

PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE ECOTURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE

PARA EL MUNICIPIO DE PAIME CUNDINAMARCA

AUTORES

CRISTIAN CAMILO PINZÓN

FABIO AUGUSTO GARZÓN

JOSÉ FERNANDO BUITRAGO

LUZ ANGELA RODRIGUEZ

YENNY PAOLA HORTÚA ROMERO

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y

DE NEGOCIOS-ECACEN

DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN PARA TECNOLOGÍAS GESTIÓN DEL

MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL 110011A\_474

Bogotá 15 de enero del 2019



PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE ECOTURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE PARA  
EL MUNICIPIO DE PAIME CUNDINARCA

AUTORES

CRISTIAN CAMILO PINZÓN

FABIO AUGUSTO GARZÓN

JOSÉ FERNANDO BUITRAGO

LUZ ANGELA RODRIGUEZ

YENNY PAOLA HORTÚA ROMERO

ANDRES MAURICIO MEJIA MARTINEZ

TUTOR

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE  
NEGOCIOS-ECACEN

DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN PARA TECNOLOGÍAS GESTIÓN DEL  
MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL 110011A\_474

Bogotá 15 de enero del 2019



## DEDICATORIA

Gracias a nuestra familia quien nos apoyó durante el proceso educativo y son el motor de motivación para seguir adelante, a Dios por acompañarnos en cada momento de nuestras vidas.



## AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional Abierta y a Distancia que nos dios la oportunidad de pertenecer a la institución y por fortalecer nuestras capacidades de liderazgo para nuestra vida personal y profesional.

A nuestro tutor de diplomado Andrés Mauricio Mejía Martínez, quien nos apoyó y asesoro durante el proceso formativo.

Y a todas aquellas personas que permiten que la educación llegue a todos los territorios de Colombia.

## CONTENIDO

CAPITULO 1. Trabajo colaborativo Unidad 1: Paso 1 - Reconocimiento del aula .....	4
<b>1. Análisis de los videos presentados y justificación de la problemática social seleccionada .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2. Problemática seleccionada: Video 2. Luz Ángela Rodríguez, Paima Cundinamarca (deforestación, minería ilegal y malas prácticas agrícolas) .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3. Justificación.....</b>	<b>5</b>
<b>1.4. Caracterización de la región donde se seleccionó la problemática social. ....</b>	<b>7</b>
<b>1.5. Datos estadísticos que permitan evidenciar el nivel de impacto a la comunidad.....</b>	<b>8</b>
<b>1.6. Impacto positivo de la minería en Colombia .....</b>	<b>9</b>
<b>1.7. Posibles causas de la deforestación en el municipio de Paima Cundinamarca .....</b>	<b>10</b>
CAPITULO 2. Unidad 1: Paso 2 - Definir ideas creativas e innovadoras .....	11
<b>Objetivo General.....</b>	<b>11</b>
<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>11</b>
<b>2. Descripción del problema o necesidad seleccionada por el grupo.....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 Descripción de los tres proyectos seleccionados propuestos foro .....</b>	<b>14</b>
<b>2.2. Pantallazo de las calificaciones realizadas en el Test de Evaluación. ....</b>	<b>15</b>
<b>2.3. Justificación de la propuesta ganadora .....</b>	<b>19</b>
<b>2.4. Descripción de la población beneficiada con la idea de proyecto seleccionado. ....</b>	<b>20</b>

<b>2.5. Descripción de los tipos de innovación a aplicar al proyecto .....</b>	<b>20</b>
<b>CAPITULO 3. Unidad 2: Paso 3 - Diseñar el mapa de empatía y el lienzo de CANVAS.....</b>	<b>21</b>
<b>Objetivos General .....</b>	<b>21</b>
<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>21</b>
<b>3. Desarrollo (el mapa de empatía aplicado grupal y el modelo de negocio. ....</b>	<b>22</b>
<b>3.1. CANVAS aplicado a la idea que se viene trabajando .....</b>	<b>22</b>
<b>CAPITULO 4. Unidad 3: Paso 4 - Reconocer la importancia de la gestión del marketing .....</b>	<b>23</b>
<b>Objetivo General.....</b>	<b>23</b>
<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>23</b>
<b>4. Análisis situación empresarial .....</b>	<b>23</b>
<b>4.1. Análisis externo de la organización .....</b>	<b>24</b>
<b>4.2. Análisis Macroentorno de la organización .....</b>	<b>28</b>
<b>4.3. Matriz DOFA – Ecoturismo comunitario.....</b>	<b>34</b>
<b>4.4. Propuesta Inbound marketing escogida .....</b>	<b>36</b>
<b>4.5. Propuesta Branding seleccionada por el grupo colaborativo.....</b>	<b>41</b>
<b>CAPITULO 5. Unidad 4: Paso 5 - Apropiar herramientas de marketing estratégico .....</b>	<b>42</b>
<b>Objetivo General.....</b>	<b>42</b>
<b>Objetivos .....</b>	<b>42</b>
<b>5. Evaluación de las acciones de las estrategias presentadas de Marketing Verde, Marketing Cultural y Marketing Digital respecto a la idea de negocio que se viene trabajando..</b>	<b>43</b>
<b>5.1. Estrategias de marketing .....</b>	<b>43</b>

5.2. Presentación link del Voki con la descripción de la propuesta de valor .....	47
CAPITULO 6. Unidad 5: Paso 6 - Analizar las tácticas de negociación.....	48
<b>Objetivo General.....</b>	<b>48</b>
<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>48</b>
6. Consolidación da las acciones de Neuromarketing con las imágenes y descripción de los propósitos de cada acción. ....	48
<b>6.1. Lista de los socios clave o aliados estratégicos finales necesarios para el modelo de negocio de emprendimiento social con nombre propio como organismos gubernamentales (la idea es retomar los que se definieron en el CANVAS y adicionar los que el grupo crea pertinentes....</b>	<b>54</b>
<b>6.2. Presentar la propuesta de negociación final que define el grupo colaborativo teniendo en cuenta las fases de un proceso de negociación, esta negociación se debe enfocar a lograr el apoyo e involucramiento de los socios clave previamente definidos. ....</b>	<b>57</b>
CAPITULO 7. Evaluación final: Paso 7 - Consolidar el modelo de negocio en el lienzo CANVAS ...	61
<b>Objetivo General.....</b>	<b>61</b>
<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>61</b>
7. Link de la presentación final del proyecto de emprendimiento social.....	62
<b>7.1. Link de presentación del Pitch del proyecto.....</b>	<b>62</b>
8. Conclusiones .....	63
9. Bibliografía .....	67

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo estudiar algunas problemáticas sociales que se presentan en ciertas regiones de Colombia, entre estas, la deforestación, minería ilegal y malas prácticas agrícolas; y desarrollar una propuesta de emprendimiento que contribuya a su solución. La región seleccionada para el desarrollo de esta actividad es el municipio de Paima (Cundinamarca).

Este municipio tiene cerca de 6.700 habitantes, cuenta con grandes riquezas hídricas y bosques nativos que lo convierten en un atractivo turístico tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, tiene una alta afectación por la minería ilegal que ha comprometido sus ecosistemas que están en un alto riesgo de desaparecer. La propuesta desarrollada gira en torno al turismo comunitario sostenible.

La problemática que pudimos evidenciar y que está generando más impacto sobre la comunidad y sobre los diferentes ecosistemas de la región, es la deforestación; esta actividad la realizan de manera indiscriminada algunos pobladores con el objetivo de cubrir la demanda de madera que necesita el desarrollo de la minería legal e ilegal del municipio.

Para solucionar esta problemática se presentó una propuesta basada en el desarrollo del turismo comunitario sostenible como alternativa económica para los habitantes del municipio, buscando contrarrestar la deforestación y el desarrollo de economías como la minería en la región y que sirviera como alternativa de ingresos económicos a los actores involucrados.

Según Procolombia, el turismo comunitario es un modelo de negocio que busca generar un desarrollo equitativo y sostenible, en el cual la comunidad mejore su calidad de vida, proteja su territorio y mantenga vivo y con orgullo su patrimonio.

Durante el desarrollo de las actividades colaborativas del DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN PARA TECNOLOGÍAS GESTIÓN DEL MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL, apoyados por el tutor del diplomado, pudimos identificar que para la estructuración de una propuesta exitosa debíamos apoyarnos en herramientas que nos permitiera consolidar nuestra iniciativa de turismo comunitario sostenible, entre estas herramientas encontramos la primera, que es el Mapa de Empatía, esta herramienta nos permitía identificar de una forma clara y acertada a nuestro cliente, que necesidades tenía y así poder generar una propuesta de valor que al final le podemos ofrecer. Y la segunda herramienta en la cual nos apoyamos fue el modelo de negocios CANVAS, esta herramienta permite detectar sistemáticamente elementos que generan valor en un proyecto emprendedor.

También para el desarrollo del presente trabajo nos apoyamos en herramientas de gestión como el Marketing y el Neuromarketing, la primera herramienta con sus diferentes formas de acción el (Marketing verde, cultural y digital), y la segunda estrategia el Neuromarketing, que es una disciplina que explica y estudia los comportamientos cerebrales de las personas en las áreas de acción del Marketing tradicional. Con el Neuromarketing podemos identificar los estímulos que debe tener un comercial para que las personas se inclinen por un producto en particular, estas estrategias fueron aplicadas a la propuesta de turismo comunitario sostenible con el objetivo de darle una diferenciación a nuestra propuesta con otras ofertas turísticas que existen en el país.



La importancia de aplicar las estrategias de marketing que existen en la actualidad a nuestra propuesta de turismo, es que estas nos ayudan a lograr un proceso adecuado en el desarrollo de la planificación de los productos y/o servicios, publicidad, promoción y ventas, con la finalidad de conquistar el segmento de clientes deseado por la empresa. A través de las estrategias de marketing podemos desarrollar procesos de investigación de los mercados donde queremos llegar, ser más competitivos, conocer la posición de nuestra organización en el contexto empresarial y definir con claridad los pasos a realizar para lograr ofrecer productos y servicios de calidad que garanticen la satisfacción de los clientes.

## **CAPITULO 1. Trabajo colaborativo Unidad 1: Paso 1 - Reconocimiento del aula**

### **OBJETIVO GENERAL**

Analizar el contexto de una región con el fin de identificar las problemáticas con impacto social existentes en el territorio.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ✓ Identificar el problema a tratar que presenta cada problemática.
- ✓ Estudiar el caso para cada una de las problemáticas.
- ✓ Dar la solución correspondiente a cada una de las problemáticas.
- ✓ Determinar propuestas para solucionar la problemática ambiental que se presenta en el municipio de Paima en el Departamento de Cundinamarca.
- ✓ Generar soluciones mediante el modelo del mapa de empatía

#### **1. Análisis de los videos presentados y justificación de la problemática social seleccionada**

**Video 1. Yenny Paola Hortua:** en este video se exponen problemáticas que están afectando a los habitantes de la ciudad de Bogotá, entre las problemáticas presentadas está el tráfico vehicular, la contaminación y la inseguridad.

**Video 2. Luz Ángela Rodríguez:** en el video se presenta problemáticas que impactan a los habitantes del municipio de Paima Cundinamarca, relacionados con la deforestación, la minería ilegal y malas prácticas agrícolas.

**Video 3. Fernando Buitrago:** en este video se exponen la situación por la que han pasado los habitantes del municipio de Vistahermosa Meta, los cuales son Conflicto Armado, Inseguridad y Desplazamiento. En el video se contextualiza los escenarios que ha habido para solucionar el conflicto armado, los actores que han intervenido y el desarrollo de economías ilegales.

**Video 4. Fabio Augusto Garzón:** en el video se presentan tres problemáticas que afectan a los habitantes de la ciudad de Bogotá, cuales consisten en Colapso del transporte masivo, la inseguridad y la contaminación y cuidado del medio ambiente.

**1.2. Problemática seleccionada: Video 2. Luz Ángela Rodríguez, Paima Cundinamarca (deforestación, minería ilegal y malas prácticas agrícolas)**

**1.3. Justificación**

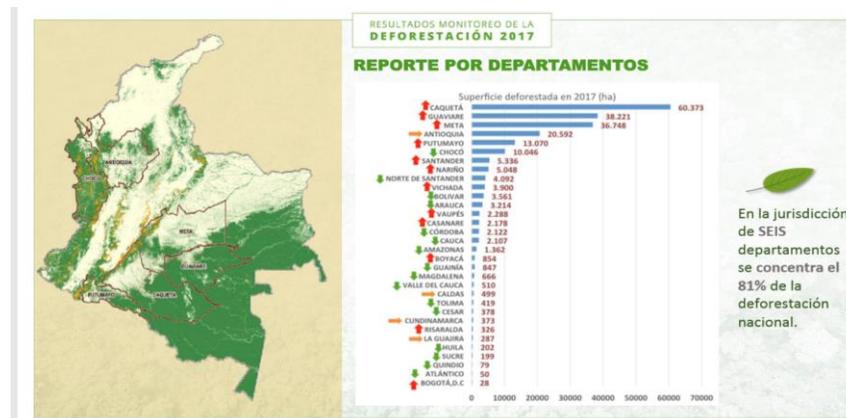
La deforestación en Colombia viene avanzando de una forma acelerada e inquietante, e impulsada por la ganadería, la agricultura y desarrollo de economías mineras en los diferentes territorios de Colombia.

