

## **Proyecto de emprendimiento ecoturismo comunitario Marquetalia**

Andres Alejandro Trujillo Guillén

Asesor

Adriana Monsalve Castro

Universidad Nacional Abierta Y A Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN

Tecnología En Gestión Comercial Y De Negocios

2024

## **Resumen**

El presente documento se centra en el proyecto de emprendimiento social de Ecoturismo Comunitario Marquetalia cuyo objetivo principal es promover el turismo sostenible en el municipio de Marquetalia, Caldas, mediante el proyecto de emprendimiento social Ecoturismo Comunitario Marquetalia", aprovechando las oportunidades identificadas en el territorio.

***Palabras clave:*** Emprendimiento social, sostenibilidad, desarrollo, ecoturismo.

### **Abstract**

This document focuses on the social entrepreneurship project of Community Ecotourism Marquetalia whose main objective is to promote sustainable tourism in the municipality of Marquetalia, Caldas, through the social entrepreneurship project “Community Ecotourism Marquetalia”, taking advantage of the opportunities identified in the territory.

***Keywords:*** Social entrepreneurship, sustainability, development, ecotourism.

## Tabla de Contenido

Introducción -----	11
Objetivos del Proyecto de Emprendimiento -----	14
Objetivo General -----	14
Objetivos Específicos -----	14
Formulación del Proyecto de Emprendimiento -----	15
Contexto Donde se Identificó la Problemática u Oportunidad -----	15
Identificación de la Oportunidad -----	15
Descripción del Proyecto de Emprendimiento Relacionando las Fuentes de Ingresos que Permitan que sea Autosostenible -----	16
Recursos con los que Cuenta el Municipio -----	16
Actividades Propuestas -----	17
Impacto Social, Económico y Cultural -----	17
Empoderamiento -----	17
Desarrollo Económico -----	17
Valor Social -----	17
Conservación Ambiental -----	17
Integrantes de la Comunidad Ecoturística de Marquetalia Caldas -----	118
Empoderamiento de la Región -----	18
Sustentar la Innovación Social -----	20
Medición del Impacto Económico y Social -----	21
Impacto Económico -----	21
Impacto Social -----	21

Metodología-----	22
Fuente de Ingresos del Proyecto -----	23
Principales Beneficios y Mejoras que Aportará su Puesta en Marcha -----	24
Aportes al Cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles -----	24
Consolidación de la Innovación Social -----	26
Empatía Mapa de Actores o Mapa de Stakeholders -----	26
Definición y Posicionamiento de los Actores en el Diagrama -----	26
Entidades Públicas y Privadas-----	27
Otros Grupos-----	27
Mapa de Actores o Mapa de Stakeholders -----	30
Definición Mapa Mental -----	31
Ideación. Matriz FODA -----	33
Fortalezas-----	33
Oportunidades -----	33
Debilidades-----	34
Amenazas -----	34
Prototipado. Poster -----	36
Testeo. Apuntes de Testeo -----	37
Actividad Realizada-----	38
Evidencia Fotográfica de las Actividades-----	41
Análisis de la Información -----	43
Modelo Canvas Proyecto de Turismo Comunitario Sostenible, Marquetalia Caldas-----	44
Sustentación Modelo Canvas -----	45

Canales-----	45
Plan de Mercadeo Proyecto de Emprendimiento Ecoturismo Comunitario Marquetalia-----	52
Atributos y Beneficios del Producto o Servicio a Ofrecer al Mercado desde la Mirada Del Cliente-----	52
La Marca -----	52
Imagen -----	52
Slogan-----	52
Aspecto Diferencial de la Competencia-----	54
¿Por Qué Deberían Elegirlos los Clientes?-----	54
Grupo Objetivo del Proyecto -----	54
Tipo de Segmentación que se Podría Aplicar al Proyecto-----	56
Identificación de la Competencia -----	56
Aliados Clave del Modelo de Negocio del Proyecto de Emprendimiento Social y Acciones de Cooperación -----	57
Prácticas Sostenibles-----	59
Apoyo a la Comunidad Local -----	59
Estrategias de Mercadeo -----	61
Estrategia de Comunicación -----	61
Estrategia de Posicionamiento-----	61
Estrategia de Diferenciación-----	61
Acciones Específicas de Autenticidad y Sostenibilidad -----	62
Autenticidad-----	62
Sostenibilidad -----	62

Prototipos de Los Contenidos a Manejar en Redes Sociales-----	63
Construcción de la Página Web para el Proyecto _____	62
Enlace de la Página Web -----	62
Imágenes Sobre el Contenido de La Página Web. Ecoturismo Comunitario Marquetalia	62
Proyección de los Recursos Operativos y Financieros-----	67
Recursos Operativos -----	67
Gastos de Producción-----	67
Capacidad Instalada-----	67
Disponibilidad Insumos -----	68
Ficha Técnica del Producto -----	68
Descripción de la Maquinaria o Instalaciones Necesarias-----	69
Elementos que se Requieren Para el Funcionamiento del Proyecto -----	69
Proyecciones de Distribución en Planta-----	69
Descripción de los Cargos -----	69
Descripción de Equipos de Oficina-----	70
Procesos Preoperativos -----	70
Localización, Descripción del Ámbito Territorial -----	71
Proyecciones de ventas _____	73
Cálculo de Demanda-----	73
Proyecciones de Ventas (Unidades) -----	73
Precio de Venta -----	75
Punto de Equilibrio -----	75
Proyección de Ingresos -----	76

Descripción Costos Fijos y Costos Variables -----	77
Costos Fijos -----	77
Costos Variables -----	78
Proyecciones Ingresos por Ventas -----	79
Proyecciones De Ingresos por Ventas Año 1 -----	80
Capital de Trabajo -----	81
Saldos Acumulados (En Miles) -----	82
Inversiones -----	83
Inversión Inicial -----	83
Inversión Total -----	83
Fuentes de Capital de Inversión -----	85
Precio Promedio de Servicios Sustitutos o Similares en el Mercado -----	85
Estrategias de Mercadeo Enfocadas al Precio -----	85
Precio Estimado que Estarían Dispuestos a Pagar por los Servicios en el Mercado -----	86
Organigrama. Ecoturismo Comunitario Marquetalia -----	86
Manual de Funciones -----	87
Conclusiones -----	89
Referencias Bibliográficas -----	91

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Matriz de Feedback</i> -----	38
<b>Tabla 2</b> <i>Gastos de producción</i> -----	67
<b>Tabla 3</b> <i>Capacidad instalada</i> -----	68
<b>Tabla 4</b> <i>Descripción de maquinaria y elementos operativos</i> -----	69
<b>Tabla 5</b> <i>Descripción equipos de oficina</i> -----	70
<b>Tabla 6</b> <i>Cálculo de la demanda</i> -----	73
<b>Tabla 7</b> <i>Proyecciones de ventas (unidades)</i> -----	74
<b>Tabla 8</b> <i>Proyecciones de ventas (a tres años )</i> -----	75
<b>Tabla 9</b> <i>Punto de equilibrio</i> -----	76
<b>Tabla 10</b> <i>proyección de ingresos a tres años</i> -----	77
<b>Tabla 11</b> <i>Costos fijos</i> -----	78
<b>Tabla 12</b> <i>Costos variables</i> -----	79
<b>Tabla 13</b> <i>Proyecciones ingresos por ventas</i> -----	79
<b>Tabla 14</b> <i>Proyecciones de ingresos por ventas año 1</i> -----	80
<b>Tabla 15</b> <i>Flujo de caja mensual</i> -----	81
<b>Tabla 16</b> <i>Saldos acumulados (en miles)</i> -----	82
<b>Tabla 17</b> <i>Conceptos de inversión</i> -----	83
<b>Tabla 18</b> <i>Inversion total</i> -----	84
<b>Tabla 19</b> <i>Manual de funciones</i> -----	88

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Convocatoria construcción plan municipal de desarrollo</i> -----	28
<b>Figura 2</b> <i>Mesa de participación elaboración plan de desarrollo</i> -----	29
<b>Figura 3</b> <i>Mapa de actores</i> -----	30
<b>Figura 4</b> <i>Mapa mental</i> -----	32
<b>Figura 5</b> <i>Poster recorrido por Marquetalia</i> -----	36
<b>Figura 6</b> <i>Paquete turístico</i> -----	41
<b>Figura 7</b> <i>Paquete turístico</i> -----	41
<b>Figura 8</b> <i>Paquete turístico</i> -----	42
<b>Figura 9</b> <i>Paquete turístico</i> -----	42
<b>Figura 10</b> <i>Imagen comercial</i> -----	52
<b>Figura 11</b> <i>Prototipos servicios</i> -----	62
<b>Figura 12</b> <i>Evidencia página web</i> -----	62
<b>Figura 13</b> <i>Evidencia página web</i> -----	63
<b>Figura 14</b> <i>Evidencia página web</i> -----	63
<b>Figura 15</b> <i>Evidencia página web</i> -----	64
<b>Figura 16</b> <i>Evidencia página web</i> -----	64
<b>Figura 17</b> <i>Evidencia página web</i> -----	65
<b>Figura 18</b> <i>Evidencia página web</i> -----	65
<b>Figura 19</b> <i>Evidencia página web</i> -----	66

## Introducción

El presente documento se centra en el proyecto de emprendimiento social de Ecoturismo Comunitario Marquetalia. El objetivo principal de este proyecto es promover el turismo sostenible en el municipio de Marquetalia, Caldas, mediante el proyecto de emprendimiento social Ecoturismo Comunitario Marquetalia, aprovechando las oportunidades identificadas en el territorio. Así pues, el proyecto se sustenta en las fases de identificación de la problemática u oportunidad, la innovación social, el modelo de negocio, las estrategias de mercadeo y las proyecciones operativas y financieras del proyecto, explicadas de la siguiente manera

La identificación de la problemática u oportunidad que se aborda en este proyecto radica en la necesidad de impulsar el desarrollo económico de Marquetalia, caracterizado por su rica biodiversidad, pero también por sus desafíos socioeconómicos, con una población afectada por esta problemática que incluye a los habitantes locales, los cuales se beneficiarán de las oportunidades de empleo y desarrollo que ofrece el ecoturismo. En cuanto a la innovación social, este proyecto se basa en las fases de Design Thinking para desarrollar soluciones creativas y centradas en el usuario, donde, a través de la empatía, la definición, la ideación, el prototipado y las pruebas, buscamos generar un impacto social positivo en la comunidad de Marquetalia. Posteriormente, el modelo de negocio se sustenta en la propuesta de valor del ecoturismo comunitario, aplicando el modelo Canvas, por medio de la identificación y análisis de los segmentos de clientes, las relaciones con los clientes, los canales, las actividades clave, los recursos clave, los socios clave, la estructura de costos y las fuentes de ingresos. A continuación, se describen en detalle las estrategias de mercadeo, incluyendo cada elemento de la gestión del marketing y una propuesta de estrategias de mercadeo ajustadas al proyecto de emprendimiento social. Luego, se presentan las proyecciones operativas y financieras, así como la evaluación

financiera del proyecto, manifestando su importancia para garantizar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto a largo plazo. Finalmente, se presentan las conclusiones del documento, que resumen los hallazgos y resultados clave del proyecto, proporcionando una visión clara del impacto y el valor del proyecto de ecoturismo comunitario Marquetalia.

