	\$ 288.429	\$ 288.429	\$ 288.429	\$ 288.429	\$ 288.429	\$ 1.730.575	\$ 1.802.913	\$ 1.875.390	\$ 1.947.780	\$ 2.020.237
Vacaciones	\$ 166.800	\$ 166.800	\$ 166.800	\$ 166.800	\$ 166.800	\$ 166.800	\$ 1.000.800	\$ 289.122	\$ 289.122	\$ 289.122	\$ 289.122	\$ 289.122	\$ 289.122	\$ 289.122	\$ 289.122	\$ 289.122	\$ 289.122	\$ 289.122	\$ 289.122	\$ 289.122	\$ 289.122	\$ 3.469.469	\$ 3.614.893	\$ 3.759.796	\$ 3.904.924	\$ 4.050.187
Caja de compensacion familiar	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 960.000	\$ 277.336	\$ 277.336	\$ 277.336	\$ 277.336	\$ 277.336	\$ 277.336	\$ 277.336	\$ 277.336	\$ 277.336	\$ 277.336	\$ 277.336	\$ 277.336	\$ 277.336	\$ 277.336	\$ 3.328.028	\$ 3.467.140	\$ 3.606.519	\$ 3.745.730	\$ 3.885.072
ICBF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SENA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pensiones	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 2.880.000	\$ 832.007	\$ 832.007	\$ 832.007	\$ 832.007	\$ 832.007	\$ 832.007	\$ 832.007	\$ 832.007	\$ 832.007	\$ 832.007	\$ 832.007	\$ 832.007	\$ 832.007	\$ 832.007	\$ 9.984.084	\$ 10.401.419	\$ 10.819.556	\$ 11.237.191	\$ 11.655.215
RPS	\$ 340.000	\$ 340.000	\$ 340.000	\$ 340.000	\$ 340.000	\$ 340.000	\$ 2.040.000	\$ 589.338	\$ 589.338	\$ 589.338	\$ 589.338	\$ 589.338	\$ 589.338	\$ 589.338	\$ 589.338	\$ 589.338	\$ 589.338	\$ 589.338	\$ 589.338	\$ 589.338	\$ 589.338	\$ 7.072.060	\$ 7.367.672	\$ 7.663.852	\$ 7.959.977	\$ 8.255.777
AMP	\$ 27.840	\$ 27.840	\$ 27.840	\$ 27.840	\$ 27.840	\$ 27.840	\$ 167.040	\$ 48.256	\$ 48.256	\$ 48.256	\$ 48.256	\$ 48.256	\$ 48.256	\$ 48.256	\$ 48.256	\$ 48.256	\$ 48.256	\$ 48.256	\$ 48.256	\$ 48.256	\$ 48.256	\$ 779.077	\$ 803.282	\$ 827.534	\$ 851.757	\$ 876.002
<b>Total</b>	<b>\$ 5.714.240</b>	<b>\$ 5.714.240</b>	<b>\$ 5.714.240</b>	<b>\$ 5.714.240</b>	<b>\$ 5.714.240</b>	<b>\$ 5.714.240</b>	<b>\$ 34.285.440</b>	<b>\$ 9.904.766</b>	<b>\$ 9.904.766</b>	<b>\$ 9.904.766</b>	<b>\$ 9.904.766</b>	<b>\$ 9.904.766</b>	<b>\$ 9.904.766</b>	<b>\$ 9.904.766</b>	<b>\$ 9.904.766</b>	<b>\$ 9.904.766</b>	<b>\$ 9.904.766</b>	<b>\$ 9.904.766</b>	<b>\$ 9.904.766</b>	<b>\$ 9.904.766</b>	<b>\$ 118.857.198</b>	<b>\$ 123.828.429</b>	<b>\$ 128.800.211</b>	<b>\$ 133.775.015</b>	<b>\$ 138.761.448</b>	