En Colombia la problemática de la deforestación ha generado varias alertas a nivel nacional e internacional, los resultados que arrojó el monitoreo de la deforestación en Colombia, realizado por Minambiente (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible) y el Ideam (Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales) en el año 2017, son desalentadores, se pudo

evidenciar que durante el periodo del 2015 al 2010 fueron deforestadas 1.409.868 con un promedio anual de 281.947 ha.

Según el estudio en Colombia se han deforestado el 52% del territorio, con una superficie de 59.311.350 ha. Siendo la amazonia la más golpeada por la deforestación y le sigue la región andina con el 17.8% con una superficie de 10.571.676 ha.

**A continuación, se describen las cifras de hectáreas deforestadas por Departamento:**



Fuente: IDEAM

[http://www.ideam.gov.co/documents/24277/72115631/Actualizacion\\_cifras2017+FINAL.pdf/40bc4bb3-370c-4639-91ee-e4c6cea97a07](http://www.ideam.gov.co/documents/24277/72115631/Actualizacion_cifras2017+FINAL.pdf/40bc4bb3-370c-4639-91ee-e4c6cea97a07)

En este reporte por departamentos podemos evidenciar que Cundinamarca aparece con 373 ha, deforestadas durante el periodo del 2017, esta cifra sigue siendo preocupante, a pesar de los grandes esfuerzos por parte de las entidades públicas y privadas por reforestar los territorios que han sido impactados con esta dinámica.

Por este contexto expuesto anteriormente se decidió trabajar sobre la problemática de deforestación, en el municipio de Paima Cundinamarca, se considera una problemática que está



impactando socialmente a los habitantes del municipio. Una de las causas principales que han fomentado la deforestación en este territorio es la Minería legal e ilegal, como segundo actor está el desarrollo de sistemas agrícolas y la ganadería, todos estos factores unidos han generado alertas en el municipio en busca de una solución a esta problemática.

#### **1.4. Caracterización de la región donde se seleccionó la problemática social.**

El municipio de Paima está ubicado en el Nordeste del departamento de Cundinamarca, en la provincia de Rionegro, a una altura de 960 metros sobre el nivel del mar, con una población de 6.700 habitantes, se encuentra a 170 km de Bogotá.

El municipio de Paima tiene una extensión de 17.407,4 has, de las cuales 12,2 has corresponden al área urbana (0.07% del total) y las restantes 17.395,2 (99.93%) constituyen el área rural.

Este municipio limita con los municipios de Yacopí, Topaipí, Villagómez, San Cayetano (Cundinamarca), y los municipios de Muzo, y Coper en Boyacá.

Económicamente la población del municipio se dedica a diversas actividades agropecuarias y mineras, entre ellas el cultivo de pitahaya, yuca, café, plátano, lulo, la ganadería de engorde y actividades piscícolas, ya que por las características del municipio cuenta con un clima y una gran riqueza hidrológica que le permite desarrollar esta clase de actividades, también mineras como son: carbón, esmeralda y plomo, de los cuales se puede observar el inadecuado uso de los suelos que conlleva a la baja productividad y gran deterioro ambiental.

Una de las características ambientales más representativas del municipio de Paima, es su gran riqueza hídrica, las cuencas de agua que nacen o atraviesan el municipio, pertenecen a la gran Cuenca del río Minero, cuyas principales cuencas son el río Mencipa y el Río Negro, cuneta con



afluentes importantes como las quebradas Soledad, Guadaluán, Hoyo Grande, el palmar, Golondrinas, Gertrudis, Atucha, Cangreja, el Poleo, Aguacolorada, Moturo, Montero, Luis Pata, el Paraíso, Santa Isabel, la Pinche, el cobre, La Montaña entre otros.

A pesar de la gran riqueza de ecosistemas en la región, en la actualidad no se desarrollan estrategias significativas para proteger esta clase de ecosistemas. Una de las principales problemáticas ambientales en el territorio consiste en que sus habitantes están contaminando las quebradas y los ríos, adicional a esto también se está talando y quemando el bosque nativo para la implementación de proyectos agrícolas y ganaderos, exponiendo los suelos a la erosión, degradación de nutrientes e infertilidad. La minería que se desarrolla en la zona también afecta considerablemente el medio ambiente del municipio de Paimé.

### **1.5. Datos estadísticos que permitan evidenciar el nivel de impacto a la comunidad.**

La minería se ha consolidado en la creciente economía colombiana, esta actividad ha estado en pleno crecimiento y para Colombia, este sector es de gran importancia ya que le genera ingresos económicos por regalías, que le permiten al Gobierno Nacional realizar inversiones en el área social.

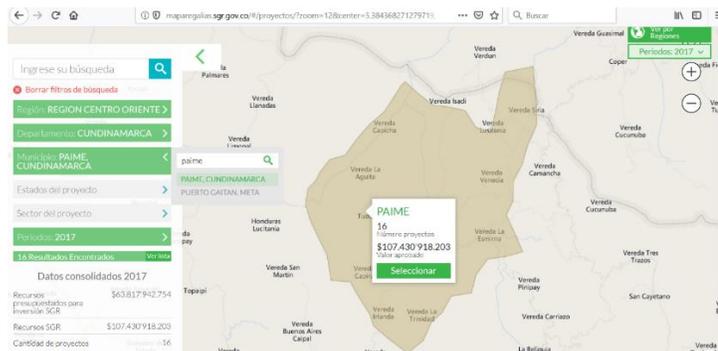
Colombia es un país con tradición minera. Para el año 2010 y 2014 el sector minero tuvo un crecimiento superior con relación a otros sectores económicos del país, este resultado se explica por el aumento del valor de algunos minerales a nivel internacional y por la legislación colombiana que permite que este sector tenga un mayor dinamismo a diferencia de los demás sectores económicos como la agricultura y otros sectores.

Sin embargo, el sector minero está afectando considerablemente al medio ambiente y a los habitantes donde se desarrolla esta actividad, a pesar de que el gobierno Nacional ha realizado progresivamente una reglamentación que disminuya el impacto negativo que está generando el sector minero, este tema no deja de ser preocupación para las organizaciones del estado y no gubernamentales.

En Colombia existen dos clases de minerías, la legal y la ilegal. La primera cumple con algunos estándares de calidad y la segunda que no tiene un control a la hora de implementarse y tampoco por parte de las organizaciones que ejerce la vigilancia respectiva. Esta minería ilegal está generando un impacto destructivo sobre los ecosistemas en diferentes departamentos de Colombia

### 1.6. Impacto positivo de la minería en Colombia

La minería legal, genera regalías que son redistribuidas entre los municipios, para financiar proyectos por lo general en la infraestructura, que generan un impacto positivo sobre las comunidades a continuación se relaciona los proyectos que han sido financiados para el municipio de Paime, por el concepto de regalías.



Fuente:

<http://maparegalias.sgr.gov.co/#/proyectos/?zoom=12&center=5.384368271279719,-74.20036203000001&topLeft=5.519382255721666,-74.4171703490918&bottomRight=5.249354286837772,-73.98355371090821&municipio=25518&departamento=25&region=04&periodo=2017>

### 1.7. Posibles causas de la deforestación en el municipio de Paima Cundinamarca

- a) La deforestación se puede producir por causas naturales y también por actividades del ser humano como la tala o quema para extraer madera o para convertir los bosques en tierras aptas para el establecimiento de cultivos.
- b) La agricultura es una de las prácticas más antiguas que se conoce la cual con el paso de los años ha buscado ser más eficiente significando esto transformaciones que han contribuido a contaminar el medio ambiente, la contaminación del agua y el aire se da por el uso de plaguicidas y fertilizantes que a su vez generan también erosión del suelo.
- c) La falta de tecnología aplicada a la producción genera que los habitantes del municipio utilicen procesos productivos rudimentarios como; tala del bosque, quema y siembra, esto genera erosión de suelos generando pérdida de biodiversidad, los agricultores queman los árboles para facilitar las labores y obtener las cenizas que se utilizan como abono.
- d) El uso de plaguicidas y fertilizantes degrada las propiedades del suelo físicas y químicas, también causa la muerte de la biodiversidad del suelo, entre ellos los microorganismos, esto afecta considerablemente los ecosistemas que existen en la región.
- e) La falta de conocimiento por parte de la comunidad para desarrollar agricultura sostenible
- f) La falta de oportunidades laborales, bajo compromiso por parte de las instituciones gubernamentales para controlar y prevenir la deforestación.
- g) Baja innovación para fomentar actividades económicas alternativas que le permitan a los habitantes del municipio generar ingresos para la sostenibilidad familiar.
- h) Identificar alternativas de solución preliminares para prevenir la deforestación
- i) Controlar la utilización de químicos y fertilizantes en las actividades agropecuarias.

- j) Promover la utilización de agricultura sostenible por medio de la agricultura orgánica.
- k) Para mitigar el impacto ambiental se requiere la implementación de las BPA y las MIPE que conllevan a aplicar adecuadas labores culturales en los productores agrícolas, que van desde el momento de siembra hasta el manejo pos cosechas, garantizando el cuidado de la salud, la protección del medio ambiente y la inocuidad del producto.
- l) Parte de la solución es transmitir el sentido de pertinencia por la protección ambiental, convenciendo y responsabilizando a los participantes, de que cualquier acto positivo o negativo que hagamos genera un gran impacto que tarde o temprano se devolverá a nuestras vidas.
- m) Promover el aprovechamiento de la riqueza ambiental que posee el municipio para actividades turísticas y de recreación.

## **CAPITULO 2. Unidad 1: Paso 2 - Definir ideas creativas e innovadoras**

### **Objetivo General**

Solucionar la problemática identificada en el Municipio de Paime Cundinamarca, por medio de la formulación de proyectos que permitan la generación de economías alternativas en la región.

### **Objetivos Específicos**

- ✓ Describir la problemática seleccionada para brindar una solución efectiva que evite generar la deforestación del Municipio Paime
- ✓ Realizar Test de Proyectos para identificar la solución más viable hacia la problemática plasmada

- ✓ Proponer ideas innovadoras que permitan lograr disminuir la deforestación en el Municipio

## **2. Descripción del problema o necesidad seleccionada por el grupo.**

La deforestación en Colombia viene avanzando de una forma acelerada e inquietante, e impulsada por la ganadería, la agricultura y desarrollo de economías mineras en los diferentes territorios de Colombia.

En Colombia la problemática de la deforestación ha generado varias alertas a nivel nacional e internacional, los resultados que arrojó el monitoreo de la deforestación en Colombia, realizado por Minambiente (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible) y el Ideam (Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales) en el año 2017, son desalentadores, se pudo evidenciar que durante el periodo del 2015 al 2010 fueron deforestadas 1.409.868 con un promedio anual de 281.947 ha.

Según el estudio en Colombia se han deforestado el 52% del territorio, con una superficie de 59.311.350 ha. Siendo la amazonia la más golpeada por la deforestación y le sigue la región andina con el 17.8% con una superficie de 10.571.676 ha.

Según cifras estadísticas, se ha podido evidenciar que Cundinamarca aparece con 373 ha, deforestadas durante el periodo del 2017, esta cifra sigue siendo preocupante, a pesar de los grandes esfuerzos por parte de las entidades públicas y privadas por reforestar los territorios que han sido impactados con esta dinámica, no se ha logrado concientizar a las comunidades que habitan estos territorios de preservar los bosques y las fuentes hídricas.

Por este contexto expuesto anteriormente a nivel nacional y específicamente en el Departamento de Cundinamarca, se determinó que la problemática de deforestación presentada en el municipio de Paime Cundinamarca, debe ser atendida y darle una pronta solución ya que se considera una problemática que está impactando socialmente a los habitantes del municipio y sobre todo al medio ambiente.

El municipio de Paime está ubicado en el Nordeste del departamento de Cundinamarca, en la provincia de Rionegro, a una altura de 960 metros sobre el nivel del mar, con una población de 6.700 habitantes, se encuentra a 170 km de Bogotá.

El municipio de Paime tiene una extensión de 17.407, 4 has, de las cuales 12,2 has corresponden al área urbana (0.07% del total) y las restantes 17.395,2 (99.93%) constituyen el área rural. Este municipio limita con los municipios de Yacopí, Topaipí, Villagómez, San Cayetano (Cundinamarca), y los municipios de Muzo, y Coper en Boyacá.

Económicamente la población del municipio se dedica diversas actividades agropecuarias y mineras, el municipio cuenta con un clima y una gran riqueza hidrológica que le permite desarrollar gran variedad de actividades, entre estas el desarrollo de la minería, como son: la explotación de carbón, esmeralda y plomo, pero a diferencia de otras actividades productivas, esta última (la Minería y la Agropecuaria) están impactando negativamente el medio ambiente.

A pesar de la gran riqueza de ecosistemas en la región, en la actualidad no se desarrollan estrategias significativas para proteger esta clase de ecosistemas. Una de las principales problemáticas ambientales en el territorio consiste en que sus habitantes están contaminando las quebradas y los ríos, adicional a esto también se está talando y quemando el bosque nativo para la implementación de proyectos agrícolas y ganaderos, exponiendo los suelos a la erosión, degradación de nutrientes

e infertilidad. La minería que se desarrolla en la zona es quizás uno de los factores principales de afectación al medio ambiente.