### **Justificación**

El proyecto Ecoturismo Comunitario Marquetalia surge como respuesta a la necesidad de impulsar el desarrollo económico de Marquetalia, un municipio con una rica biodiversidad, pero también con desafíos socioeconómicos. El ecoturismo se presenta como una oportunidad para generar empleo y desarrollo para los habitantes locales. Por lo tanto, se presenta como una solución viable y sostenible para impulsar el desarrollo del municipio de Marquetalia, generando un impacto social positivo y promoviendo el turismo sostenible.

## **Objetivos del Proyecto de Emprendimiento**

### **Objetivo General**

Promover el turismo sostenible en el municipio de Marquetalia, Caldas, mediante el proyecto de emprendimiento social Ecoturismo Comunitario Marquetalia, aprovechando las oportunidades identificadas en el territorio.

### **Objetivos Específicos**

Analizar las oportunidades y posibilidades que brindan las iniciativas empresariales en el contexto del proyecto social Ecoturismo Comunitario Marquetalia.

Desarrollar el valor social y el modelo de negocios para el proyecto de emprendimiento Ecoturismo Comunitario Marquetalia

Generar una propuesta de valor y el modelo Canvas para el proyecto de emprendimiento Ecoturismo Comunitario Marquetalia

Establecer las estrategias de mercadeo para el proyecto de emprendimiento Ecoturismo Comunitario Marquetalia

Detallar la planificación operativa y financiera del proyecto de emprendimiento Ecoturismo Comunitario Marquetalia

## **Formulación del Proyecto de Emprendimiento**

### **Contexto Donde se Identificó la Problemática u Oportunidad**

Marquetalia, un municipio colombiano ubicado en el oriente de Caldas, es un encanto rural de paisajes montañosos, cafetales y un rico patrimonio cultural. Marquetalia ofrece una experiencia auténtica de descanso, alejada del bullicio turístico tradicional. Aquí, existe una oportunidad latente.

El Ecoturismo Comunitario. Este modelo de turismo empodera a los pequeños productores y artesanos locales, generando una cadena de valor que beneficia directamente a la comunidad, aprovechando las bondades del territorio, se puede ofrecer todo un servicio turístico, desde el alojamiento en casas típicas acondicionadas para brindar comodidad, degustar las delicias gastronómicas preparadas con ingredientes locales, o aprender sobre la ancestral tradición cafetera, panelera, entre otras, de la mano de productores orgullosos de su herencia.

El turismo comunitario en Marquetalia permitirá contribuir a un impacto positivo en la economía local, generando ingresos sostenibles para las familias y preservando las tradiciones ancestrales.

### **Identificación de la Oportunidad**

Esta oportunidad de emprendimiento se identificó a partir de charlas con la comunidad marquetona que presta servicios de restaurante, hotelería guías y artesanías, donde se evidencio que, si bien de manera individual cada productor tiene unos ingresos económicos, se pueden incrementar si se trabajan de manera mancomunada. Así mismo el plan departamental de desarrollo de Caldas y el plan de desarrollo municipal de Marquetalia han identificado el potencial turístico que tiene Marquetalia y sus municipios vecinos.

## **Descripción del Proyecto de Emprendimiento Relacionando las Fuentes de Ingresos que Permitan que Sea Autosostenible**

Ecoturismo Comunitario Marquetalia es un proyecto innovador que empodera a las comunidades locales del municipio de Marquetalia, Caldas, a través del turismo sostenible. Ofreciendo a los visitantes una experiencia única de inmersión en la cultura cafetera, la naturaleza exuberante y la calidez de la gente, mientras contribuimos al desarrollo social y económico de la región.

Así pues, cada miembro de la comunidad ecoturísticas ofrece sus servicios de manera individual, pero que, al combinarlos, se crean paquetes turísticos integrales que satisfagan las necesidades de los turistas y visitantes.

### **Recursos con los que Cuenta el Municipio**

El municipio de Marquetalia cuenta con gran riqueza natural, cultural y religiosa, lo cual permite el desarrollo del turismo cultural enfocado en las costumbres cafeteras, así como el turismo de naturaleza, resaltando el patrimonio natural como sus ríos, montañas y reservas naturales. Por otra parte, la gran variedad de restaurantes permite a los turistas disfrutar del turismo gastronómico. Por último, los centros recreacionales permiten un turismo enfocado en el deporte y la recreación.

Al contar con gran variedad, esta cadena de turismo comunitario va enfocada a todas las personas que deseen disfrutar de las riquezas naturales, culturales, religiosas, ancestrales en el oriente de Caldas, permitiendo que todas las personas indiferentes de su edad o limitaciones cuenten con actividades para disfrutar en el municipio.

## **Actividades Propuestas**

Talleres de artesanía local.

Experiencias cafeteras incluyendo recorrido por los cultivos, recolección, selección beneficio y preparación del café.

Experiencia gastronomía.

Senderismo.

Visitas a cascadas y ríos.

Recreación y deporte.

Centros recreacionales.

Recorridos a museos.

Historia de los indígenas marketá.

Avistamiento de aves.

Impacto positivo a nivel social y comunitario.

## **Impacto Social, Económico y Cultural**

### ***Empoderamiento***

Fortalecimiento de las capacidades y el liderazgo de las comunidades locales para gestionar el proyecto de manera autónoma.

### ***Desarrollo Económico***

Generación de ingresos directos e indirectos para las familias participantes, impulsando la economía local.

### ***Valor Social***

Preservación de la cultura y las tradiciones locales, fortaleciendo el tejido social y la identidad de la comunidad.

### ***Conservación Ambiental***

Promoción de prácticas turísticas sostenibles que protegen el medio ambiente y la biodiversidad de la región.

### **Integrantes de la Comunidad Ecoturística de Marquetalia Caldas**

El equipo de turismo comunitario será una cadena de prestadores de servicios y productos que complementen todo el proceso de turismo relacionado con las actividades cafeteras, paneleras, alojamiento, alimentación, guía local y artesanías, específicamente serán los siguientes prestadores,

Restaurantes

Hoteles, casas campestres y alojamiento rural,

Guías locales

Asociación de artesanos del municipio de Marquetalia.

Agencias de turismo locales.

### **Empoderamiento de la Región**

A medida que el proyecto avance y tome fuerza se buscará involucrar a prestadores de servicios turísticos de los municipios vecinos como los son la Victoria, Manzanares, Pensilvania Marulanda. Esto con el fin de generar una cadena de valor cada vez más grande la cual permita ofrecer diferentes tipos de turismo desde lo religioso, hasta los deportes más extremos, de esta manera se generará un modelo de vida autosostenible para la región, permitiendo generar ingresos económicos para sus comunidades y siendo amigables con el medio ambiente.

La manera de involucrar a los prestadores de servicios turísticos de los municipios vecinos se dará de manera gradual, iniciando por la identificación de estos prestadores, así como las particularidades de cada municipio, de esta manera se busca ofrecer paquetes regionales, con

el fin de que los visitantes no solo visiten un municipio, sino que puedan conocer todo el oriente de caldas.

También, se debe realizar un diagnóstico sobre la capacidad de los municipios con respecto a sus recursos naturales, con el fin de ser amigables con el medio ambiente y garantizar que no haya una sobre explotación turística como se ha evidenciado en otros lugares de Colombia.

### **Sustentar la Innovación Social**

Este modelo busca empoderar a los pequeños productores del municipio, integrándolos a la cadena de valor turística, es decir se creará una gran bolsa de los servicios turísticos que presta cada uno de los miembros de la comunidad turística, posteriormente por medio de los canales de ventas de la comunidad se les permitirá a los turistas crear paquetes a su gusto y medida, ahorrándoles tiempo y dinero de la búsqueda de actividades en el municipio. Este método funcionará como una vitrina comercial para que los pequeños productores que no cuentan con la capacidad financiera y técnica para realizar marketing tengan la posibilidad de darse a conocer y de esta manera se puedan generar beneficios económicos, sociales y culturales para la comunidad.

Igualmente, Se crearán oportunidades para que los pequeños productores locales oferten sus productos y servicios en redes sociales con el fin de que lleguen directamente a los turistas, permitiéndoles generar ingresos adicionales y fortalecer su economía, Adicional de los ingresos económicos, se busca fortalecer el tejido social, la cultura local y el medio ambiente. Asimismo, con ayuda de las tecnologías de la información y comunicación, se busca promover el crecimiento sostenible del sector., además de, proteger el invaluable patrimonio natural y cultural del país, generando beneficios tangibles para las comunidades locales.

## **Medición del Impacto Económico y Social**

El proyecto Ecoturismo Comunitario Marquetalia busca generar un impacto positivo en el municipio de Marquetalia, Caldas, tanto en lo económico como en lo social. Para medir este impacto, se utilizarán una serie de indicadores específicos, divididos en dos categorías.