**Apéndice L. Estado de resultados**

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas netas	\$ 0	\$ 960.114.000	\$ 1.138.507.043	\$ 1.355.326.139	\$ 1.619.467.584	\$ 1.942.455.459
Compras de Materia prima	\$ 0	\$ 213.389.500	\$ 252.995.035	\$ 301.176.646	\$ 359.889.090	\$ 431.648.839
Inventario Final de Producto terminado	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inventario Inicial de producto terminado	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inventario Final de Producto en proceso	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inventario Inicial de Producto en proceso	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inventario Final de Materias Primas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inventario Inicial de Materias primas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costo mano de Obra	\$ 34.285.440	\$ 118.857.198	\$ 123.825.429	\$ 128.803.211	\$ 133.775.015	\$ 138.751.445
Gastos de Operación sin deducciones tributarias	\$ 0	\$ 128.653.851	\$ 151.035.406	\$ 178.178.184	\$ 211.174.924	\$ 251.439.593
Gastos de Administración y Ventas sin deducciones tributarias	\$ 0	\$ 6.000.000	\$ 6.353.400	\$ 6.753.029	\$ 7.204.806	\$ 7.715.627
Gastos diferidos	\$ 0	\$ 49.502.107	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidad antes de deducciones, intereses e impuestos (EBIDTA)	-\$ 34.285.440	\$ 443.711.345	\$ 604.297.774	\$ 740.415.070	\$ 907.423.748	\$ 1.112.899.955
Depreciaciones	\$ 16.667	\$ 88.725.107	\$ 88.725.107	\$ 88.708.440	\$ 58.728.440	\$ 58.728.440
Amortizaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos financieros	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidad gravable	-\$ 34.302.107	\$ 354.986.238	\$ 515.572.667	\$ 651.706.630	\$ 848.695.308	\$ 1.054.171.515
Menos: Impuesto de Renta	\$ 0	\$ 120.695.321	\$ 175.294.707	\$ 221.580.254	\$ 288.556.405	\$ 358.418.315
Menos: Otros Impuestos a la Renta	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Utilidad neta	-\$ 34.302.107	\$ 234.290.917	\$ 340.277.960	\$ 430.126.376	\$ 560.138.903	\$ 695.753.200
Reserva legal	\$ 0	\$ 23.429.092	\$ 34.027.796	\$ 43.012.638	\$ 56.013.890	\$ 69.575.320
Utilidad del periodo	-\$ 34.302.107	\$ 210.861.825	\$ 306.250.164	\$ 387.113.738	\$ 504.125.013	\$ 626.177.880
<b>Análisis vertical</b>						
% Costos de Materia prima	0,00%	22,23%	22,22%	22,22%	22,22%	22,22%
% Costo mano de Obra	0,00%	12,38%	10,88%	9,50%	8,26%	7,14%
% Gastos de Operación	0,00%	13,40%	13,27%	13,15%	13,04%	12,94%
% Gastos de Administración y Ventas	0,00%	0,62%	0,56%	0,50%	0,44%	0,40%
% Gastos diferidos	0,00%	5,16%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
% Gastos financieros	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
% Utilidad gravable	0,00%	36,97%	45,28%	48,08%	52,41%	54,27%
% Menos: Impuesto de Renta	0,00%	12,57%	15,40%	16,35%	17,82%	18,45%
% Utilidad neta	0,00%	24,40%	29,89%	31,74%	34,59%	35,82%
% Reserva legal	0,00%	2,44%	2,99%	3,17%	3,46%	3,58%
% Utilidad del periodo	0,00%	21,96%	26,90%	28,56%	31,13%	32,24%





	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Capital semilla	0	0	0	0	0	0
<b>Total pasivo</b>	2.239.200	190.726.289	207.032.289	258.146.960	330.934.644	407.831.285
<b>Patrimonio</b>						
Capital	750.000.000	950.000.000	950.000.000	950.000.000	950.000.000	950.000.000
Resultados de ejercicios anteriores	0	0	168.689.460	413.689.592	723.380.582	1.126.680.592
Utilidades o pérdidas del ejercicio	-34.302.107	210.861.825	306.250.164	387.113.738	504.125.013	626.177.880
Reserva legal	0	23.429.092	57.456.888	100.469.525	156.483.416	226.058.736
<b>Total patrimonio</b>	715.697.893	1.184.290.917	1.482.396.512	1.851.272.855	2.333.989.011	2.928.917.208
<b>Total pasivo + patrimonio</b>	717.937.093	1.375.017.206	1.689.428.801	2.109.419.815	2.664.923.654	3.336.748.493
<b>Prueba de balance</b>	-15.200.000	0	0	0	0	0