## 2.1 Descripción de los tres proyectos seleccionados propuestos foro

**Propuesta 1. Ecoturismo Comunitario:** el turismo sostenible o el ecoturismo, es una propuesta basada no solo en beneficiar al medio ambiente, sino también para fortalecer las economías locales, regionales y nacionales. Es por esto que la propuesta está basada en desarrollar un proyecto de turismo sostenible comunitario para el municipio de Paima Cundinamarca. Y uno de los objetivos principales es vincular a las comunidades del municipio entre estos:

- ✓ Jóvenes del municipio
- ✓ Grupos de Mujeres emprendedoras
- ✓ Pequeños productores agropecuarios
- ✓ Organizaciones sociales (Asociaciones y Fundaciones)
- ✓ Entidades locales y regionales (Alcaldía Municipal y la Gobernación)
- ✓ Los beneficios que trae la propuesta de Turismo comunitario
- ✓ Ingresos económicos para los actores involucrados en el proceso
- ✓ Protección de los bosques nativos y fuentes hídricas, ya que estos escenarios se convierten en los lugares a visitar por los turistas
- ✓ Se le da un reconocimiento al municipio
- ✓ Embellecimiento de lugares estratégicos para el turismo
- ✓ Incremento de las ventas en el comercio por la llegada de nuevos visitantes
- ✓ Se incrementa la seguridad, ya que el gobierno nacional está impulsando el turismo como generador de desarrollo para el país

**Propuesta 2. Agricultura Limpia:** esta propuesta busca promover la agricultura orgánica, la reforestación de fuentes hídricas y la recuperación del suelo por medio de procesos productivos sostenibles y amigables con el medio ambiente.

- ✓ Realizar capacitaciones a los pequeños y grandes productores agropecuarios del municipio
- Realizar controles en la utilización de agroquímicos
- ✓ Prevenir y controlar los desechos que resultan después de haber realizado actividades agrícolas

**Propuesta 3. Capacitaciones:** la propuesta consiste en realizar capacitaciones en los siguientes temas:

- ✓ Cuidado del medio ambiente
- ✓ Recuperación de fuentes hídricas y ríos
- ✓ Recuperación de bosques nativos
- ✓ Manejo y BPA
- ✓ Manejo y BPM
- ✓ Desarrollo de agricultura limpia y sostenible con el entorno
- ✓ Tecnificación y utilización de medios tecnológicos para el desarrollo de la agricultura

## **2.2. Pantallazo de las calificaciones realizadas en el Test de Evaluación.**

### **Propuesta 1. Ecoturismo Comunitario**

## Resultados del Test de Evaluación de Ideas

### La Idea

Puntos: 29

Interpretación del Test: *La idea tiene perspectivas de poder consolidarse en el mercado, necesitando matizar algún aspecto.*

### El Mercado

Puntos: 33

Interpretación del Test: *La idea tiene perspectivas suficientes para poder consolidarse en el mercado, siendo necesario revisar algún planteamiento.*

### Equipo Promotor

Puntos: 16

Interpretación del Test: *El equipo emprendedor tiene capacidad para poner en marcha el negocio, aunque sería necesario buscar más formación y/o información.*

### Recursos

Puntos: 17

Interpretación del Test: *Recursos suficientes, aunque con ciertas carencias que sería necesario analizar y solventar.*

Interpretación del Test: *Recursos suficientes, aunque con ciertas carencias que sería necesario analizar y solventar.*

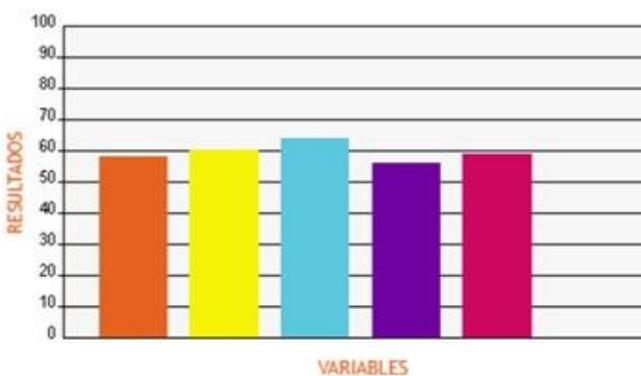
### Valoración Global

Puntos: 95

Interpretación del Test: *Idea atractiva para que se pueda poner en marcha.*

#### GRÁFICO DE RESULTADOS

- La Idea
- El Mercado
- Equipo Promotor
- Recursos
- Valoración Global



## Propuesta 2. Agricultura Limpia

### Resultados del Test de Evaluación de Ideas

#### La Idea

Puntos: 32

Interpretación del Test: *La idea tiene perspectivas de poder consolidarse en el mercado, necesitando matizar algún aspecto.*

#### El Mercado

Puntos: 38

Interpretación del Test: *La idea tiene perspectivas suficientes para poder consolidarse en el mercado, siendo necesario revisar algún planteamiento*

#### Equipo Promotor

Puntos: 15

Interpretación del Test: *El equipo emprendedor tiene capacidad para poner en marcha el negocio, aunque sería necesario buscar más formación y/o información*

#### Recursos

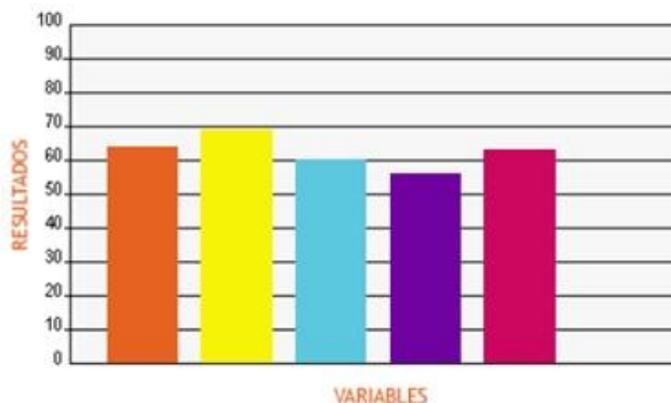
Puntos: 17

Interpretación del Test: *Recursos suficientes, aunque con ciertas carencias que sería necesario analizar y solventar*

#### Valoración Global

Puntos: 102

#### GRÁFICO DE RESULTADOS



## Propuesta 3. Capacitaciones

### Resultados del Test de Evaluación de Ideas

#### La Idea

Puntos: 32

Interpretación del Test: *La idea tiene perspectivas de poder consolidarse en el mercado, necesitando matizar algún aspecto.*

#### El Mercado

Puntos: 36

Interpretación del Test: *La idea tiene perspectivas suficientes para poder consolidarse en el mercado, siendo necesario revisar algún planteamiento*

#### Equipo Promotor

Puntos: 16

Interpretación del Test: *El equipo emprendedor tiene capacidad para poner en marcha el negocio, aunque sería necesario buscar más formación y/o información*

#### Recursos

Puntos: 19

Interpretación del Test: *Recursos suficientes, aunque con ciertas carencias que sería necesario analizar y solventar*

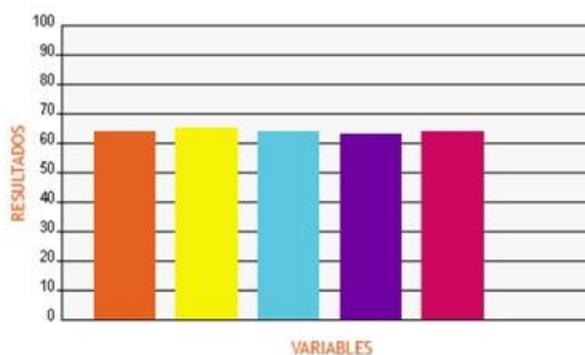
#### Valoración Global

Puntos: 103

Interpretación del Test: *Idea atractiva para que se pueda poner en marcha*

#### GRÁFICO DE RESULTADOS

- La Idea
- El Mercado
- Equipo Promotor
- Recursos
- Valoración Global



[« Volver a la página de inicio](#)

### 2.3. Justificación de la propuesta ganadora

#### Propuesta 1. Ecoturismo Comunitario

Con la intención de satisfacer las necesidades de la sociedad y promover el cuidado al medio ambiente se propone un modelo de turismo sostenible para el municipio de Paima Cundinamarca, el cual implica capacitaciones de sensibilización, gastronomía y actividades complementarias en el medio agrícola para que las personas se puedan familiarizar más con las tareas que allí se realizan.

El turismo comunitario sostenible buscar generar oportunidades para las economías locales que perciben bajos recursos de otras actividades económicas, llámense agrícolas o pecuarias, el turismo sostenible busca además generar el menor impacto sobre el medio ambiente, su objetivo se basa en satisfacer las necesidades de las personas en el presente sin afectar o comprometer las necesidades de las generaciones futuras.

El turismo comunitario ha tenido un crecimiento en Colombia, al aumentar las visitas al país de extranjeros provenientes de Norteamérica y Europa. Colombia y sus regiones tienen una ventaja al contar con una biodiversidad importante esto les permite desarrollar ideas de negocios basadas en el turismo sostenible.

En Colombia el turismo comunitario nace como una oportunidad para minimizar las problemáticas sociales que tienen cada uno de los departamentos o municipios de Colombia, también el turismo es considerado como una oportunidad para que las comunidades puedan generar ingresos económicos a través de las actividades cotidianas y utilizando recursos que existen en su entorno (recursos culturales, naturales y escenarios creados para la recreación).

#### **2.4. Descripción de la población beneficiada con la idea de proyecto seleccionado.**

La población beneficiada con este proyecto es especialmente la del área rural del municipio de Paima, la cual en su mayoría depende de la economía de actividades agrícolas y la minería, el propósito con este proyecto es generar desarrollo económico, sostenible y amigable con el medio ambiente, esto contribuye a la mejora de la calidad de vida de la población beneficiada al permitirles generar ingresos económicos aprovechando las particularidades de su entorno.

La población que va a beneficiar con la propuesta de turismo, son habitantes rurales y urbanos, entre los rurales encontramos a campesinos productores que pueden suministrar alimentos sanos para la cadena de restaurantes que va a atender a los visitantes, al igual que estas personas también pueden suministrar alimentos preparados desde que cumplan con los estándares de calidad exigidos.

También se beneficiarán comerciantes locales y regionales, que para la propuesta pueden ser proveedores, entre estos encontramos: Restaurantes, hoteles, transportadores, artesanos, guías etc.

La alcaldía municipal por ser la entidad local y mayor autoridad del municipio obtendría un ingreso económico como impuesto por cada visitante que recorra la ruta turística.

#### **2.5. Descripción de los tipos de innovación a aplicar al proyecto**

Para este proyecto se implementará la “Innovación Organizacional” la cual consiste en la implementación de nuevos métodos o modelos creativos y estratégicos para la mejora de las practicas del negocio de una empresa

Por lo anterior, lo que se quiere con este tipo de innovación y estrategia, es que el Municipio de Paime, disminuya el porcentaje de deforestación a través del apoyo nacional, es decir, la idea de la innovación es aprovechar las redes sociales para realizar aportes solidarios a través de una Empresa Virtual para así evitar la deforestación; teniendo en cuenta que el aporte sería un gana-gana entre el aportante y la empresa, lo cual permitiría en generar descuentos hacía el cliente (aportante) con las diferentes agencias de viajes en el destino de Paime y sus municipios vecinos; así se fortalece, restaura, conserva y protege los recursos naturales, que permite a los visitantes conocer la historia y las costumbres locales; aportando en la mitigación del impacto ambiental y contribuyendo a la economía del sector.

### **CAPITULO 3. Unidad 2: Paso 3 - Diseñar el mapa de empatía y el lienzo de CANVAS**

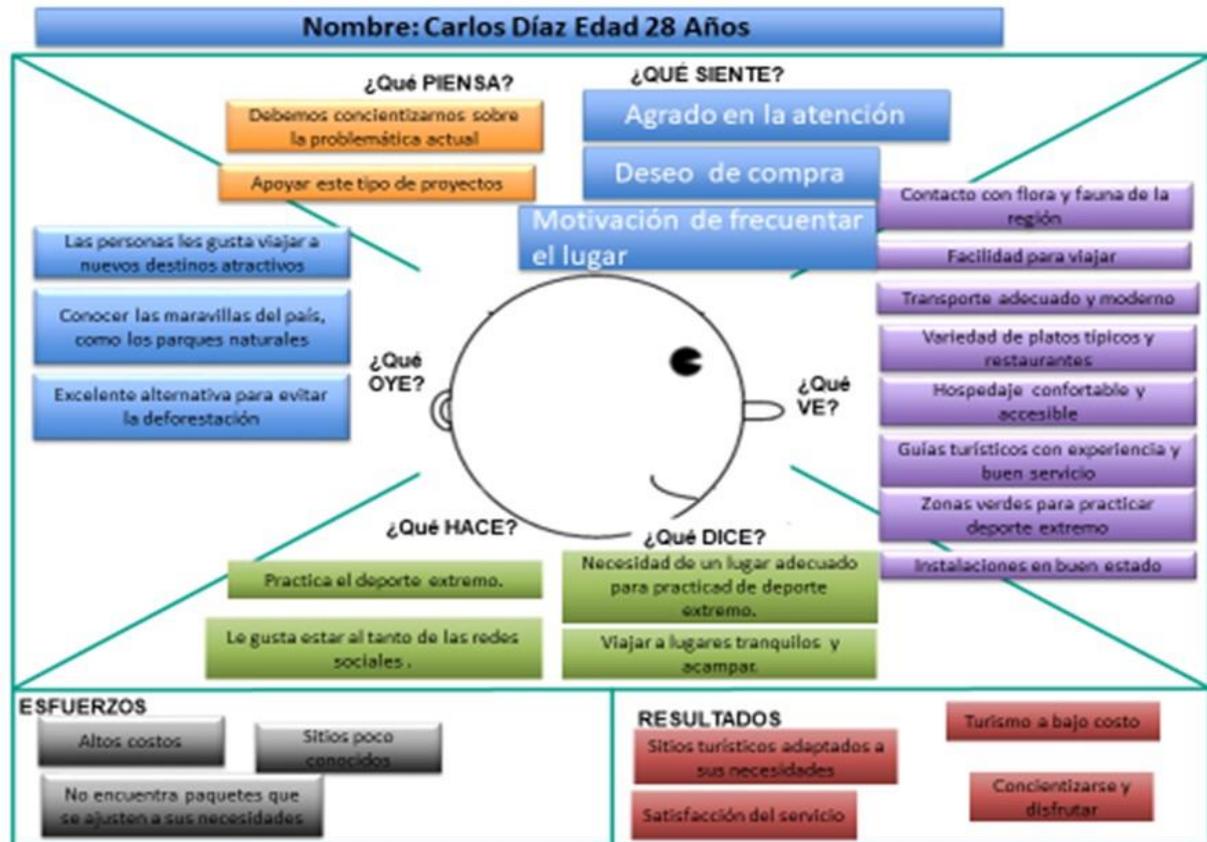
#### **Objetivos General**

Implementar el Ecoturismo como una alternativa de solución a la problemática del Municipio de Paime Cundinamarca, a través de diferentes herramientas de gestión para conocer el pensamiento del cliente final hacía la propuesta.