### **Impacto Económico**

Aumento en los ingresos de las familias participantes en el proyecto.

Crecimiento en las ventas de productos y servicios locales a los turistas.

Mayor generación de empleos en el sector turístico.

Aumento en la inversión pública y privada en el sector turístico del municipio.

Desarrollo de nueva infraestructura turística.

Fortalecimiento de las capacidades locales para la gestión del turismo.

Aumento en la recaudación de impuestos por parte del municipio

### **Impacto Social**

Mejora en la calidad de vida de las familias participantes en el proyecto.

Mayor acceso a servicios básicos como educación, salud y vivienda.

Disminución de la pobreza y la desigualdad.

Fortalecimiento de la organización y participación comunitaria.

Mayor empoderamiento de las comunidades locales en la toma de decisiones.

Preservación de la cultura y tradiciones locales.

Mayor conciencia ambiental entre la población local.

Promoción de valores como la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Capacitación en temas relacionados con el turismo sostenible.

## **Metodología**

Para recopilar la información necesaria para medir estos indicadores, se utilizarán una serie de herramientas, como.

Encuestas. Se realizarán encuestas a las familias participantes en el proyecto, a los turistas que visitan el municipio y a la población local en general.

Entrevistas. Se realizarán entrevistas a líderes comunitarios, autoridades locales y otros actores relevantes.

Análisis de datos. Se analizarán datos estadísticos sobre el sector turístico del municipio, como el número de visitantes, la ocupación hotelera y el gasto promedio de los turistas.

Es de aclarar que la medición del impacto económico y social se debe realizar de forma continua y sistemática, involucrando a todos los actores relevantes en el proceso de medición del impacto especialmente a las entidades estatales quienes son los responsables de la regulación y administración de los recursos públicos. Por último, Los resultados de la medición del impacto deben ser utilizados para mejorar el proyecto y asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

### **Fuente de Ingresos del Proyecto**

La principal fuente de ingresos serán los valores por los productos o servicios que paguen los clientes a cada uno de los prestadores de bienes y servicios, así mismo cada prestador aportará una cuota mensual destinada al manejo administración y publicidad de la comunidad turística.

Tarifas de alojamiento y experiencias. Los visitantes pagan por las diferentes experiencias y servicios que ofrece el proyecto.

Venta de productos locales. Artesanías, productos agrícolas y souvenirs elaborados por la comunidad.

Aporte de entidades públicas y privadas. Alianzas con entidades que apoyan el desarrollo comunitario y el turismo sostenible.

Así mismo, la comunidad cuenta con la oportunidad para ofrecer los siguientes servicios.

Alojamiento. Familias anfitrionas ofrecen hospedaje en sus hogares tradicionales, brindando una experiencia auténtica y cercana a la cultura local.

Guías locales. Los habitantes de la región se convierten en guías expertos, compartiendo sus conocimientos sobre la historia, la naturaleza y las tradiciones de Marquetalia.

Alimentación. Restaurantes locales y puestos de comida ofrecen platos típicos elaborados con productos frescos y de la región.

## **Principales Beneficios y Mejoras que Aportará su Puesta en Marcha**

### **Beneficios**

Ingresos sostenibles. Los pequeños productores y artesanos podrán vender sus productos y servicios directamente a los turistas, generando ingresos adicionales para sus familias.

Desarrollo de capacidades. fortalecimiento de habilidades de la comunidad.

Preservación cultural. El turismo comunitario ayudará a preservar las tradiciones y el patrimonio cultural de Marquetalia, y de Caldas.

Mejora de la calidad de vida. El aumento de ingresos y la mejora de las capacidades de la comunidad contribuirán a mejorar la calidad de vida en general

Desarrollo sostenible. El modelo se basa en la sostenibilidad ambiental, social y económica.

Equidad social. Se promoverá la participación equitativa de todos los miembros de la comunidad en los beneficios del turismo

### **Aportes al Cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles**

El turismo comunitario genera oportunidades de empleo para los habitantes de Marquetalia, especialmente para los pequeños productores y artesanos. Esto permite mejorar sus ingresos y condiciones de vida, contribuyendo al ODS 1, reducción de la pobreza

El Objetivo de desarrollo sostenible 8 pretende fomentar el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente, es decir que al generar un proyecto de emprendimiento de turismo comunitario se está buscando dignificar los ingresos de los pequeños productores del municipio, así como los artesanos y prestadores del servicio de turismo.

De otro modo, ODS 11 ciudades y comunidades sostenibles tiene como objetivo lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, resilientes, y sostenibles. Por lo

que la generación de valor económico y social en municipio permite aportar al desarrollo sostenible nacional.

El ODS 12 pretende garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, por lo que es importante tener un turismo comunitario responsable que vele por la preservación del patrimonio natural.

Por último, este proyecto busca por medio del ODS 17 generar alianzas con la entidad públicas para generar oportunidades para la sociedad.

## Consolidación de la Innovación Social

### Empatía. Mapa de Actores o Mapa de Stakeholders

#### *Definición y Posicionamiento de los Actores en el Diagrama*

**Clientes.** Visitantes y turistas. Personas que llegan a Marquetalia para explorar su belleza natural, aprender sobre su historia y sumergirse en la cultura local.

Instituciones Educativas. que estén interesados en conocer la historia y cultura y costumbres de Marquetalia y la región

**Proveedores y Accionistas.** Restaurantes locales, hoteles, casas campestres y alojamiento rural.

Guías Locales Certificados por Instituciones de Educación como El SENA. Estos guías obtienen su certificado al presentar una documentación previa en la que demuestran un manejo adecuado de los temas a tratar en los tours, así como el manejo del personal

Asociación de Artesanos del Municipio de Marquetalia. Se caracterizan por la fabricación de productos derivados del fique. Además de la elaboración de bebidas a base de café, panela o frutas como vinos, roncs. También se cuentan con emprendimientos gastronómicos, textiles, accesorios, repostería,

Agencias de Turismo Locales. Estas agencias tienen un papel importante al momento de promocionar los servicios ofrecidos por los demás prestadores de la cadena de valor turístico, generando confiabilidad y seguridad en los visitantes.

**Entidades Públicas Y Privadas.** Organizaciones No Gubernamentales (ONG). ONG dedicadas a la conservación del medio ambiente y la promoción del turismo sostenible en la región.

Autoridades Locales. La Alcaldía de Marquetalia, que apoya iniciativas turísticas y promueve el desarrollo sostenible, la formalización laboral, y la capacitación de sus emprendedores

El Concejo Municipal. Establece políticas y reglamentaciones relacionadas con el turismo.

Autoridades departamentales. creación de políticas enfocadas en el cuidado del ambiente  
Cámara de Comercio de la Dorada por Caldas. acompañamiento en la formalización laboral y capacitación a los empresarios y emprendedores

Competencia. empresas prestadoras de servicios turísticos en el oriente del departamento de caldas

**Otros Grupos.** Medios de Comunicación. Periódicos locales, estaciones de radio y blogs que difunden información sobre Marquetalia y sus atractivos.

Durante el desarrollo de esta etapa se pudo participar en una de las mesas para la elaboración del plan de desarrollo municipal de Marquetalia caldas enfocada en el turismo sostenible, realizada el día 7 de marzo de 2024, en la cual se contó con la participación de los prestadores de servicios turísticos ubicados en el municipio. Asimismo, se pudo conocer de manera precisa las perspectivas y experiencias de cada uno de los prestadores de servicios turísticos

**Figura 1**

*Convocatoria construcción plan municipal de desarrollo*


 Gobierno de Marquetalia


 100 Años de Marquetalia

Te invitamos a la construcción del  
**Plan de Desarrollo Municipal**

Juntos estamos construyendo el Plan de desarrollo Territorial para que Marquetalia siga avanzando.

Ustedes son de vital importancia para el Gobierno de Marquetalia,  
 por esto queremos que nos ayuden a formular este importante plan para nuestro municipio.

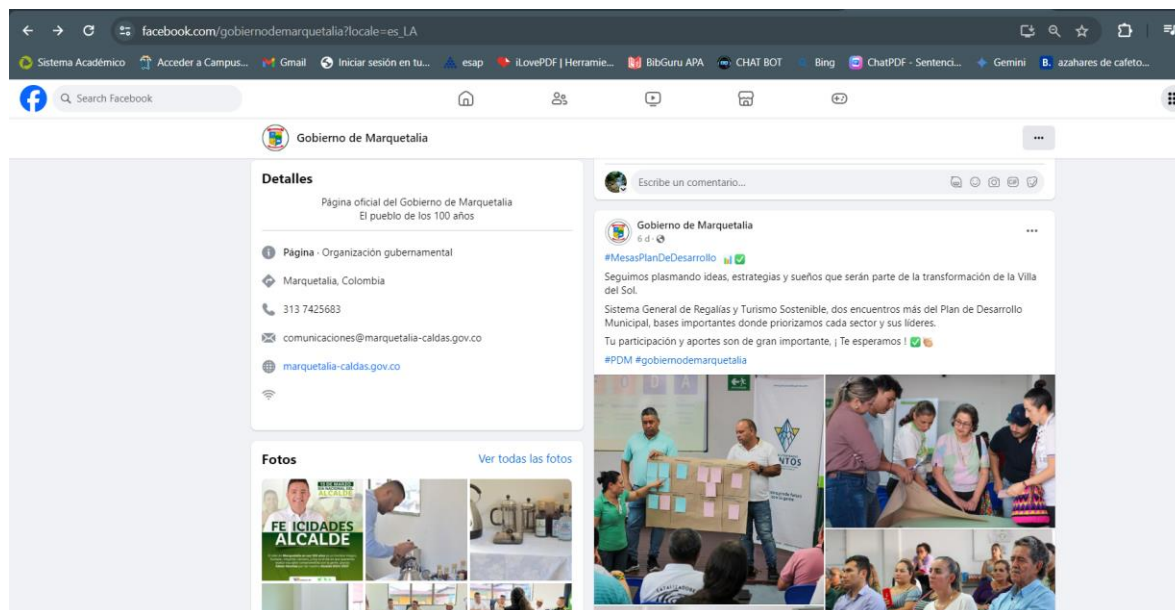
**PRESTADORES, HOTELES,  
 TRANSPORTE, MOTOCARROS, RESTAURANTES**  
 TURISMO SOSTENIBLE

Nos vemos en el  
 Auditorio del centro de convivencia ciudadana

Miércoles **6 DE MARZO** | **2:00 pm**

[www.marquetalia-caldas.gov.co](http://www.marquetalia-caldas.gov.co)

*Fuente* Alcaldía de Marquetalia.