#### **Objetivos Específicos**

- ✓ Identificar y consolidar el Mapa de Empatía según lo identificado en los perfiles de los clientes estudiados
- ✓ Enfocar la propuesta del Ecoturismo a través del modelo de negocios CANVAS como solución a la problemática

### 3. Desarrollo (el mapa de empatía aplicado grupal y el modelo de negocio).



#### 3.1. CANVAS aplicado a la idea que se viene trabajando

Se adjunta formato de CANVAS en Excel

## CAPITULO 4. Unidad 3: Paso 4 - Reconocer la importancia de la gestión del marketing

### Objetivo General

Aplicar los conocimientos adquiridos en las unidades anteriores y realizar los diferentes análisis enfocados hacia el Ecoturismo

### Objetivos Específicos

- ✓ Investigar los conceptos del análisis empresarial, el Macroentorno y microentorno para ser aplicados al proyecto del Ecoturismo
- ✓ Definir el Inbound Marketing que se aplicara al proyecto para colocar en práctica el Ecoturismo
- ✓ Definir el Branding para ser aplicado al proyecto como recordación de marca hacia los clientes o usuarios

### 4. Análisis situación empresarial

El análisis situación empresarial, es un proceso que se realiza a nivel interno y externo de la organización, con el objetivo de recopilar insumos que nos permitan realizar el plan de mercadeo, por consiguiente, el análisis situaciones es uno de los primeros pasos que debemos realizar.

Esto nos permite realizar un estudio a profundidad de cómo está la organización, con el análisis situacional podemos identificar los factores internos como las fuerzas y debilidades, al igual que las amenazas externas y oportunidades.

#### 4.1. Análisis externo de la organización

Gubernamental, Político, Legal							
Factores	Oportunidades o amenazas	Calificación 0 a 5			Impacto en el éxito		
		A	M	B	A	M	B
Nuevas leyes	Amenazas	X			X		
Baja inversión por parte del Estado	Amenazas	X			X		
Falta de voluntad política para invertir en infraestructura turística	Amenazas	X			X		

Económico y financiero							
Factores	Oportunidades o amenazas	Calificación 0 a 5			Impacto en el éxito		
		A	M	B	A	M	B
Aumento de la Inflación	Amenaza	X			X		
Crecimiento del PIB	Oportunidad	X			X		
Alza en los intereses	Amenaza	X			X		
Devaluación del Dólar	Amenaza	X			X		
Alta tasa de desempleo	Amenaza	X			X		

<b>Social, cultural y demográfico</b>							
Factores	Oportunidades o amenazas	Calificación 0 a 5			Impacto en el éxito		
		A	M	B	A	M	B
Valores sociales	Oportunidad		x			x	
Nivel educativo bajo	Amenaza	x			x		
Alto porcentaje de emigración	Amenaza	x			x		
Aumento de población	Oportunidad		x			x	

<b>Infraestructura</b>							
Factores	Oportunidades o amenazas	Calificación 0 a 5			Impacto en el éxito		
		A	M	B	A	M	B
Vías de comunicación	Oportunidad y Amenaza	x			x		
Aeropuertos y terminales de transporte	Oportunidad	x			x		
Infraestructura hotelera	Oportunidad	x			x		
Acceso a servicios públicos	Oportunidad	x			x		

### Análisis interno de la organización

<b>Mercados atendidos (geográficamente).</b>							
Factores	Oportunidades o amenazas	Calificación 0 a 5			Impacto en el éxito		
		A	M	B	A	M	B
Segmentación del mercado	Amenaza	X			X		
Medios de comunicación	Oportunidad	X			X		
Recursos humanos y tecnológicos	Amenaza	X			X		
Recursos económicos de los consumidores	Amenaza	X			X		

**Tecnologías utilizadas.**

Factores	Oportunidades o amenazas	Calificación 0 a 5			Impacto en el éxito		
		A	M	B	A	M	B
Página web o portal turístico	Oportunidad	X			X		
Wireless Application System	Amenaza	X			X		
Aparatos electrónicos	Amenaza	X			X		
Permisos y licencias	Amenaza		X		X		

**Capacidad gerencial u organizacional**

Factores	Oportunidades o amenazas	Calificación 0 a 5			Impacto en el éxito		
		A	M	B	A	M	B
Conocimiento y experiencia	Amenazas y Oportunidad	X			X		
Liderazgo	Amenazas y Oportunidad	X			X		
Emprendimiento	Oportunidad	X			X		
Organización	Oportunidad y Amenaza						
Motivación Gerencial		X			X		

### Capacidad del talento humano (directivos, administrativos y consultores).

Factores	Oportunidades o amenazas	Calificación 0 a 5			Impacto en el éxito		
		A	M	B	A	M	B
Formación de alta calidad (Técnicos, Tecnológicos y profesionales)	Oportunidad	X			X		
Experiencia en el mercado	Amenaza		X		X		
Habilidades de liderazgo y emprendimiento	Oportunidad	X			X		
Capacidades de Gerencia	Amenaza				X		

### Capacidad competitiva

Factores	Oportunidades o amenazas	Calificación 0 a 5			Impacto en el éxito		
		A	M	B	A	M	B
Determinaciones legales	Amenaza	X			X		
Infraestructura	Amenaza	X			X		
Lugares turísticos	Amenaza-Oportunidad	X			X		
Talento humano	Oportunidad	X			X		
Innovación	Oportunidad	X			X		
Tecnología	Oportunidad	X			x		

## 4.2. Análisis Macroentorno de la organización

Torreblanca (2014) afirma: “Está compuesto por todos aquellos factores demográficos, económicos, tecnológicos, políticos, legales, sociales, culturales y medioambientales que afectan al entorno de la empresa. Representa a todas las fuerzas externas y que no son controlables por la empresa” (Blog)



Fuente: <https://gerencialisiutn.wordpress.com/2017/03/29/b2-punto-4-modelo-foda/>

Por lo anterior, el análisis del Macroentorno en el proyecto “Ecoturismo”, se define de la siguiente forma:

Los factores demográficos nos hacen tener en cuenta la dimensión geográfica en la que opera o va a operar nuestra marca, con sus variaciones y características.

### Características:

- ✓ Población y Edad: Todas las personas (Adultos, Niños, Animales)
- ✓ Sexo: Masculino / Femenino
- ✓ Número de Habitantes: 6.700

- ✓ Alto indicios de deforestación
- ✓ Los factores económicos tienen en cuenta los niveles de renta la nuestra población objetivo, las variables que pueden incidir de forma directa en nuestros intercambios con los mercados (tipos de interés, tipos de cambio, fase del ciclo económico de la economía en la que nos encontramos.
- ✓ Afectación Económica:
- ✓ Actividades agropecuarias y Mineras
- ✓ Demanda del producto
- ✓ Mayores Costes
- ✓ Aumento en las tasas de pobreza y alimentación por afectación del medio ambiente
- ✓ Tasa de desempleo en aumento

Los factores tecnológicos se fijan en cuanto a los nuevos productos y procesos productivos, la obsolescencia de los productos, los cambios en la comunicación derivados de las nuevas tecnologías.

#### **Afectación Tecnológica:**

- ✓ Elevación de los presupuestos para el desarrollo del proyecto
- ✓ Superación tecnológica por la competencia
- ✓ Falta de acceso a los recursos tecnológicos
- ✓ Infraestructura e implementación de nuevas tecnologías
- ✓ Los factores políticos y legales hacen referencia al papel que juegan los gobiernos en el desempeño de todo aquello que nos pueda afectar en nuestro camino empresarial.
- ✓ Afectación Política y Legal:
- ✓ Alza de impuestos en el turismo

- ✓ No apoyo por parte de la Alcaldía del Municipio
- ✓ Publicidad engañosa por incumplimiento de leyes
- ✓ Privatización de los lugares de acceso al turismo
- ✓ Los factores sociales y culturales tienen en cuenta los diversos patrones de comportamiento que tienen las diferentes regiones en las que podemos operar con nuestra marca.

### **Afectación Socio-cultural:**

- ✓ Cultura y costumbres de la región
- ✓ Diversidad de culturas (nacionales y extranjeras) que visitan el Municipio
- ✓ Nivel Educativo en cuanto a la concientización de la problemática
- ✓ Madures de la Población

Los factores medioambientales son aquellos que definen el impacto natural que podemos tener en nuestros procesos productivos y comerciales, determinando en qué medida afectan a nuestra imagen como empresa y marca.

### **Afectación Medioambiental:**

- ✓ Falta de Reciclaje
- ✓ Poco apoyo por entes encaminados hacía el mismo objetivo
- ✓ Leyes de protección ambiental
- ✓ Recursos naturales limitados
- ✓ Estado del clima para el ecoturismo
- ✓ Análisis de Microentorno

Es el sector en el cual actúa una empresa, ya que esta debe realizar el análisis del microentorno con el fin de evaluar sus matriz DOFA y medir su potencial de oportunidades existentes, logrando

encontrar el sector apropiado para su crecimiento, de acuerdo a las necesidades, expectativas y demanda del mercado, para así ajustar su oferta y lograr obtener ventaja competitiva empresarial. Para ello se utilizan métodos y herramientas de análisis del microentorno, que permiten evaluar el atractivo del sector en el cual actúa la empresa.

Por lo anterior, los factores más importantes del microentorno para la propuesta del Ecoturismo son los siguientes:

### **Competidores**

Agencias de Viajes: Son una de los principales competidores del ecoturismo a nivel nacional ya que permite crear paquetes y descuentos a clientes a todo destino a través de diferentes convenios

### **Clientes:**

Personas Naturales y Jurídicas: Son el enfoque principal del ecoturismo y a quienes a través de la oferta-demanda y el mercadeo realizado en la empresa, se puede generar el éxito del proyecto

### **Proveedores:**

Empresas Prestadoras de Servicio: Son los servicios requeridos y complementarios para el proyecto ya que a través de ellos podemos generar paquetes hacia los diferentes destinos, en especial, los del municipio de Paima como los son:

- ✓ Hoteles
- ✓ Alojamientos
- ✓ Residencias
- ✓ Hostales
- ✓ Albergues

- ✓ Eco-albergues
- ✓ Cabañas
- ✓ Zonas para Camping

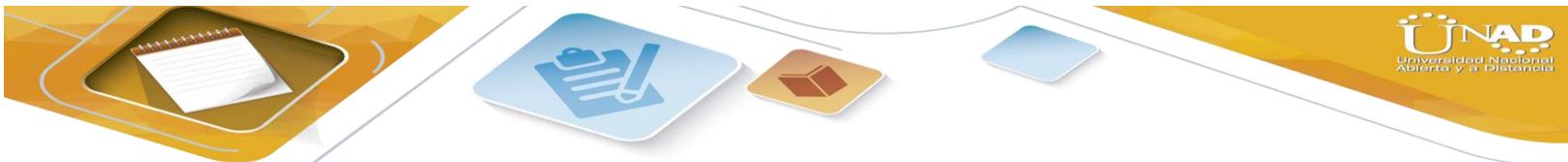
**Empresas Prestadoras de Transporte:** Estos servicios son importantes y requeridos en el proyecto ya que nos permite realizar el transporte al municipio de Paimé, ya sea de una ciudad a otra o de formar internacional. Dentro de estos trasportes se encuentra:

- ✓ - El Aéreo (Aerolíneas)
- ✓ - El Terrestre (Bus Turístico, Automóvil, Moto)
- ✓ - El Fluvial y Marítimo (Barcos, Lanchas, Velas)

**Empresas Prestadoras de Alimentos:** Estas normalmente se utilizan a través de las empresas prestadoras de servicio, sin embargo, en el ecoturismo comunitario también son importantes los restaurantes locales porque nos permite tener un acceso más fácil y/o rápido para la alimentación del turista. Dentro de estas se encuentran:

- ✓ - Restaurantes
- ✓ -habitantes locales que suministran alimentos
- ✓ - Paraderos
- ✓ -Público

**Financiero:** Para impulsar el proyecto, es importante que contar con un capital para proporcionar mejores beneficios y así mantener económicamente la empresa. Para ello se contará con el apoyo de Entes Financieros que apoyen la creación microempresas como el Fondo Emprender del Sena, Fundación de la Mujer, entre otros.



**Medios de Comunicación:** Es una herramienta importante para dar a conocer el proyecto y así lograr el objetivo propuesto, como la radio, televisión, Redes Sociales, entre otras.

**Gubernamental:** La Alcaldía del Municipio de Paime, juega un papel importante en el proyecto ya que a través de ellos podemos buscar el apoyo legal y del pueblo generando beneficios a los turistas tanto nacionales como extranjeros.

**Acción Ciudadana:** Son uno de los filtros y apoyos claves para el desarrollo del proyecto ya que a través de ellos nos podemos apoyar para el desarrollo de las diferentes actividades dentro del Ecoturismo debido a que contamos con un mismo objetivo social.

Distribuidores

**Canales de Distribución:** Son importantes en el Ecoturismo ya que nos permite transportar los suministros necesarios para el proyecto, como lo son la llegada y transporte de provisiones y/o alimentos en las caminatas de un lugar a otro, entre otros.

Trabajadores

**Empleados:** Así como los clientes, los trabajadores son muy importantes para el desarrollo del proyecto, porque a través de ellos podemos desarrollar todos los proyectos, objetivos y metas propuestas para alcanzar los indicadores y productividad de la empresa.

Los cambios en el microambiente no afectan a todas las empresas de una industria de la misma manera, porque su tamaño, capacidad y estrategias son diferentes.

### 4.3. Matriz DOFA – Ecoturismo comunitario

(+) PARA ALCANZAR EL OBJETIVO	(-) NEGATIVOS PARA ALCANZAR EL OBJETIVO
<b>DEBILIDAD</b>	<b>FORTALEZA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pérdida de identidad de los locales para adaptarse a la de los visitantes.</li> <li>- No se puede cuantificar los espacios turísticos que existen en el país</li> <li>- En algunas regiones es difícil el acceso</li> <li>- En lugares apartados no existe personal calificado como guía</li> <li>- Escaso o nulo manejo de idiomas</li> <li>- En algunas regiones son escasos la prestación de servicios según la demanda turística.</li> <li>- Precios elevados a los turistas, sobrepasando un precio justo.</li> <li>- Aumento de prostitución, consumo de sustancias alucinógenas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento de seguridad para los visitantes o viajeros</li> <li>- Alianzas con los locales y empresas privadas y gubernamentales por el adecuado uso de los recursos en lugares turísticos</li> <li>- Aumento de inversión turística en infraestructura</li> <li>- Diversidad de etnias en el país</li> <li>- Diversidad de flora y fauna en el país</li> <li>- Constante promoción de entidades gubernamentales por la capacitación de personal</li> <li>- Innumerables destinos rurales y urbanos</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destrucción de ecosistemas por la presencia masiva de personas</li> <li>- En las regiones existe informalidad y baja calidad en la oferta</li> <li>- No existe conectividad entre las regiones aledañas que permitan tener una guía general de lugares</li> <li>- Conectividad o redes, baja comunicación en lugares apartados, difícil conectividad aérea o terrestre</li> <li>- Inseguridad</li> </ul>	
<b>OPORTUNIDAD</b>	<b>AMENAZA</b>
<p>Facilidad para acceder a Medios de comunicación y medios tecnológicos, con el objetivo de posicionar la marca</p> <p>Oportunidad de crear una Página web o portal turístico para ofertar los servicios turísticos de la organización</p> <p>Conocimiento y experiencia locales y regionales que pueden ayudar a tener éxito en el desarrollo turístico</p> <p>Apoyo por parte del Gobierno Nacional con recursos para el Emprendimiento</p>	<p>La segmentación del mercado debe ser acertado y claro</p> <p>Se debe contar con los recursos humanos y tecnológicos adecuados</p> <p>La falta de recursos económicos de los consumidores, puede afectar el desarrollo turístico</p> <p>Antes de iniciar la actividad turística se deben tramitar permisos y licencias</p>

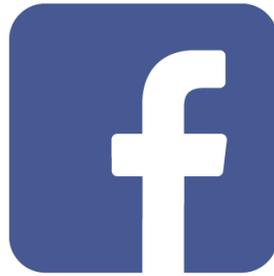
<p>Formación de alta calidad (Técnicos, Tecnológicos y profesionales)</p> <p>Habilidades de liderazgo y emprendimiento</p> <p>Amplio porcentaje de Lugares turísticos</p> <p>Tecnología</p>	<p>El poco conocimiento y experiencia en el área turística puede afectar el desarrollo de la misma</p> <p>La empresa debe tener buen liderazgo para lograr los objetivos planteados</p> <p>La empresa no tiene definida una organización para desarrollar la iniciativa</p> <p>La falta de Motivación Gerencial puede afectar el cumplimiento de las metas</p> <p>Baja Experiencia en el mercado del turismo</p> <p>No se cuenta con infraestructura adecuada para el turismo</p> <p>Alta competencia de otros operadores para utilizar lugares turísticos existentes</p>
---	---

#### 4.4. Propuesta Inbound marketing escogida

La propuesta de Inbound está basada en apoyarnos en las redes sociales y diferentes plataformas que existen a través de la internet. Para la propuesta de turismo se creará una página Web interactiva que permita atraer los cibernautas de la siguiente forma:

a) **Redes sociales:**

**Facebook:** Es una compañía que ofrece servicios de redes sociales y medios sociales y tiene 1,94 millones de usuarios registrados.



Fuente: <https://www.nhsbt.nhs.uk/get-involved/partners/our-partners/facebook/>

**YouTube:** Sitio web dedicado a compartir videos, con 1.500 millones de usuarios en un mes, es una red social activa e importante para posicionar marcas.



Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/YouTube>

WhatsApp: es una herramienta de comunicación de fácil acceso y efectividad en la entrega de mensajes, siendo una de las aplicaciones más descargadas y manejadas por los usuarios, cuenta con 1,500 millones de usuarios al mes, también los empresarios y los clientes van a poder

interactuar por esta red social para hacer negocios, utilizando WhatsApp Business, esta herramienta se espera que esté disponible para Colombia en los próximos meses.



Fuente: [https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2018-06-11/whatsapp-trucos-almacenamiento-notificaciones\\_1577311/](https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2018-06-11/whatsapp-trucos-almacenamiento-notificaciones_1577311/)



Fuente: <https://solomarketing.es/estrategia-vender-instagram-rebeldes-marketing-online/>



Fuente: <https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/biblioteca-de-cuentos-y-juegos-interactivos-de-smile-and-learn/41298.html>

## b) Recolección de datos

Estos se alimentarán a través de inquietudes presentadas y de encuestas de satisfacción de forma virtual.



Fuente: <https://alfredoquiroz.wordpress.com/2018/04/19/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>

Descuentos %

Se realizarán descuentos en paquetes turísticos, pero en especial hacia el municipio de Paima Cundinamarca, con el objetivo de atraer nuevos clientes y fidelizar los ya existentes.

**30% de  
descuento en  
cada paquete  
turístico**



Fuente: [https://es.pngtree.com/freepng/green-earth-village\\_3204990.html](https://es.pngtree.com/freepng/green-earth-village_3204990.html)

### c) **Mercadeo: seguimiento telefónico**

Atención por línea de servicio a Usuarios de forma Inbound y Outbound para recibir todos los PQR que se presenten por la prestación de servicio brindado.



Fuente: <https://teleges.wordpress.com/2013/05/22/teleges-escucha-activa/>

#### 4.5. Propuesta Branding seleccionada por el grupo colaborativo



Fuente: elaboración propia en el programa <https://logotypemaker.com/es/login>

Principalmente el proyecto busca en primera instancia que mediante del turismo ecológico y sostenible, se logre minimizar el impacto ambiental que se está generando por la tala indiscriminada de los bosques nativos del municipio de Paima Cundinamarca, y así contribuir con el desarrollo social económico de la comunidad involucrada.

La importancia de desarrollar el proyecto de turismo en el municipio con los habitantes locales, radica en que se genera una alternativa económica para los involucrados en el proceso y se incentiva en la protección de los recursos naturales como mecanismo para desarrollo social.

En segunda instancia, se desea generar recordación de marca a través de imágenes estratégicas para incentivar el cuidado del medio ambiente; por lo cual se realizará a través de la Página Web de Ecoturismo “Turismo Sostenible”, para crear conciencia ciudadana y así buscar el apoyo de entidades (sin ánimo de lucro) y de agencias de viajes para evitar la deforestación a través del turismo.

Por último, a través de la investigación realizada, se promocionará el sitio turístico mediante medios audiovisuales, con apoyo de diferentes cadenas de televisión como por ejemplo “Canal Trece”

## **CAPITULO 5. Unidad 4: Paso 5 - Apropiar herramientas de marketing estratégico**

### **Objetivo General**

Formula estrategias y crear programas de marketing acordes al contexto regional que permita mejorar la competitividad y productividad del proyecto social en desarrollo.

### **Objetivos**

- ✓ Crear acciones de cada tipo de marketing aplicables al proyecto social
- ✓ Desarrollar en grupo la propuesta de valor más apropiada al proyecto
- ✓ Aplica metodologías e instrumentos para el fomento del emprendimiento social
- ✓ Posicionar el proyecto para que alcance una ventaja competitiva sostenible
- ✓ Crear un valor agregado diferenciador al de la competencia

**5. Evaluación de las acciones de las estrategias presentadas de Marketing Verde, Marketing Cultural y Marketing Digital respecto a la idea de negocio que se viene trabajando**

Estudiante / Marketing	Cristian	Paola	Luz Ángela	Jose Fernando	Fabio
Verde	X-X		X	X	X
Cultural	X			X-X-X	X
Digital		X-X-X			X-X

**5.1. Estrategias de marketing**

**a) Marketing Verde**

El proyecto de turismo comunitario sostenible para el municipio de Paime, busca contribuir a la preservación de los ecosistemas y riqueza natural de este territorio. se busca generar una corresponsabilidad con el medio ambiente en términos de “yo descanso, voy de paseo, conozco, pero además apoyo la conservación de la biodiversidad de mi país”.

Por cada paquete turístico que adquiriera, nuestra empresa, sembrara 5 árboles de especies nativas con el apoyo de las comunidades locales como parte de una estrategia de reforestación y preservación.

PROYECTO DE TURISMO GUARDIAN ECOLOGICO PAIME CUNDINAMARCA

## REFORESTACIÓN



Fuente: <https://lavozdepolanco.org/noticias/reforestacion/>

Brindar las herramientas necesarias a los turistas para la conservación del medio ambiente en los senderos o rutas abran recipientes destinados a la recolección de basuras y reciclaje se implementará una promoción a los turistas por cada botella, bolsa y demás residuos reciclables y no reciclables se le dar al turista un bono que podrá cajar en nuestros puntos de atención por productos artesanos hechos con materiales ecológicos con la intención de mejorar y concientizar a las personas a través del Ecoturismo, el Marketing Verde será aplicado hacía la realización de caminatas en donde se crearan lugares (estaciones) para que por medio de talleres ecológicos, se les enseñe a los turistas el valor de cuidar el medio ambiente.

A continuación, los diferentes talleres que se realizaran a través de la caminata en las reservas naturales del Municipio de Paime, para pasar un día en donde se le enseñe al turista a cuidar el medio ambiente y sobrevivir con los recursos básicos por medio del programa “RETO AMBIENTAL”:



Fuente: <https://iies.es/el-reto-ecologico-desde-la-perspectiva-del-ingeniero/>

## b) Marketing Cultural

La base principalmente del turismo en Paime será fomentar su patrimonio natural, cultural e histórico; buscando apoyo en instituciones y fenómenos culturales y de esta forma mejorar su imagen ante el público y expandiendo el conocimiento de los mismos, para lograr que tengan una mayor aceptación.

**Preservando la riqueza precolombi.**

**Paime, Cundinamarca**

### Marketing Cultural Paime

Apoyar a los actores locales interesados en la preservación de la riqueza precolombina, en la consolidación de un museo local arqueológico. La empresa turística promoverá dentro del paquete turístico la visita al museo, contribuyéndoles con un ingreso económico.

La empresa de turismo brindará como oferta dentro de sus paquetes, la visita a estos lugares de riqueza ancestral con acompañamiento de historiadores de la zona los cuales relatarán a los visitantes las historias de estos lugares.

Fuente: elaboración propia



### **c) Marketing Digital**

En el Ecoturismo podemos apoyarnos de este tipo de Marketing para hacer llegar de una forma más rápida y eficaz la información del municipio de Paime y sus diversas culturas y costumbres; por esta razón se implementará en el proyecto inicialmente la página web de la empresa, en la cual estará en conjunto con diferentes Blogger y paginas relacionadas con turismo y el cuidado del medio ambiente, en donde podremos mantener al cibernauta informado de todo lo que está sucediendo alrededor del municipio por medio de sus redes sociales, gracias a que hoy en día no solo hay difusión de texto sino también de imágenes gráficas y videos con el objetivo de tener más a la mano la información con tan solo ingresar a la página y oprimir un botón de descarga.