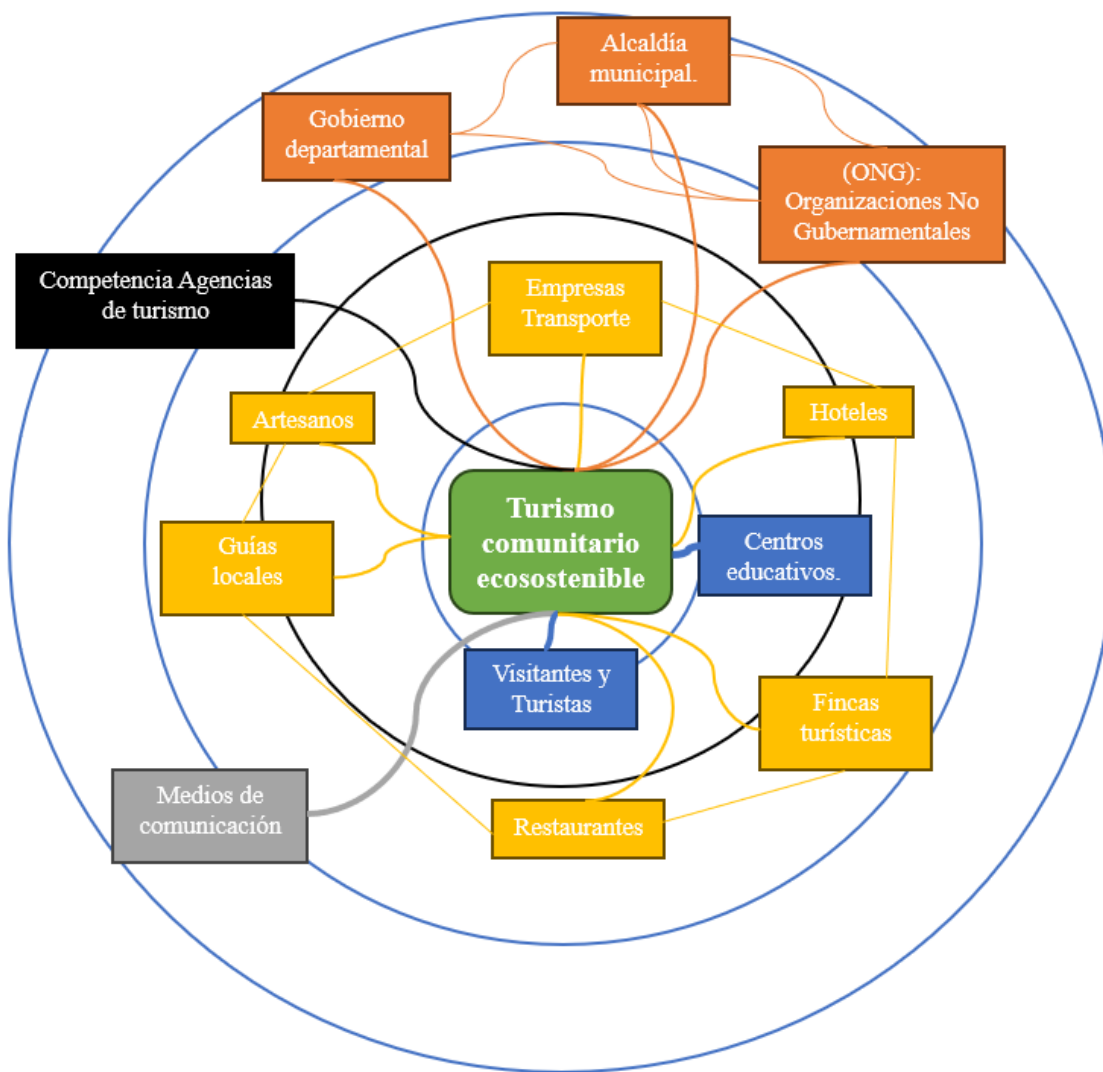
**Figura 2***Mesa de participación elaboración plan de desarrollo*

*Fuente.* Alcaldía de Marquetalia.

## Mapa De Actores o Mapa de Stakeholders

**Figura 3**

*Mapa de actores*



*Fuente.* Elaboración propia.

**Definición. Mapa Mental**

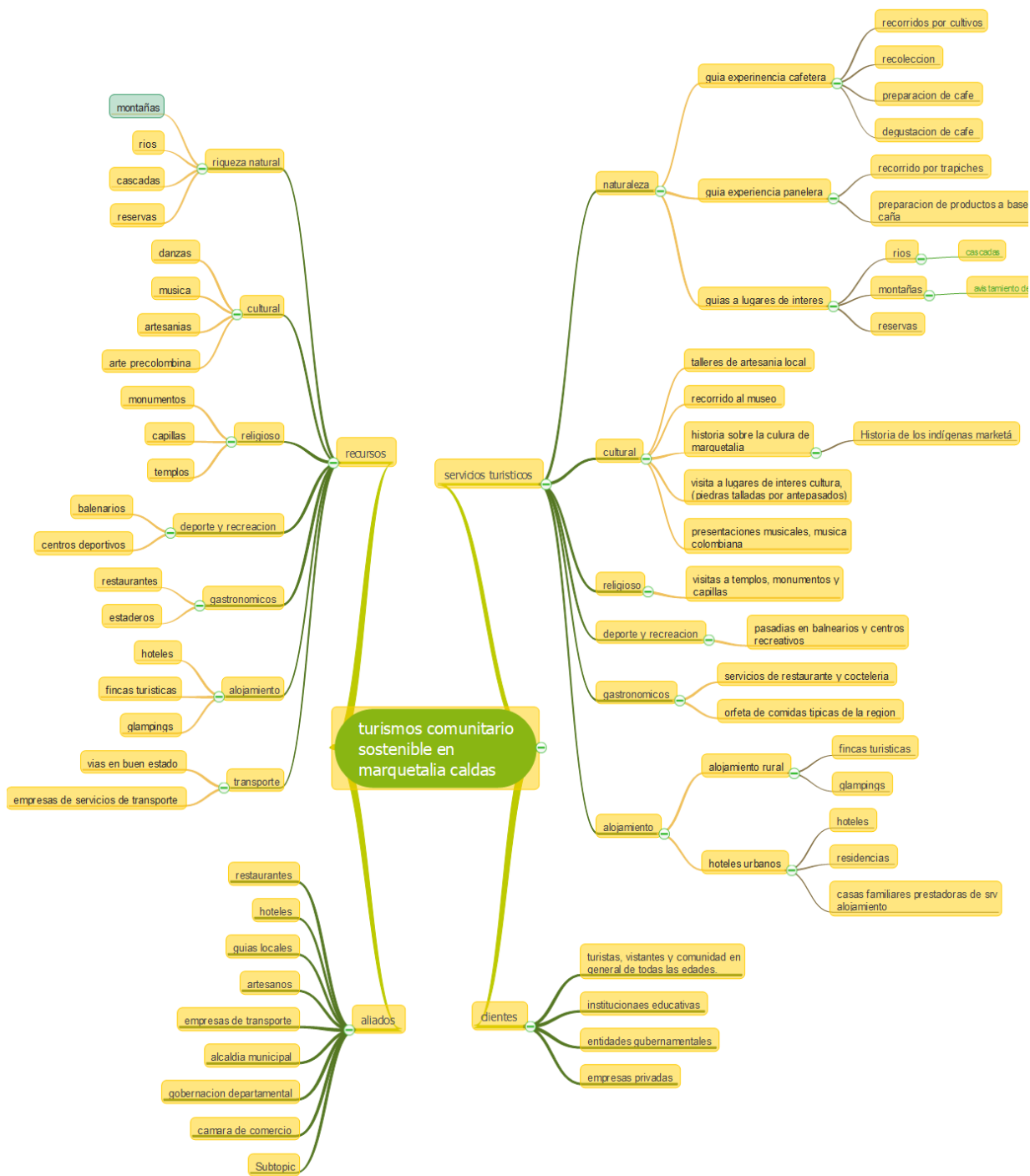
El objetivo de esta etapa es Analizar la información recopilada en la fase de empatía para identificar los problemas que se deben solucionar para obtener un resultado innovador.

En este caso se utilizará un Mapa mental con el fin de Representar gráficamente las ideas más importantes. Sobre el emprendimiento social que llevamos a cabo en el municipio de Marquetalia caldas.

En esta etapa se identificó la necesidad de investigar más a fondo acerca de los servicios específicos que prestan cada uno de los miembros de la comunidad de turismo sostenible en Marquetalia Caldas. Así mismo, se ve la necesidad de acercamientos con entidades gubernamentales para trabajar de manera mancomunada en el desarrollo de un turismo sostenible en el municipio.

Figura 4

Mapa mental



Fuente. Elaboración propia.

## **Ideación. Matriz FODA**

es una herramienta de análisis estratégico que nos permite evaluar una situación desde una perspectiva interna y externa. Se realiza a partir del análisis de la situación actual del proyecto de turismo comunitario en Marquetalia Caldas

### ***Fortalezas***

Son las circunstancias internas o recursos positivos que pueden favorecer el logro de los objetivos del proyecto. A diferencia de las debilidades, las fortalezas son aspectos positivos que están bajo el control de la organización o proyecto

**Comunidad Comprometida.** La participación de la comunidad local es fundamental para el éxito del turismo comunitario.

**Productos Artesanales.** La producción y venta de artesanías locales pueden generar ingresos adicionales.

**Gastronomía Típica.** Los restaurantes que ofrecen comida tradicional pueden atraer a los visitantes.

### ***Oportunidades***

Se refiere a las circunstancias externas o factores positivos que pueden favorecer el éxito del proyecto. Estas oportunidades están fuera del control directo de la organización o proyecto, pero pueden ser aprovechadas para beneficio propio

**Riqueza Cultural.** Marquetalia tiene una rica herencia cultural y tradiciones auténticas que pueden atraer a los turistas.