### **d) Marketing social**

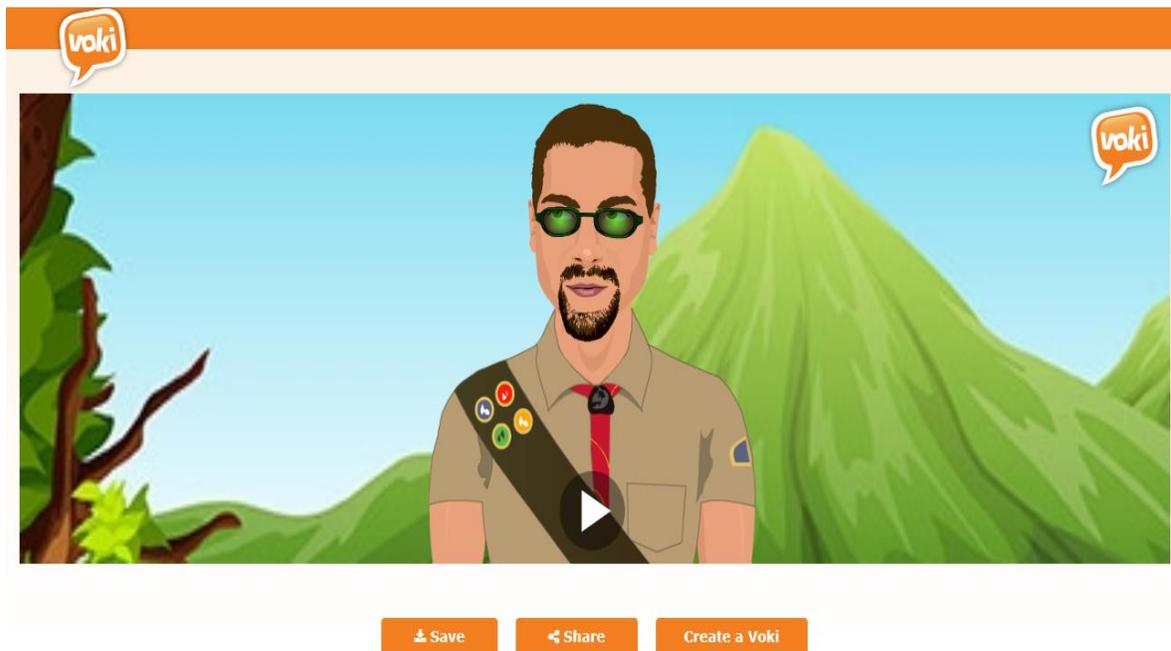
El sitio web debe transmitir los elementos de sostenibilidad a la vez ser muy atractivo y fácil de navegar en él, también le debe proporcionar seguridad y facilidad a los clientes para realizar las reservas y pagos de los paquetes turísticos que se adquieran.

En la estrategia de Marketing social desarrollaremos una aplicación que le permita a los clientes conocer las rutas y la historia de cada lugar turístico que se visita con el paquete turístico adquirido, también resaltaremos el trabajo que realizan las comunidades locales para preservar los sitios naturales turísticos que se ofrecen en el paquete.

## 5.2. Presentación link del Voki con la descripción de la propuesta de valor

Nuestra empresa está enfocada principalmente hacia el cuidado y preservación del medio ambiente, por lo cual ofrecemos paquetes turísticos interactivos que le permiten compartir en un entorno familiar, el contacto directo con la naturaleza, las costumbres y con las grandes riquezas que tiene el Municipio de Paimé; por esta razón “Turismo Sostenible” cuenta con la facilidad para adquirir paquetes al alcance de su bolsillo porque nosotros lo hacemos posible y usted lo disfruta.

Link Propuesta de Valor Empresarial: <http://tinyurl.com/ydyfsw2x>



Fuente: <http://tinyurl.com/ydyfsw2x>

## CAPITULO 6. Unidad 5: Paso 6 - Analizar las tácticas de negociación

### Objetivo General

Crear una estrategia de Neuromarketing acorde al proyecto desarrollado que permita que este sea sustentable y competitivo, mediante el estudio del comportamiento del consumidor y las estrategias de negociación.

### Objetivos Específicos

- ✓ Diseñar propuesta de Neuromarketing
- ✓ Estudiar el proceso de negociación y sus fases
- ✓ Analizar las tácticas de negociación
- ✓ Aplicar una propuesta para implicar a los socios claves del proyecto

### 6. Consolidación de las acciones de Neuromarketing con las imágenes y descripción de los propósitos de cada acción.

- a) **Propuesta de Yenny Paola Hortúa:** Buscamos comprender y satisfacer cada vez más las necesidades y expectativas del cliente, con la aplicación del Neuromarketing aplicado al precio con descuentos y por tiempo limitado turismo sostenible busca:

- ✓ Identificar el impacto emotivo que genera el servicio

- ✓ Comprender el comportamiento del consumidor en el momento de la compra de los paquetes turísticos
- ✓ Identificar y satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.



Fuente: Elaboración propia

- b) **Propuesta de Fabio Augusto Garzón:** "Con Turismo Sostenible nuestras actividades turísticas, el compartir en familia y disfrutar de la naturaleza que nos ofrece el municipio de Paime, siempre serán nuestro objetivo principal; por esta razón deseamos que recuerdes en cada caminar con un producto natural que te obsequiaremos finalizando el programa con nosotros para que sientas lo hermoso que es cuidar el medio ambiente"



Fuente: [https://www.canva.com/es\\_co/](https://www.canva.com/es_co/)

## Propósito:

El ideal de la imagen es atraer a los turistas primero a través del precio, sin embargo, los descuentos los puede ofrecer cualquier agencia de viajes, por lo cual intrínsecamente está el obsequio del Kit Natural que se entregara al finalizar el recorrido, lo que hace que sea un plus o enganche del cliente para poder atraerlo y así lograr el objetivo propuesto.

- c) **Propuesta de Luz Ángela Rodríguez:** Neuromarketing. Técnica basada en la neurociencia y el marketing digital, estudia, observa y mide el comportamiento fisiológico y sensorial del ser humano, frente a unos estímulos específicos de los efectos de la conducta psicológica, que una marca, producto o estrategia de comunicación ejerce en el cerebro del consumidor.

Pretende conocer cómo piensan los consumidores y en base al resultado mejorar sus productos o servicios y convertirlos en clientes potenciales, evocando la parte emocional para captar clientes.

La estrategia de Neuromarketing que se aplica en la propuesta de ecoturismo sostenible, integra un conjunto de colores que evocan reacciones inconscientes, que hacen que la percepción cambie de acuerdo con las actuaciones, afectando los sentidos del consumidor en la decisión de compra. Interpreta los signos los asocia a la idea, mediante el contacto con la comunicación, reacciona psicológicamente, da respuesta retroalimentaría al emisor.

La imagen que se utiliza es un atractivo natural visual que invita a explorar el paisajismo rural, el mensaje de la propuesta publicitaria, consiste la comunicación visual y escrita. Por ejemplo:

- ✓ Color, impacto visual, trasmite emociones y genera respuestas inconscientes.

- ✓ Descuento, con el fin de mantener activa la demanda, mejorar la lealtad de los clientes, obtener mayores ingresos, atraer nuevos clientes.
- ✓ **Color rojo:** se utiliza para captar rápidamente la atención, en anuncios exteriores resalta la tipografía.
- ✓ **Color verde,** se asocia con la naturaleza, ecología, va en armonía con la salud, y el equilibrio sostenible.
- ✓ **Color azul,** Provoca estados de bienestar y reflexión, transmite seguridad, confianza y frescura. Refleja en el pensamiento el cielo y el mar. es muy usual en bancos, redes sociales y consultoras.

***Paimé, destino rural de emoción y aventura***

***Sostenible y sustentable***



***Descuento  
especial, los  
fines de semana***

***Somos tu ruta NO tu rutina***

Fuente: <https://www.mexicodestinos.com/ofertas/circuitos-en-chiapas>

- d) **Propuesta de Cristian Camilo:** Para nuestras ofertas de servicios y atracción de clientes utilizaremos Neuromarketing visual con imágenes atractivas y mensajes atractivos para el cliente

**Propósitos**

El propósito con este Neuromarketing visual es que los clientes a través de las imágenes publicadas y el mensaje en ellas se sientan atraído por lo ofrecido y tenga la sensación de que el lugar es el perfecto para tomar las vacaciones deseadas cumpliendo con sus expectativas.

- e) **Propuesta Fernando Buitrago:** En la siguiente presentación podemos evidenciar Neuromarketing visual y un Neuromarketing de precio.

**Neuromarketing visual:** En la actualidad se trabaja bastante en impactar a las personas o clientes de una forma visual, esto quiere decir que, si el producto que se ofrece no es lo suficiente llamativo para tus ojos, posiblemente este producto no incremente sus ventas.

Algunos consideran que los ojos son la entrada al alma de las personas, porque consideran que es la única parte de nuestro sistema nervioso central que se encuentra expuesta.

La información que se procesa a través de los ojos, se transforma en señales nerviosas que viajan por nuestro cerebro para convertirse en imágenes, esto ha generado que las estrategias del Marketing estén diseñadas para que los clientes vean lo que desean ver y de esta forma impulsarlos a que compren algún producto o servicios.

Para la propuesta de Neuromarketing, incluimos la imagen de una mujer, que sonrío y desnutra que está muy feliz, la cara esta direccionada hacia la oferta de servicios turísticos que ofrecemos la idea es motivar al cliente a que adquiera el paquete turístico.

**Neuromarketing de precio:** En la propuesta de Neuromarketing podemos evidenciar el valor del paquete turístico que corresponde a \$999 dólares, en esta clase de estrategias se fijan en establecer un precio que sea llamativo para el cliente, no es lo mismo cobrar \$1000 dólares que ofrecerle al cliente \$999 dólares, según los expertos el cerebro entenderá que este último precio es el más económico, el cliente percibirá la sensación de que el último precio es más barato. Esta estrategia causa que los clientes realicen más compras ya que se fijan en el precio.



Fuente: [https://www.satena.com/prensa/boletines-virtuales/satena---tiquetes-desde-\\$62500-aprovecha-compra-ahora!/61/2](https://www.satena.com/prensa/boletines-virtuales/satena---tiquetes-desde-$62500-aprovecha-compra-ahora!/61/2)

**6.1. Lista de los socios clave o aliados estratégicos finales necesarios para el modelo de negocio de emprendimiento social con nombre propio como organismos gubernamentales (la idea es retomar los que se definieron en el CANVAS y adicionar los que el grupo crea pertinentes.**

SOCIOS CLAVES PARA EL PROYECTO	ESTRATEGIAS PARA INVOLUCRARLOS
<p><b>Procolombia:</b> PROCOLOMBIA es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país. Este socio estratégico es muy importante para nuestra propuesta de turismo comunitario, ya que a través de su red nacional e internacional de aliados empresariales puede ayudarnos a promover nuestros servicios.</p>	<p>Estrategia para involucrar a PROCOLOMBIA: como primera medida debemos gestionar unos acercamientos con los directivos encargados del sector turístico en nuestro país, el objetivo, presentarle nuestra propuesta de servicios y los beneficios que traería para el país al poner en funcionamiento nuestra ruta turística y los servicios que se ofrecerían.</p>
<p><b>Ministerio de Comercio Industria y turismo (MINCIT):</b> Tiene como objetivo principal, formular adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales relacionadas con el desarrollo económico y social del país, por medio de la</p>	<p>Estrategia para involucrar al MINCIT. Presentar la propuesta de turismo sostenible que venimos desarrollando, esta entidad es de suma importancia ya que nos puede apoyar en los diferentes procesos de consolidación de la propuesta con</p>

<p>competitividad y desarrollo de los diferentes sectores que se encuentran en nuestro país, entre estos la industria, las empresas, el comercio exterior, promoción de inversión extranjera, el comercio interno y el turismo.</p>	<p>asesoramiento y recursos, mostrarle a la entidad la importancia que tiene para la región y para las comunidades que habitan allí, desarrollar una oferta de servicios turísticos para este municipio.</p>
<p><b>Alcaldía municipal de Paima Cundinamarca:</b> Prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes.</p>	<p>Estrategia para involucrar a la Alcaldía municipal: nuestra propuesta turística está basada en apoyar a las comunidades locales, este sería una buena propuesta para presentarle a la alcaldía, generaríamos una dinámica local al generar empleo, los actores involucrados en la ruta turística van a tener ingresos por sus servicios y se promoverá la protección del medio ambiente.</p> <p>Además de esto la alcaldía percibirá unos ingresos económicos por impuestos, también percibirá las mejores y construcciones que se harán el municipio</p>

	para prestar un servicio de calidad a los turistas
<p><b>Comunidad local:</b> cuando la propuesta turística está enfocada en apoyar el desarrollo de las comunidades, estas se benefician directamente de los beneficios que trae consigo un turismo comunitario sostenible.</p>	<p>Estrategia para involucrar a la comunidad local: el turismo genera empleo directo e indirecto, integra a las comunidades en el desarrollo de la actividad turística, atrae nuevas inversiones para la región y ayuda a preservar las riquezas naturales que posee el territorio donde se desarrolla la actividad. La estrategia consiste en capacitar a la comunidad y mostrarle las bondades que trae el turismo comunitario como oportunidad de desarrollo económico y social, también les mostraremos los recursos económicos que percibirán por cada paquete turístico que se venda a los turistas.</p>

**6.2. Presentar la propuesta de negociación final que define el grupo colaborativo teniendo en cuenta las fases de un proceso de negociación, esta negociación se debe enfocar a lograr el apoyo e involucramiento de los socios clave previamente definidos.**

**a) Propuesta de Negociación Socio PROCOLOMBIA**

Fase Preparación: Una vez revisado el proyecto a profundidad en donde identifiquemos las fortalezas y debilidades del mismo, se solicitará una reunión o cita inicial para ofrecer y/o entablar el proyecto con los directivos de la empresa Procolombia, por lo cual es de vital importancia que se tengan definidos los procesos tanto estructurales como financieros ya que debe haber un ganancia entre las partes involucradas. Es importante tener en cuenta que el objetivo de la negociación con Procolombia no debe generar más gastos de lo que vale el proyecto general.