**Naturaleza Exuberante.** La belleza natural, como los bosques, ríos y montañas, puede ser un gran atractivo.

**Turismo de Aventura.** Explorar senderos, avistamiento de aves y actividades al aire libre pueden ser oportunidades emocionantes.

### ***Debilidades***

representan factores internos que pueden dificultar el logro de los objetivos del proyecto. Estos aspectos negativos están bajo el control de la organización o proyecto y pueden actuar como barreras o desventajas.

**Infraestructura Limitada.** Es posible que la infraestructura turística actual no esté completamente desarrollada para recibir gran cantidad de turistas.

Falta de promoción. La falta de publicidad y promoción puede dificultar la atracción de turistas.

**Acceso Limitado.** Si las vías de acceso son deficientes, podría afectar la llegada de visitantes.

**Certificaciones.** algunos artesanos y guías aun no cuentan con su debida certificación

**Formalización.** algunos establecimientos no están debidamente formalizados en la cámara de comercio.

### ***Amenazas***

representan factores externos que pueden actuar como barreras o desventajas frente al logro de los objetivos del proyecto. Estas circunstancias están fuera del control directo de la organización o proyecto.

**Competencia de Destinos Cercanos.** Otros lugares turísticos en la región pueden competir por la atención de los viajeros. Si Marquetalia no se destaca lo suficiente, podría perder visitantes ante destinos cercanos más populares.

**Impacto Ambiental.** El turismo debe gestionarse cuidadosamente para evitar daños al medio ambiente. Si no se implementan prácticas sostenibles, como la gestión de residuos y la conservación de la naturaleza, podría afectar negativamente la reputación del proyecto.

**Estacionalidad.** Dependencia de temporadas turísticas puede ser una amenaza. Si el turismo está concentrado en ciertas épocas del año, la sostenibilidad económica podría verse afectada durante los períodos de menor afluencia.

**Sanciones Económicas.** las autoridades locales y nacionales pueden sancionar a los prestadores de servicios turísticos que no están formalizados.

## Prototipado. Poster

La actividad de póster es una herramienta flexible que puede adaptarse a las necesidades específicas de cada proyecto. Por lo tanto, es permite trabajar de forma creativa y efectiva para obtener el máximo provecho de ella en la etapa de prototipado.

El objetivo es convertir ideas abstractas en representaciones tangibles y visuales, así pues, se presenta una de las variadas ofertas de servicios y productos que se ofertan en la comunidad de turismos sostenible de Marquetalia Caldas.

En esta ocasión se elabora un poster con la oferta de un recorrido turístico por lugares tradicionales del municipio, en el cual incluye a diferentes prestadores como son los guías locales, fincas hoteleras, restaurantes rurales, y fincas prestadoras de experiencias vivenciales

### Figura 5

#### *Poster recorrido por Marquetalia*



*Fuente.* Elaboración propia.

## **Testeo. Apuntes de Testeo**

La técnica Apuntes de Testeo, también conocida como Matriz de Feedback, permite registrar las reacciones y comentarios de los usuarios durante las pruebas de usabilidad o testeo de prototipos.

### ***Matriz con Cuatro Cuadrantes***

**Positivo.** Se registran las opiniones positivas sobre la prestación de los servicios turísticos, incluyendo aspectos que les gustaron y por qué.

**Críticas constructivas.** Se anotan las sugerencias de mejora para la comunidad, con comentarios específicos sobre lo que no funciona o puede mejorarse.

**Preguntas.** Se recopilan las dudas e interrogantes que tuvieron los clientes potenciales, estas surgen durante el testeo, para su posterior análisis y respuesta.

**Ideas.** Se apuntan las nuevas ideas o soluciones que se proponen a partir de la interacción con los usuarios sobre los servicios turísticos ofrecidos por la comunidad de turismo de Marquetalia caldas.

Dentro de las ventajas de esta técnica están que permite organizar y analizar de forma eficiente el feedback de los usuarios, facilita la identificación de patrones y tendencias en las opiniones, ayuda a tomar decisiones informadas sobre el diseño y desarrollo de la solución, y, por último, promueve la participación de los usuarios en el proceso de innovación.

## Actividad Realizada

Para este ejercicio se contó con la participación de un grupo de personas del municipio de Marquetalia Caldas, la cuales pertenecen al equipo de catedra catalizadores. Este grupo, está enfocado en la recuperación de la memoria histórica del municipio de Marquetalia. Ellos nos acompañaron durante dos días, disfrutando y evaluando uno de los paquetes ofrecidos por la comunidad de turismo, en el cuales pudieron complacerse de algunos de los servicios prestados. Como lo fueron el senderismo, visita a lugares religiosos, avistamientos de aves, visitas a algunas fincas hoteleras, alimentación tradicional de la región y la experiencia vivencial del café.

Después de realizada las actividades del paquete turístico, se aprovechó el espacio para realizar la etapa de testeo, obteniendo los siguientes resultados

Fecha 12 y 13 de marzo de 2024.

Lugar Marquetalia Caldas.

Objetivo. Evaluar la experiencia de los turistas que adquirieron los servicios de la comunidad de turismo sostenible de Marquetalia caldas.

**Tabla 1**

### *Matriz de Feedback*

Aspecto	Positivo	Críticas constructivas	Preguntas	Ideas
Paquetes de caminatas	Rutas bien señalizadas. Guías conocedores de la zona. Diferentes niveles de dificultad para elegir.	Algunos senderos podrían estar mejor mantenidos. Falta información sobre la flora y fauna en las rutas.	¿Se podrían ofrecer rutas más largas y desafiantes? ¿Cómo se podría mejorar la información sobre la flora y fauna?	Implementar un sistema de clasificación de las rutas por dificultad. Ofrecer guías

				especializados en flora y fauna.
Guías	Amables y serviciales. Apasionados por la naturaleza y la cultura local. Conocen la historia y las tradiciones de la región.	Algunos guías podrían hablar más idiomas. En ocasiones, la información proporcionada es un poco desorganizada.	¿Se podrían ofrecer tours en diferentes idiomas? ¿Cómo se podría mejorar la organización de la información que proporcionan los guías?	Ofrecer cursos de idiomas para los guías. Implementar un sistema para que los guías puedan compartir información entre ellos.
Experiencias vivenciales	Talleres de cocina tradicional. Visitas a comunidades locales. Oportunidades para aprender sobre la cultura local.	Algunas experiencias podrían ser más largas. Falta información sobre las diferentes experiencias disponibles.	¿Se podrían ofrecer experiencias más personalizadas? ¿Cómo se podría mejorar la información sobre las experiencias disponibles?	Ofrecer experiencias a la carta, donde el turista pueda elegir las actividades que más le interesen. Crear un catálogo online con información detallada sobre las experiencias disponibles.
Alojamiento	Cabañas acogedoras y confortables. Entorno natural tranquilo y relajante.	Algunas cabañas podrían tener mejor wifi.	¿Se podría mejorar la conexión wifi en las cabañas?	Ofrecer diferentes tipos de alojamiento para diferentes necesidades

	Vistas espectaculares.	Falta de privacidad en algunas cabañas.	¿Cómo se podría mejorar la privacidad en las cabañas?	(familias, parejas, etc.). Implementar medidas para mejorar la privacidad en las cabañas.
Alimentación	Comida deliciosa y fresca. Platos típicos de la región.	Algunas porciones podrían ser más grandes. Falta de variedad en el menú en algunos restaurantes.	¿Se podrían ofrecer porciones más grandes? ¿Cómo se podría mejorar la variedad del menú?	Ofrecer un menú con más opciones vegetarianas y veganas. Incluir platos de otras regiones del país.
Generales	la recopilación por parte de la comunidad para que los usuarios podamos escoger lo que nos gusta es espectacular - la posibilidad de escoger servicios independientes son muy interesantes como la alimentación o el hospedaje	“algunos prestadores de servicios aun no cuentan con la capacidad para manejar gran cantidad de personas los tiempos entre actividades algunas veces se hacen muy largos.	¿Se pueden hacer modificaciones a los planes luego de realizar la reserva? ¿Qué tipos de pago manejan en los diferentes lugares que visitaremos?	“crear una aplicación para móviles que permita a los usuarios armar los planes a su gusto de manera autónoma”. “implementar el alquiler de botas o zapatos óptimos para caminar por el campo y las cascadas”.

*Fuente. Elaboración propia.*

## Evidencia Fotográfica de las Actividades

### Figura 6

*Paquete turístico. comunidad de turismo Marquetalia*



*Fuente. Elaboración propia.*

### Figura 7

*Paquete turístico. comunidad de turismo Marquetalia*



*Fuente. Elaboración propia.*

**Figura 8***Paquete turístico**Fuente. Elaboración propia.***Figura 9***Paquete turístico**Fuente. Elaboración propia.*

### **Análisis de la Información**

En general, la experiencia ha sido muy positiva. La comunidad de turismo sostenible ofrece una amplia variedad de servicios de alta calidad. Los guías son amables y conocedores, las experiencias vivenciales son únicas y el alojamiento es cómodo y acogedor. Sin embargo, hay algunas áreas en las que se podría mejorar, como la información sobre las rutas de senderismo, la organización de la información proporcionada por los guías, la variedad del menú y la privacidad en algunas cabañas.

## Modelo Canvas Proyecto de Turismo Comunitario Sostenible, Marquetalia Caldas

Figura 10

### Modelo Canvas

<p><b>Recursos clave</b>  <b>Infraestructura:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>•Alojamiento rural sostenible.</li> <li>•Restaurante con productos locales.</li> <li>•Equipamiento para actividades.</li> <li>•Centro de interpretación ambiental.</li> <li>•Talleres para actividades.</li> </ul> <b>Recursos Humanos:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>•Guías especializados.</li> <li>•Personal de atención al cliente.</li> <li>•Equipo de gestión con experiencia.</li> </ul> <b>Colaboraciones:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>•Comunidades locales.</li> <li>•Proveedores locales.</li> <li>•ONGs ambientales.</li> </ul> <b>Marketing y promoción:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>•Sitio web informativo.</li> <li>•Redes sociales.</li> <li>•Material promocional.</li> </ul> <b>Financiación:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>•Inversión inicial.</li> <li>•Gestión del flujo de caja.</li> </ul> <b>Certificaciones:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>•Sostenibilidad.</li> <li>•Accesibilidad</li> </ul> </p>	<p><b>Actividades clave</b>  <b>Creación de paquetes turísticos a la medida de los clientes, permitiendo escoger entre:</b>  <b>actividades</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>•Alojamiento en cabañas, posadas y hoteles</li> <li>•Restaurante con gastronomía local y talleres de cocina.</li> <li>•Guianza por senderos, sitios culturales y experiencias cafetaleras.</li> <li>•Talleres de artesanía y productos autóctonos.</li> <li>•Visitas a museos, sitios históricos y avistamiento de aves.</li> <li>•Recorridos a cascadas, ríos, centros recreacionales y deportes.</li> </ul> <b>ofertas personalizadas</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>•Paquetes personalizados para cada segmento de clientes.</li> <li>•Combinación de diferentes actividades según sus intereses.</li> </ul> <b>Propuesta diferencial</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>•Autenticidad de las experiencias, calidad del servicio y compromiso con la sostenibilidad.</li> </ul> <b>beneficios</b> Conexión con la naturaleza, aprendizaje cultural, apoyo a las comunidades y experiencias únicas.</p>	<p><b>2, Propuesta de valor</b>  <b>•Familias:</b> actividades interactivas, aprendizaje, entretenimiento.  <b>•Parejas:</b> experiencias románticas, aventuras emocionantes, espacios íntimos.  <b>•Grupos:</b> experiencias divertidas, eventos especiales, espacios para compartir.  <b>•Personas mayores:</b> actividades de bajo impacto, relax, atención personalizada.  <b>•Personas con discapacidad:</b> accesibilidad, actividades inclusivas, atención personalizada.</p>	<p><b>Relaciones con el cliente</b>  <b>Amantes de la naturaleza:</b> Personal, comunicación clara, confianza y seguridad.  <b>Turistas culturales:</b> Auténtica, aprendizaje significativo y personalizada.  <b>Viajeros responsables:</b> Sostenible, transparente y conexión con la comunidad.  <b>Aventura y deporte:</b> Emoción, seguridad y profesionalismo, espíritu de equipo.  <b>Gastrónomos:</b> Sabores únicos, conocimiento culinario y alta calidad.  <b>Familias:</b> Interactivas, ambiente seguro y familiar, flexibilidad y adaptabilidad.  <b>Parejas:</b> Romance y aventura, momentos íntimos y atención personalizada.  <b>Grupos:</b> Diversión, cohesión, flexibilidad y personalización, comunicación eficiente.  <b>Personas mayores:</b> Bajo impacto, seguridad y acompañamiento, ambiente tranquilo y acogedor.  <b>Personas con discapacidad:</b> Accesibilidad universal, atención personalizada y comunicación clara.</p> <p><b>Canales</b></p> <table border="0"> <tr> <td><b>Online:</b></td> <td><b>Offline:</b></td> </tr> <tr> <td>•Sitio web</td> <td>•Ferias de turismo</td> </tr> <tr> <td>•Redes sociales</td> <td>•Agencias de viajes</td> </tr> <tr> <td>•Marketing de influencers</td> <td>•Acuerdos con empresas</td> </tr> <tr> <td>•Publicidad online</td> <td>•Eventos y talleres</td> </tr> <tr> <td>•Correo electrónico</td> <td>•Colaboración con comunidades locales</td> </tr> </table>	<b>Online:</b>	<b>Offline:</b>	•Sitio web	•Ferias de turismo	•Redes sociales	•Agencias de viajes	•Marketing de influencers	•Acuerdos con empresas	•Publicidad online	•Eventos y talleres	•Correo electrónico	•Colaboración con comunidades locales	<p><b>1, Segmento de Clientes</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>•Personas que buscan conexión con la naturaleza y actividades al aire libre.</li> <li>•Personas interesadas en la historia local, los museos y la cultura indígena.</li> <li>•Personas comprometidas con la sostenibilidad y el apoyo a las comunidades locales.</li> <li>•Personas que buscan experiencias desafiantes y actividades de aventura. Personas que buscan experiencias culinarias únicas y auténticas.</li> <li>•Familias con niños que buscan actividades interactivas y educativas.</li> <li>•Parejas que buscan un escape romántico y experiencias emocionantes.</li> <li>•Grupos de amigos, empresas y estudiantes que buscan experiencias divertidas y memorables.</li> <li>•Personas mayores que buscan actividades de bajo impacto y relajantes.</li> <li>•Personas con discapacidad que buscan un lugar accesible e inclusivo.</li> </ul> </p>
<b>Online:</b>	<b>Offline:</b>															
•Sitio web	•Ferias de turismo															
•Redes sociales	•Agencias de viajes															
•Marketing de influencers	•Acuerdos con empresas															
•Publicidad online	•Eventos y talleres															
•Correo electrónico	•Colaboración con comunidades locales															
<p><b>Fuente de ingresos</b>  <b>Comisiones por ventas de:</b>  <b>Alojamiento:</b> Cabañas, camping, casas locales.  <b>Restaurante:</b> Menús locales, clases de cocina, degustaciones.  <b>Experiencias:</b> Guianza, talleres, café, senderismo, museos, aves.  <b>Paquetes:</b> Combinar alojamiento, alimentación y actividades.  <b>Tienda:</b> Souvenirs, artesanías, productos locales  <b>Tarifas diferenciadas:</b> Precios competitivos, descuentos.  <b>nuestros clientes están dispuestos a pagar por experiencias únicas e inolvidables que les permitan conectar con la naturaleza, aprender sobre la cultura local, apoyar a la comunidad y disfrutar de momentos especiales con sus seres queridos.</b></p>		<p><b>Estructura de costes</b>  <b>Personal:</b> Guías, cocineros, administradores, monitores.  <b>Infraestructura:</b> Alojamientos, restaurantes, senderos, museos.  <b>Operaciones:</b> Alimentos, transporte, materiales, seguridad.  <b>Marketing:</b> Página web, redes sociales, publicidad.  <b>Sostenibilidad:</b> Prácticas verdes, apoyo a la comunidad, conservación.  <b>Otros:</b> Seguros, alquileres, administración, imprevistos.</p>														

Fuente. Elaboración propia

## **Sustentación Modelo Canvas**

### ***Aspectos Clave***

**Recursos Clave.** Estos recursos se obtienen de los aportes de cada uno de los socios clave, es decir que cada uno de estos aporta desde su capacidad de prestación de servicios,

**Infraestructura.** la aporta los dueños de los locales prestadores de los servicios turísticos como hoteles, restaurantes, así mismo la alcaldía municipal dispone de locales o centros de convivencia donde se pueden dictar talleres. La disponibilidad de estos recursos a lo largo del tiempo se garantiza por medio de las remodelaciones estructurales que hagan cada uno de los prestadores de servicios turísticos a sus locales y negocios físicos.

**Recursos Humanos.** Este aporte se da por medio de las capacitaciones de cada uno de los prestadores de servicios turísticos, algunos se enfocarán en la atención al cliente, otros en las Guianza turísticas, otros en procesos logísticos. Cabe aclarar que estas capacitaciones se pueden dar por medio de la gestión de la administración municipal con las entidades de formación técnica, y tecnológica como el SENA.

**Marketing y Promoción.** el tema del manejo de las redes sociales y la página web informativa se realizará por medio de un aporte económico de cada uno de los miembros de la comunidad de turismo sostenible. La sostenibilidad de esta página web se garantiza en la medida que los socios clave hagan sus aportes de manera responsable.

### ***Canales***

**Sitio Web.** Este será el centro de todas las actividades online. Aquí se proporcionará información detallada sobre los servicios ofrecidos, como alojamiento, restaurantes, talleres, visitas a museos, etc. También se pueden realizar reservas y pagos directamente a través del sitio web.

**Redes Sociales.** Se utilizarán para promocionar los servicios, compartir fotos y videos de las experiencias ofrecidas, y para interactuar con los clientes. Los enlaces a la página de reserva en el sitio web se compartirán regularmente en las publicaciones de las redes sociales.

**Marketing de Influencers.** Los influencers pueden compartir sus experiencias en nuestras instalaciones y actividades en sus redes sociales, lo que puede ayudar a atraer a su audiencia a nuestro sitio web.

**Publicidad Online.** Las campañas publicitarias online dirigirán a los usuarios a nuestro sitio web para obtener más información o para realizar una reserva.

**Correo Electrónico.** Se utilizará para enviar confirmaciones de reservas, recordatorios, y para compartir noticias y ofertas especiales. Los correos electrónicos también incluirán enlaces para compartir en redes sociales y para proporcionar comentarios.

**Ferias de Turismo y Agencias de Viajes.** Estos canales se utilizarán para promocionar nuestros servicios a un público más amplio. Los folletos y otros materiales promocionales incluirán nuestro sitio web y perfiles de redes sociales.

**Acuerdos con Empresas.** Podemos establecer acuerdos con empresas para ofrecer nuestros servicios como parte de sus paquetes de beneficios para empleados. Estos acuerdos también se promoverán en nuestro sitio web y redes sociales.

**Eventos y Talleres.** Durante estos eventos, se puede promover la interacción online, por ejemplo, alentando a los asistentes a compartir sus experiencias en las redes sociales y a dejar comentarios en nuestro sitio web.

**Colaboración con Comunidades Locales.** Al colaborar con las comunidades locales, podemos ofrecer experiencias auténticas a nuestros visitantes. Estas colaboraciones se destacarán en nuestro sitio web y redes sociales.