**Fase Desarrollo**

Dentro de la propuesta del proyecto del Ecoturismo, se solicitará los siguientes puntos a negociar con Procolombia:

- ✓ Tener acceso a diferentes capacitaciones que nos permita entrenar a las personas involucradas en el proyecto en estrategias de atracción turística para implementarlas a la problemática de la deforestación e importancia del cuidado del medio ambiente.
- ✓ Buscar alianza con la empresa que nos permita tener inversionistas para la promoción del proyecto a nivel internacional.
- ✓ Involucrar el proyecto en las Ferias Turísticas que realicen en Colombia como lo es en la Vitrina Turística de Anato, para ofrecer el destino turístico del Municipio de Paimé y su belleza contando con el apoyo de Procolombia.

Por lo anterior, se analizará los pros y los contras de la propuesta en una reunión con los directivos encargados, generando acuerdos viables hacia el cuidado del medio ambiente, que nos permita crear beneficios entre las tres partes: Procolombia, El Proyecto Ecoturístico y el Cliente Final.

**Cierre:** Dependiendo de los acuerdos y conclusiones que se hayan tomado como decisión para la implementación del proyecto, se dará inicio para el cumplimiento del objetivo; sin embargo, en caso de no ser aprobada la propuesta, es importante entrar a revisar ¿en que se falló? Para así retomar la propuesta y reestructurarla de forma que nos permita lograr la negociación con Procolombia.

#### **b) Propuesta de Negociación Socio Ministerio de Comercio Industria y turismo (MINCIT)**

**Fase Preparación:** Para el desarrollo de esta negociación estableceremos el mismo procedimiento que se realizó con Procolombia, ya que son dos entidades que cumplen funciones parecidas y nos pueden apoyar en conseguir los mismos objetivos.

#### **Fase Desarrollo**

- ✓ Tener acceso a diferentes capacitaciones que nos permita entrenar a las personas involucradas en el proyecto en estrategias de atracción turística para implementarlas a la problemática de la Deforestación e importancia del cuidado del medio ambiente
- ✓ Buscar alianza con empresas nacionales e internacionales que nos permita tener inversionistas para la promoción del proyecto
- ✓ Incluir nuestros servicios turísticos en las Ferias Turísticas que realicen en Colombia como lo es en la Vitrina Turística de Anato, para ofrecer el destino turístico del Municipio de Paima y su belleza contando con el apoyo de Procolombia.

- ✓ Conseguir apoyo en recursos económicos para la construcción de escenarios que nos permitan ofrecer un servicio de calidad.

**Cierre:** al finalizar la reunión se elabora acta donde se especifiquen los compromisos adquiridos por los participantes, se programa próxima reunión para evaluar el avance de los acuerdos.

### c) **Propuesta de Negociación Socio Alcaldía Municipal**

**Fase Preparación:** En esta etapa realizaremos una reunión en la Alcaldía municipal de Paime Cundinamarca, con el Alcalde del municipio, con el objetivo de presentarle la propuesta turística, los propósitos y las ventajas que le traería al municipio el desarrollo de una actividad turística sostenible.

#### **Fase Desarrollo:**

- ✓ Presentar la propuesta de turismo sostenible
- ✓ Acordar con la Alcaldía un aporte que recibiría el municipio por cada turista que ingrese al territorio
- ✓ La Alcaldía se compromete a proteger los sitios turísticos y el medio ambiente
- ✓ La Alcaldía en articulación con la fuerza pública prestara servicios de seguridad a las zonas turísticas y a los turistas
- ✓ Nuestra organización contribuye con recuperar espacios ambientales deteriorados por la tala y quema por parte de los habitantes
- ✓ Nuestra organización se compromete a contratar personal local que se necesite para el desarrollo de la actividad turística en el municipio.

**Cierre:** al finalizar la reunión y los acuerdos presentados, se realizará un acta donde queden los compromisos adquiridos por las partes, con el fin de que los cambios de Gobierno no afecten el desarrollo de la propuesta de turismo, para esto invitaremos a la reunión habitantes de la región, organizaciones sociales, comerciantes etc.

#### **d) Propuesta de Negociación Socio Comunidades Locales**

**Fase Preparación:** en articulación con la Alcaldía municipal o el funcionario delegado por la Alcaldía de Paima, coordinaremos reuniones en los sectores donde se desarrollará la propuesta de turismo sostenible, el objetivo consiste en socializar la propuesta, evaluar los posibles conflictos que surjan con la comunidad, presentar los beneficios que traerá para la comunidad del sector y la forma de ofertar servicios en la ruta turística que implementaremos.

#### **Fase Desarrollo:**

- ✓ Coordinar con la Alcaldía municipal las reuniones que deseamos realizar en el municipio
- ✓ Definir los sitios turísticos en los que vamos a intervenir
- ✓ Acordar con la alcaldía y líderes de los sitios turísticos definidos para elaborar cronograma de la reunión
- ✓ Desarrollar las reuniones
- ✓ Presentar la propuesta de turismo comunitario
- ✓ Presentar los beneficios que trae para la comunidad el desarrollo de turismo (Empleo, ingresos económicos)

- ✓ Definir la oferta de servicios que podemos encontrar en el municipio por parte de los habitantes locales
- ✓ Investigar los precios por cada servicio prestado por la comunidad
- ✓ Cierre: Al finalizar las reuniones se elaboran actas de compromisos por las partes involucradas en el proceso, se definirán próximas reuniones a medida que avance el desarrollo de la propuesta turística.

## **CAPITULO 7. Evaluación final: Paso 7 - Consolidar el modelo de negocio en el lienzo CANVAS**

### **Objetivo General**

Construir la presentación de la propuesta de turismo comunitario con la participación del grupo colaborativo del curso de forma digital, sustentando la temática del modelo de emprendimiento social con la participación de los estudiantes del grupo colaborativo.

### **Objetivos Específicos**

- ✓ Presentar el link de los videos con la sustentación de la propuesta de emprendimiento social
- ✓ Proponer el modelo de negocio CANVAS
- ✓ Definir el título del proyecto social
- ✓ Describir la problemática social atendida con la propuesta de emprendimiento



## **7. Link de la presentación final del proyecto de emprendimiento social**

<https://youtu.be/qyV8ATXpqBI>

### **7.1.Link de presentación del Pitch del proyecto**

<https://app.emaze.com/mobile/%40aofwqzrwr?tgjs=0#/1>

## 8. Conclusiones

La mejor opción para tomar medidas correctivas es el acercamiento a la realidad, de la capacidad de empatizar con las personas y el conocimiento cercano del conflicto, dependerá a facilidad para dar solución al problema.

Lograr la sensibilización ambiental de la comunidad y el interés por la recuperación de todos los recursos naturales renovables y por consiguiente garantizar la conservación de la flora y fauna, es una oportunidad para todos los colombianos.

Se deben desarrollar políticas públicas que regulen la implementación de actividades económicas como la minería y también el desarrollo del sector agropecuario, para minimizar los impactos negativos sobre los ecosistemas del territorio nacional.

La propuesta de turismo comunitario es una alternativa para generar desarrollo en las regiones con altas necesidades y carencia de recursos, los territorios tienen una gran riqueza hídrica y ambiental que se pueden aprovechar para actividades y programas turísticos sostenibles que le permitan a la comunidad generar oportunidades.

La deforestación es una problemática que actualmente está afectando los ecosistemas de Colombia, la Minería, el mal manejo de las practicas agropecuarias, la falta de políticas públicas para atacar a este flagelo, han permitido que áreas geográficamente importantes para el país, estén desapareciendo.

Por lo anterior, el ecoturismo sostenible permite no solo sensibilizarse con el cuidado del medio ambiente y las buenas prácticas agrícolas, sino que a su vez es una fuente de ingreso para la región; logrando disminuir el turismo clásico y se promueve las actividades agrícolas, buscando



promover prácticas y teorías que generen impactos mínimos negativos en los paisajes naturales y en la población de sus alrededores.

A través de la investigación realizada en las diferentes herramientas de estudio para el análisis de la propuesta del Ecoturismo, logramos identificar que, para iniciar cualquier proyecto, sea o no de manera lucrativa y/o que tenga como objeto social el ayudar a una comunidad afectada, es importante realizar un estudio de mercado para identificar cuál es el pensamiento de una persona común y corriente hacía la problemática identificada y que es lo que espera de una propuesta como el ecoturismo.

Por lo anterior, en el trabajo se logró detectar e identificar las fortalezas y debilidades que puede tener un proyecto como este, lo que nos permite que cada vez tomemos más consciencia de lo que se desea y hacia donde queremos llegar para evitar este tipo de desastres como lo es la deforestación

El éxito de toda empresa, depende de cómo se realicen continuamente ciertos pasos que nos ayudaran al cumplimiento de nuestros objetivos, entre estos y muy importantes encontramos el análisis situacional, con este proceso podemos identificar ciertas variables que nos ayudaran a mejorar o a continuar los diferentes acciones internas y externas de la empresa.

Conocer nuestras debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas, a nivel interno y externo de la organización, nos permitirán generar conocimientos para la toma de decisiones a tiempo y de una manera acertada.

La forma de vender productos y de adquirirlos, está cambiando cada vez más la tendencia tanto en el manejo digital como en las redes sociales, ya estas son una gran oportunidad para ofertar y adquirir productos a través del internet.

Por lo anterior, la implementación de las herramientas de marketing estratégico es de vital importancia para para la ejecución y el futuro de una propuesta de negocio, ya que estas herramientas permiten mantener en orden las ideas, oportunidades y necesidades que un proyecto social ofrece a la comunidad beneficiada.

La propuesta de valor es la combinación única de cada producto o servicio que oferta una empresa, haciéndola diferente frente a la competencia; teniendo en cuenta que la empresa busca la mejor estrategia referente a: precio, servicio, imagen y producto diseñado, para que sea exclusivamente enfocado a los diferentes segmentos de clientes, lo que permite generar una imagen positiva de la recordación de marca y así lograr conquistar y fidelizar al cliente.

Durante el desarrollo de la propuesta ecoturística se pudo evidenciar que Colombia tiene una gran oportunidad y riqueza ambiental, de flora y fauna, diversidad cultural, e historia, para darle a conocer al mundo estas grandes riquezas, por este motivo es importante que futuros profesionales vean estas grandes oportunidades como una opción de emprendimiento, no solo para generar riqueza personal, sino también para generar oportunidades de desarrollo y empleo para los habitantes de estas regiones.

En la actualidad el éxito de toda empresa depende de que tan frecuente se innove, para el desarrollo de la propuesta de turismo sostenible nos apoyamos en el Marketing, ya que nos permite generar procesos que nos ayudan a ser exitosos a la hora de emprender o posicionar nuestros productos o servicios.

Durante el proceso también pudimos conocer y aplicar procesos de negociación que son de gran importancia en el ámbito profesional y laboral, como futuros profesionales debemos



fortalecer los conocimientos en esta clase de técnicas para poder ser competitivos y alcanzar grandes logros.

A través del trabajo realizado en las diferentes fases del diplomado, se logró identificar la necesidad que tiene Colombia, sus departamentos, ciudades y municipios, en cuanto al cuidado del medio ambiente ya que muchas veces no somos conscientes de la realidad y la ignoramos, haciendo que con nuestras acciones la deterioremos día a día.

Por lo anterior lo que se logró en este proyecto, es volver a la cultura del cuidado del medio ambiente, en especial, la deforestación a través de la diversión y diferentes actividades ecoturísticas, con el objetivo de concientizar a cada una de las personas y así valorar lo que tenemos a nuestro alrededor.

## 9. Bibliografía

A. Merino de Diego, (2014) El emprendimiento social: un territorio de aprendizaje para la superación de un modelo en crisis. Revista ICADE. N° 91. ISSN: 1889-7045. Repositorio: <http://hdl.handle.net/11531/20217>.