Al integrar estos canales de esta manera, podemos asegurar que los clientes tengan una experiencia fluida y coherente. Además, al promover la interacción entre los canales online y offline, podemos aumentar nuestra visibilidad y atraer a un público más amplio.

**Relaciones con el Cliente.** Para mantener y fortalecer las relaciones con nuestros diversos clientes, implementaremos estrategias específicas adaptadas a cada segmento.

**Amantes de la naturaleza.** se realizarán jornadas de reforestación y limpieza, y proporcionaremos actualizaciones regulares sobre la flora y fauna local a través de boletines informativos.

**Turistas Culturales.** Estableceremos colaboraciones con museos y sitios históricos locales para ofrecer visitas guiadas exclusivas y talleres interactivos.

**Viajeros Responsables.** Implementaremos prácticas sostenibles visibles en todas nuestras operaciones e invitaremos a los huéspedes a participar en iniciativas comunitarias.

**Aventura y Deporte.** Crearemos paquetes personalizados que incluyan actividades al aire libre, asegurando siempre la seguridad y el profesionalismo.

**Gastrónomos.** Ofreceremos menús rotativos que resalten ingredientes locales, junto con talleres de cocina mensuales dirigidos por chefs locales.

**Familias.** Implementaremos programas familiares inclusivos, áreas de juego seguras e itinerarios adaptados para niños.

**Parejas.** Ofreceremos paquetes románticos personalizados, incluyendo cenas privadas y experiencias exclusivas.

**Grupos.** Facilitaremos espacios para eventos grupales e itinerarios flexibles para satisfacer diversas necesidades e intereses.

**Personas mayores.** Aseguraremos accesibilidad completa en nuestras instalaciones, además de actividades tranquilas adaptadas a sus preferencias.

**Personas con Discapacidad.** Continuamente mejoraremos nuestra accesibilidad universal garantizando que todas las instalaciones sean fácilmente accesibles.

Estas estrategias nos permitirán mantener y fortalecer nuestras relaciones con los clientes a lo largo del tiempo, asegurando que cada cliente se sienta valorado y atendido de manera personalizada. Además, al mantener una comunicación abierta y regular con nuestros clientes, podremos adaptarnos a sus necesidades cambiantes y mejorar continuamente nuestros servicios.

**Fuente de Ingresos.** determinación de precios y rentabilidad del negocio.

Es importante aclarar que, al ser una comunidad con variedad de servicios y características, cada uno de los socios, y aliados tienen la autonomía para determinar sus precios, según sus servicios prestados. Por otra parte, es importante tener en cuenta algunas recomendaciones para la determinación de los precios, por lo tanto, para establecer los precios y asegurar la rentabilidad del negocio, se pueden seguir los siguientes pasos.

**Investigación de Mercado.** Antes de establecer los precios, es importante realizar una investigación de mercado para entender los precios competitivos en la industria del turismo. Esto incluiría el análisis de los precios de los competidores y la comprensión de lo que los clientes están dispuestos a pagar.

**Costos de Operación.** Se deben tener en cuenta todos los costos asociados con la operación del negocio. Esto incluiría los costos de mantenimiento de las instalaciones, los salarios del personal, los costos de los alimentos para el restaurante, etc.

**Margen de Beneficio.** Una vez que se han considerado todos los costos, se puede determinar un margen de beneficio razonable para cada servicio ofrecido. Este margen de beneficio se añadiría a los costos para determinar el precio final.

**Precios Diferenciados.** Para atraer a una variedad de clientes, se pueden ofrecer precios diferenciados. Por ejemplo, se podrían ofrecer descuentos para grupos grandes, tarifas especiales para personas mayores o personas con discapacidad, y paquetes que combinan alojamiento, alimentación y actividades a un precio reducido.

**Revisión Regular.** Los precios deben revisarse regularmente para asegurar que siguen siendo competitivos y que el negocio sigue siendo rentable. Esto podría implicar ajustar los precios en función de la demanda, la temporada, o los cambios en los costos de operación.

**Calidad del Servicio.** Finalmente, para asegurar la rentabilidad a largo plazo, es crucial mantener un alto nivel de calidad en todos los servicios ofrecidos. Un cliente satisfecho es más probable que vuelva y recomiende el negocio a otros, lo que puede llevar a un aumento en las ventas y la rentabilidad.

**Actividades Clave.** Para garantizar la eficacia de las actividades de este proyecto de turismo comunitario sostenible, se pueden priorizar y gestionar de la siguiente manera.

Creación de paquetes turísticos a la medida de los clientes. Realizar encuestas periódicas para entender las preferencias y necesidades de los clientes. Diseñar paquetes flexibles que permitan a los clientes personalizar su experiencia.

**Alojamiento en Cabañas, Posadas y Hoteles.** Mantener altos estándares de limpieza y comodidad. Ofrecer opciones de alojamiento que se adapten a diferentes presupuestos.

**Restaurante con Gastronomía Local y Talleres de Cocina.** Colaborar con chefs locales para ofrecer una auténtica experiencia culinaria. Organizar talleres de cocina para que los visitantes aprendan sobre la gastronomía local.

**Guianza por Senderos, Sitios Culturales y Experiencias Cafeteras.** gestionar por medio de entidades educativas la capacitación para los guías locales con el fin de que proporcionen información precisa y atractiva. Velar porque los senderos y sitios culturales estén bien mantenidos.

**Talleres de Artesanía y Productos Autóctonos.** Trabajar con artesanos locales para organizar talleres interactivos. Promover la venta de productos autóctonos como recuerdos.

**Visitas a Museos, Sitios Históricos y Avistamiento de Aves.** Coordinar con los museos y sitios históricos locales para facilitar las visitas. Ofrecer guías expertos en avistamiento de aves.

**Recorridos a Cascadas, Ríos, Centros Recreacionales y Deportes.** Garantizar la seguridad de los visitantes durante estas actividades. Ofrecer equipo y orientación adecuados para las actividades recreativas y deportivas.

**Ofertas Personalizadas.** Utilizar los comentarios de los clientes para mejorar y personalizar las ofertas. Mantener una comunicación abierta con los clientes para entender y satisfacer sus necesidades.

**Propuesta Diferencial.** Enfatizar la autenticidad de las experiencias, la calidad del servicio y el compromiso con la sostenibilidad en todas las comunicaciones de marketing.

La clave para el éxito de este proyecto será mantener un enfoque centrado en el cliente, asegurando que todas las actividades y ofertas satisfagan sus necesidades e intereses. Además, es fundamental mantener un compromiso constante con la sostenibilidad y la comunidad local. Esto

no sólo beneficiará al medio ambiente, sino que también mejorará la autenticidad de la experiencia turística y fortalecerá la economía local.

**Propuesta de Valor.** Para medir el impacto de esta propuesta en los clientes y en la comunidad, se pueden implementar las siguientes estrategias.

**Encuestas de Satisfacción del Cliente.** Después de cada experiencia, se puede solicitar a los clientes que completen una encuesta de satisfacción. Esto proporcionará información valiosa sobre qué aspectos del servicio están funcionando bien y cuáles podrían mejorarse.

**Seguimiento de las Reservas y Participación.** El seguimiento de las reservas y la participación en las actividades ofrecidas puede ayudar a identificar qué servicios son más populares y cuáles podrían necesitar ajustes.

**Evaluaciones de Impacto Comunitario.** con acompañamiento de la administración municipal, se pueden realizar evaluaciones periódicas para determinar el impacto del proyecto en la comunidad local. Esto podría incluir el seguimiento de la creación de empleo, el aumento del turismo y los beneficios económicos.

**Comentarios de la Comunidad.** Es importante involucrar a la comunidad en el proceso de evaluación. Esto podría hacerse a través de reuniones comunitarias o encuestas para recoger comentarios sobre cómo el proyecto está afectando a la comunidad.

**Indicadores de Sostenibilidad.** Para evaluar el compromiso del proyecto con la sostenibilidad, se pueden seguir indicadores como la reducción de residuos, el uso de energías renovables y la conservación del agua.

Estas estrategias proporcionarán una visión clara del impacto del proyecto en los clientes y en la comunidad, permitiendo hacer ajustes y mejoras continuas para garantizar su éxito a largo plazo.

**Plan de Mercadeo Proyecto de Emprendimiento Ecoturismo Comunitario Marquetalia**  
**Atributos y Beneficios del Producto o Servicio a Ofrecer al Mercado desde la Mirada del**  
**Cliente**

***La Marca***

Ecoturismo comunitario Marquetalia

***Imagen***

**Figura 11**

*Imagen comercial*



*Fuente.* Elaboración propia.

***Slogan***

Vive la experiencia del campo, vive la experiencia marquetona.

En Ecoturismo Comunitario Marquetalia, creemos que cada viaje es una oportunidad para aprender, crecer y conectarse con la naturaleza y la cultura local. Nuestro servicio consiste en brindar a los clientes, una gran variedad de servicios prestador de manera individual por nuestros aliados, sin embargo, al combinarlos, se crean paquetes turísticos integrales que satisfagan las necesidades de los turistas y visitantes. por lo tanto, se presentan nuestros servicios de manera individuales con sus respectivos beneficios

talleres de artesanía local. Aprende de los maestros artesanos locales y lleva a casa una pieza única de Marquetalia. Este es un viaje inolvidable a través de la rica tradición artesanal de nuestra región.

Experiencias cafeteras. Sumérgete en el mundo del café desde el cultivo hasta la taza. Recorre nuestras fincas cafeteras, participa en la recolección y selección de los granos, aprende sobre el beneficio del café y termina tu día con una cata de café guiada por expertos.

Experiencia gastronómica. Disfruta de la auténtica cocina colombiana en nuestros restaurantes asociados. Prueba platos tradicionales preparados con ingredientes locales y frescos.

Senderismo, visitas a cascadas y ríos. Explora la belleza natural de Marquetalia con nuestras rutas de senderismo. Descubre cascadas escondidas, ríos cristalinos y vistas impresionantes.