Alcaldía de Medellín & COMFAMA. (2012). revisión conceptual sobre emprendimiento social. En Empresas sociales (pp. 3-29). [https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi\\_\\_n\\_conceptual\\_sobre\\_el\\_empre](https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi__n_conceptual_sobre_el_empre)

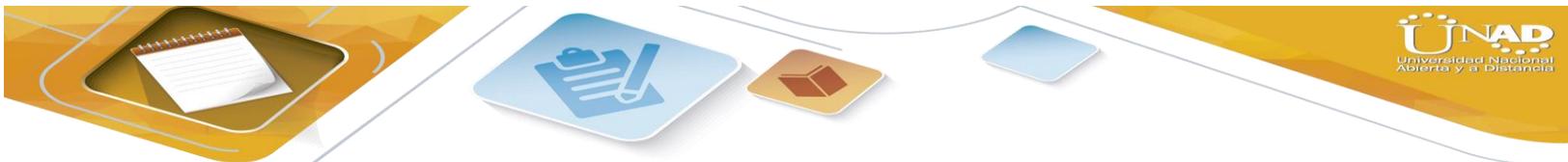
Alvarado L. (2013). Neuromarketing, ciencia al servicio del conocimiento. Recuperado de [http://neuropedagogiacolombia.com/imagenes/Liliana\\_20Alvarado.pdf](http://neuropedagogiacolombia.com/imagenes/Liliana_20Alvarado.pdf)

CANVA. (2018). Increíbles diseños para tu equipo y para ti. [Figura]. Recuperado de. [https://www.canva.com/es\\_co/](https://www.canva.com/es_co/)

Carrión, J. (2007). Técnicas de Negociación. Recuperado de <http://www.dbbe.fcen.uba.ar/contenido/objetos/Carrin2007.pdf>

Di Prieto. (2014). Branding, el paso a paso para construir marcas inolvidables. Recuperado de <http://blog.fromdoppler.com/construye-marcas-inolvidables-con-nuestro-nuevo-ebook-sobre-branding/>

Educación 3.0. (2018). Líder informativo en innovación educativa, Cuentos y juegos interactivos en la biblioteca de Smile and Learn, imagen. Recuperado de.



<https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/biblioteca-de-cuentos-y-juegos-interactivos-de-smile-and-learn/41298.html>

El confidencial (2018) tecnología. WhatsApp: 10 funciones escondidas en tus mensajes que tal vez desconocías. [Figura]. Recuperado de, [https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2018-06-11/whatsapp-trucos-almacenamiento-notificaciones\\_1577311/](https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2018-06-11/whatsapp-trucos-almacenamiento-notificaciones_1577311/)

Fandom. Arterupestrepaima Wiki. (2018). Arte rupestre del municipio de Paime. [Figura].[http://es.arterupestrepaima.wikia.com/wiki/ARTE\\_RUPESTRE\\_DEL\\_MUNICIPIO\\_DE\\_PAIME](http://es.arterupestrepaima.wikia.com/wiki/ARTE_RUPESTRE_DEL_MUNICIPIO_DE_PAIME)

Fandom. Arterupestrepaima Wiki (2018). Arterupestre (3). jpg. [Figura].[http://es.arterupestrepaima.wikia.com/wiki/ARTE\\_RUPESTRE\\_DEL\\_MUNICIPIO\\_DE\\_PAIME](http://es.arterupestrepaima.wikia.com/wiki/ARTE_RUPESTRE_DEL_MUNICIPIO_DE_PAIME)

Fandom. Arterupestrepaima Wiki. (2018). EL DETERIORO DEL ARTE RUPESTRE DEL MUNICIPIO DE PAIME.[Figura].[http://es.arterupestrepaima.wikia.com/wiki/ARTE\\_RUPESTRE\\_DEL\\_MUNICIPIO\\_DE\\_PAIME](http://es.arterupestrepaima.wikia.com/wiki/ARTE_RUPESTRE_DEL_MUNICIPIO_DE_PAIME)

Fandom. Arterupestrepaima Wiki. (2018). IMG-20171201-WA0006.jpg. [Figura].[http://es.arterupestrepaima.wikia.com/wiki/ARTE\\_RUPESTRE\\_DEL\\_MUNICIPIO\\_DE\\_PAIME](http://es.arterupestrepaima.wikia.com/wiki/ARTE_RUPESTRE_DEL_MUNICIPIO_DE_PAIME)

Fandom. Arterupestrepaima Wiki. (2018). VIDEO- INTEGRAR TIC A LOS PROCESOS PEDAGÓGICOS POR MEDIO DEL ARTE RUPESTRE. [Figura].[http://es.arterupestrepaima.wikia.com/wiki/ARTE\\_RUPESTRE\\_DEL\\_MUNICIPIO\\_DE\\_PAIME](http://es.arterupestrepaima.wikia.com/wiki/ARTE_RUPESTRE_DEL_MUNICIPIO_DE_PAIME)



Fondos.G.com. (2011). [Figura]. Recuperado de. <http://fondosg.com/fondo-de-un-avion-por-encima-de-las-nubes/>

Fornelli A. & Sánchez J. (2013). Branding para pequeña y mediana empresa. Recuperado de <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/183/177>

Alcaldía de Pasto. (2018). Funciones Alcaldía. Según la Constitución Política de Colombia de 1991. Recuperado de. <http://www.pasto.gov.co/index.php/funciones-alcaldia>

Future Trends Group. (2006). Herramientas para la creatividad. Recuperado de:

[http://www.ildefe.es/emprendedor/Crea\\_tu\\_empresa/Test\\_de\\_Evaluacion\\_de\\_Ideas/;jsessionid=85E4242F81D14CD47DF38C3C83423163](http://www.ildefe.es/emprendedor/Crea_tu_empresa/Test_de_Evaluacion_de_Ideas/;jsessionid=85E4242F81D14CD47DF38C3C83423163)

IDEAM- Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales. (2017). Publicaciones IDEAM. Resultados Monitoreo de la deforestación 2017. Recuperado de. [http://www.ideam.gov.co/documents/24277/72115631/Actualizacion\\_cifras2017+FINAL.pdf/40bc4bb3-370c-4639-91ee-e4c6cea97a07](http://www.ideam.gov.co/documents/24277/72115631/Actualizacion_cifras2017+FINAL.pdf/40bc4bb3-370c-4639-91ee-e4c6cea97a07)

IDEAM. (2017) Imagen mapa de Colombia, resultados monitoreo de la deforestación 2017. Recuperado de [http://www.ideam.gov.co/documents/24277/72115631/Actualizacion\\_cifras2017+FINAL.pdf/40bc4bb3-370c-4639-91ee-e4c6cea97a07](http://www.ideam.gov.co/documents/24277/72115631/Actualizacion_cifras2017+FINAL.pdf/40bc4bb3-370c-4639-91ee-e4c6cea97a07)

ILDEFE (Instituto Leonés de Desarrollo Económico, Formación y Empleo), Agencia de desarrollo local del Ayuntamiento de León. (2018). Test de Evaluación Ideas. Recuperado de [http://www.jmunozy.org/files/NEE/sobredotado/MATERIALES\\_POZ/7.MATERIALES/CREATIVIDAD/HERRAMIENTAS\\_DE\\_CREATIVIDAD.FUTURE\\_TRENDS\\_GROUP.pdf](http://www.jmunozy.org/files/NEE/sobredotado/MATERIALES_POZ/7.MATERIALES/CREATIVIDAD/HERRAMIENTAS_DE_CREATIVIDAD.FUTURE_TRENDS_GROUP.pdf)



Instituto de Ingeniería de España, (2017), El reto ecológico desde la perspectiva del ingeniero.

[Figura]. Recuperado de. <https://iies.es/el-reto-ecologico-desde-la-perspectiva-del-ingeniero/>

La voz de Polanco, (2018) reforestación. Figura. Recuperado de.

<https://lavozdepolanco.org/noticias/reforestacion/>

Logotypemaker. Imagen logotipo elaboración propia. <https://logotypemaker.com/es/login>

Mapa de regalías. (2012) [Figura]. tomada de

<http://maparegalias.sgr.gov.co/#/proyectos/?zoom=12&center=5.384368271279719,->

[74.20036203000001&topLeft=5.519382255721666,-](http://maparegalias.sgr.gov.co/#/proyectos/?zoom=12&center=5.384368271279719,-74.20036203000001&topLeft=5.519382255721666,-)

[74.4171703490918&bottomRight=5.249354286837772,-](http://maparegalias.sgr.gov.co/#/proyectos/?zoom=12&center=5.384368271279719,-74.20036203000001&topLeft=5.519382255721666,-74.4171703490918&bottomRight=5.249354286837772,-)

[73.98355371090821&municipio=25518&departamento=25&region=04&periods=2017](http://maparegalias.sgr.gov.co/#/proyectos/?zoom=12&center=5.384368271279719,-74.20036203000001&topLeft=5.519382255721666,-74.4171703490918&bottomRight=5.249354286837772,-73.98355371090821&municipio=25518&departamento=25&region=04&periods=2017)

MARKETING, NEGOCIOS E INNOVACIÓN. (2018). Diseña tu estrategia de ventas en

Instagram. Imagen recuperad de. <https://solomarketing.es/estrategia-vender-instagram-rebeldes-marketing-online/>

Mercado Libre. (2018). Belleza y cuidado personal. Higiene personal. Kit Viajero De Aseo

Personal Airbnb Collection Hotel. [Figura]. Recuperado de.

[https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-491605290-kit-viajero-de-aseo-personal-airbnb-](https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-491605290-kit-viajero-de-aseo-personal-airbnb-collection-hotel--_JM?quantity=1)

[collection-hotel--\\_JM?quantity=1](https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-491605290-kit-viajero-de-aseo-personal-airbnb-collection-hotel--_JM?quantity=1)

México Destinos.com. (2018). Elige Chiapas, tierra de maravillas naturales. recuperado de.

<https://www.mexicodestinos.com/ofertas/circuitos-en-chiapas>



MINCIT. (2018). Misión, Visión, Objetivos, Normas y Principios Éticos. Recuperado de [http://www.mincit.gov.co/publicaciones/13/mision\\_vision\\_objetivos\\_normas\\_y\\_principios\\_eticos](http://www.mincit.gov.co/publicaciones/13/mision_vision_objetivos_normas_y_principios_eticos)

Mongabay Latam. (2018). periodismo ambiental independiente. Deforestación en Colombia: 4 reportajes sobre un presente preocupante <https://es.mongabay.com/2018/03/deforestacion-en-colombia-presente-preocupante/>

Municipio de Paima Cundinamarca. (2000). Esquema de ordenamiento Territorial. Recuperado de [http://cdim.esap.edu.co/BancoConocimiento/P/paime\\_-\\_cundinamarca\\_-\\_eot\\_-\\_2000/paime\\_-\\_cundinamarca\\_-\\_eot\\_-\\_2000.asp](http://cdim.esap.edu.co/BancoConocimiento/P/paime_-_cundinamarca_-_eot_-_2000/paime_-_cundinamarca_-_eot_-_2000.asp)

Muñiz, R. (2011). Técnicas de Negociación. Recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/tecnicas-y-procesos-de-negociacion-102.htm>

NHS Blood and Transplant. (2018). Facebook The power of social sharing. Imagen Facebook. Tomada de <https://www.nhsbt.nhs.uk/how-you-can-help/partners/our-partners/facebook/>

Orozco (2012). AEC-Asociación de Estados del Caribe. Promover el desarrollo sostenible del gran caribe. El turismo comunitario. Recuperado de <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>

Pngtree. (2018). Green Earth Village. Gratis PNG y Clipart. Imagen. Recuperada de [https://es.pngtree.com/freepng/green-earth-village\\_3204990.html](https://es.pngtree.com/freepng/green-earth-village_3204990.html)

Prada (2012). El sector energético-minero y la economía colombiana. Recuperado de <http://www.indepaz.org.co/wp-content/uploads/2012/04/El-sector-energ%C3%A9tico-minero-y-la-econom%C3%ADa-colombiana.pdf>



Procesos de investigación científica. Metodología y técnicas de investigación. (2018). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Imagen. Recuperado de. <https://alfredoquiroz.wordpress.com/2018/04/19/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>

PROCOLOMBIA. (2017). Turismo comunitario, un modelo de negocio. Recuperado de. <http://www.procolombia.co/memorias/turismo-comunitario-un-modelo-de-negocio>

Procolombia. (2018). Conozca a procolombia. Recuperado de. <http://www.procolombia.co/procolombia/que-es-procolombia>

Satena, es Colombia. (2014). [Figura]. Recuperado de. [https://www.satena.com/prensa/boletines-virtuales/satena---tiquetes-desde-\\$62500-aprovecha-compra-ahora!/61/2](https://www.satena.com/prensa/boletines-virtuales/satena---tiquetes-desde-$62500-aprovecha-compra-ahora!/61/2)

Simón Hergueta. (2010). El arte de negociar. Pág. 8 Recuperado de. [https://books.google.com.co/books?id=GWoaBgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=proceso+d+e+negociaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiU4OCHs9\\_eAhUywlkKHQUED-EQ6AEITTAH#v=onepage&q=proceso%20de%20negociaci%C3%B3n&f=false](https://books.google.com.co/books?id=GWoaBgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=proceso+d+e+negociaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiU4OCHs9_eAhUywlkKHQUED-EQ6AEITTAH#v=onepage&q=proceso%20de%20negociaci%C3%B3n&f=false)

Teleges Centro de Marketing Telefónico. (2018). Imagen. Recuperado de. <https://teleges.wordpress.com/2013/05/22/teleges-escucha-activa/>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, (2018). Diplomado de profundización para tecnologías gestión del marketing para el emprendimiento social. 110011A\_474. Entorno de aprendizaje practico. Plantilla CANVAS. Recuperado de. <http://campus13.unad.edu.co/ecacen21/mod/folder/view.php?id=6182>



Universidad Nacional Abierta y Distancia. (2014). Reflexión sobre los emprendedores sociales en Colombia (video). Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=GvwTHBvTaZI>

Voki. (2018). Link Propuesta de Valor Empresarial [Figura]. <http://tinyurl.com/ydyfsw2x>

Wikipedia. (2018). Imagen de YouTube. Recuperada de. <https://es.wikipedia.org/wiki/YouTube>