Recreación y deporte. Participa en actividades deportivas y recreativas para todas las edades en nuestros centros recreacionales.

Recorridos a museos e historia de los indígenas Marketá. Conoce la rica historia y cultura de Marquetalia a través de visitas guiadas a nuestros museos y sitios históricos.

Avistamiento de aves. Marquetalia es hogar de una gran variedad de aves. Nuestros guías te llevarán a los mejores lugares para avistamiento de aves.

### **Aspecto Diferencial de la Competencia**

la principal diferencia con la competencia es nuestra variedad de servicios, puesto que estamos conectados con toda la cadena de turismo del municipio, contando con una gran cantidad de prestadores de servicios dispuestos a ofrecer la mejor experiencia turística.

### **¿Por qué Deberían Elegirlos los Clientes?**

Los clientes deberían elegirnos porque con nosotros encontrarán la mejor calidad de servicios turísticos y al ser ofertados directamente por la comunidad turística, no se presenta los incrementos en precios que sucede con las agencias de turismo, las cuales obtienen beneficios económicos por revender los servicios.

### **Grupo Objetivo del Proyecto**

Nuestros servicios de turismo comunitario sostenible están diseñados para atraer a una amplia gama de consumidores, por medio de la elaboración de paquetes diseñados a la medida del cliente, tanto en gustos como en capacidad de compra. Al contar con una alta variedad de servicios tanto en actividades como en precios, esto permite que cada grupo del segmento de clientes pueda diseñar su paquete turístico de acuerdo a sus gustos y capacidades

Amantes de la naturaleza y actividades al aire libre. Este grupo incluye a personas de todas las edades que disfrutan de la belleza natural y las actividades al aire libre. Tienen un interés particular en el senderismo, las visitas a cascadas y ríos, y el avistamiento de aves. Este grupo puede incluir a jóvenes aventureros, familias, jubilados activos y grupos de amigos.

Aficionados a la historia y la cultura. Este grupo está interesado en la historia local, los museos y la cultura indígena. Pueden ser estudiantes, académicos, historiadores o simplemente personas curiosas que quieren aprender más sobre la cultura y la historia de Marquetalia.

Defensores de la sostenibilidad. Este grupo está compuesto por personas comprometidas con la sostenibilidad y el apoyo a las comunidades locales. Están dispuestos a pagar un poco más por experiencias que benefician directamente a la comunidad local y promueven la sostenibilidad.

Buscadores de aventura. Este grupo busca experiencias desafiantes y actividades de aventura. Pueden ser jóvenes adultos, grupos de amigos

Gourmets. Este grupo busca experiencias culinarias únicas y auténticas. Pueden ser, chefs aficionados o simplemente amantes de la buena comida.

Familias con niños. Este grupo busca actividades interactivas y educativas para sus hijos. Pueden ser familias locales o turistas que visitan Marquetalia.

Parejas. Este grupo busca un escape romántico y experiencias emocionantes. Pueden ser parejas jóvenes o mayores que buscan una escapada romántica.

.Grupos de amigos, empresas y estudiantes. Este grupo busca experiencias divertidas y memorables. Pueden ser grupos de amigos, equipos de trabajo o grupos de estudiantes.

Personas mayores. Este grupo busca actividades de bajo impacto y relajantes. Pueden ser jubilados o personas mayores que buscan actividades tranquilas y relajantes.

Personas con discapacidad. Este grupo busca un lugar accesible e inclusivo. Nuestros servicios están diseñados para ser accesibles para todos, independientemente de sus habilidades físicas.

## **Tipo de Segmentación que se Podría Aplicar al Proyecto**

Al ser una propuesta de turismo comunitario, contamos con la posibilidad de tener un segmento de mercado demasiado amplio, puesto que la gran variedad de actividades permite que toda la población pueda acceder a los servicios prestados por Ecoturismo Comunitario

### **Marquetalia**

Personas que buscan conexión con la naturaleza y actividades al aire libre.

Personas interesadas en la historia local, los museos y la cultura indígena.

Personas comprometidas con la sostenibilidad y el apoyo a las comunidades locales.

Personas que buscan experiencias desafiantes y actividades de aventura.

Personas que buscan experiencias culinarias únicas y auténticas.

Familias con niños que buscan actividades interactivas y educativas.

Parejas que buscan un escape romántico y experiencias emocionantes.

Grupos de amigos, empresas y estudiantes que buscan experiencias divertidas y memorables.

Personas mayores que buscan actividades de bajo impacto y relajantes.

Personas con discapacidad que buscan un lugar accesible e inclusivo.

## **Identificación de la Competencia**

Hasta la fecha de elaboración del proyecto de emprendimiento (abril de 2024), se identifica una agencia de turismo llamada Marquetalia Ancestral, la cual está en proceso de consolidación.

Por otra parte, es importante tener en cuenta que, en el momento que se vaya a consolidar la comunidad de turismo, nuestra principal competencia serán aquellos prestadores de servicios

que no deseen ser parte de ella. Aunque estos prestadores ofrecerían sus servicios de manera independiente, sin brindar al cliente la posibilidad de crear paquetes completos.

### **Aliados Clave del Modelo de Negocio del Proyecto de Emprendimiento Social y Acciones de Cooperación**

Los restaurantes, serán nuestros aliados en la oferta de experiencias gastronómicas auténticas. Podemos colaborar en la creación de menús especiales que reflejen la cocina local y organizar eventos culinarios.

Los guías de experiencias cafeteras son fundamentales para ofrecer recorridos auténticos y educativos por los cultivos de café. Podemos colaborar en la formación continua de los guías para asegurar que estén al día con las últimas tendencias y prácticas en turismo sostenible.

Los centros recreacionales, son esenciales para proporcionar un lugar cómodo y acogedor para que nuestros clientes descansen después de un día de actividades. Podemos trabajar juntos para ofrecer paquetes de alojamiento y actividades.

Hoteles, casas campestres y alojamientos rurales serán esenciales para proporcionar un lugar cómodo y acogedor para que nuestros clientes descansen después de un día de actividades. Podemos trabajar juntos para ofrecer paquetes de alojamiento y actividades.

Los museos son una parte integral de nuestra oferta de recorridos culturales e históricos. Podemos colaborar en la organización de visitas guiadas y la promoción de sus exposiciones en nuestra plataforma.

Los guías locales son fundamentales para ofrecer recorridos auténticos y educativos. Podemos colaborar en la formación continua de los guías para asegurar que estén al día con las últimas tendencias y prácticas en turismo sostenible.

Asociación de Artesanos del municipio de Marquetalia son una parte integral de nuestra oferta de talleres de artesanía. Podemos colaborar en la organización de talleres y la promoción de sus productos en nuestra tienda de regalos.

Los restaurantes, hoteles, casas campestres, alojamientos rurales, museos, guías locales y la Asociación de Artesanos del municipio de Marquetalia son fundamentales para la prestación de nuestros servicios. Por lo tanto, se resalta la creación de paquetes turísticos integrados y en la mejora continua de la calidad del servicio. Su aporte sería la prestación de servicios de alta calidad y la colaboración en la creación de experiencias turísticas integradas

Las ONG dedicadas a la conservación del medio ambiente y la promoción del turismo sostenible en la región son aliados valiosos. Podemos ayudar en proyectos de conservación y educación ambiental. Su aporte sería la asesoría técnica y apoyo en la implementación de prácticas sostenibles.

La Alcaldía municipal de Marquetalia apoya iniciativas turísticas y promueve el desarrollo sostenible, la formalización laboral, y la capacitación de sus emprendedores. Podemos trabajar juntos en la promoción de Marquetalia como destino turístico sostenible. Su aporte sería el apoyo institucional, permisos y facilitación de procesos administrativos.

La Cámara de comercio de la dorada por caldas puede ayudarnos en la formalización laboral y capacitación a los empresarios y emprendedores. Su aporte sería la asesoría en temas legales y comerciales, así como la capacitación y formación empresarial.

En cuanto a las colaboraciones y acciones específicas de cada prestador, se considera importante la estrategia del voz a voz, en la medida que los hoteles recomendaran restaurantes, los restaurantes recomendaran centro recreacionales y guías turísticos, y así se ira corriendo la voz de todos los prestadores de servicios turísticos con el fin de prestar un paquete completo.

Las empresas prestadoras de servicios turísticos en el oriente del departamento de caldas son potenciales aliados. Aunque somos competidores, también podemos colaborar en la promoción conjunta de la región como destino turístico y en la creación de estándares de calidad. Su aporte sería la colaboración en la promoción conjunta y el intercambio de buenas prácticas.

### **Prácticas Sostenibles**

Conservación del medio ambiente. Trabajamos para minimizar nuestro impacto en el medio ambiente de varias maneras.

Uso eficiente de los recursos. Promovemos el uso eficiente de los recursos en todas nuestras operaciones, incluyendo el uso de energía renovable siempre que sea posible, y la minimización del uso de agua y otros recursos.

Reciclaje. Fomentamos el reciclaje tanto en nuestras operaciones como en las de nuestros socios. Esto incluye el reciclaje de materiales en nuestros talleres de artesanía y la promoción de prácticas de reciclaje entre nuestros visitantes.

Protección de la biodiversidad. Nuestras excursiones de senderismo y avistamiento de aves están diseñadas para minimizar el impacto en la fauna local. También trabajamos para proteger y preservar las cascadas y ríos que visitamos.

### **Apoyo a la Comunidad Local**

Colaboración con negocios locales. Trabajamos con restaurantes locales, hoteles, casas campestres y alojamientos rurales, lo que ayuda a apoyar la economía local.

Promoción de la artesanía local. Nuestros talleres de artesanía local son impartidos por miembros de la Asociación de Artesanos del Municipio de Marquetalia, lo que ayuda a apoyar a los artesanos locales.

Educación. A través de nuestras experiencias cafeteras y recorridos por museos, ayudamos a educar a los visitantes sobre la cultura e historia local, incluyendo la historia de los indígenas Marketá.

## **Estrategias de Mercadeo**

### **Estrategia de Comunicación**

Publicidad en Medios Locales y regionales. Podemos hacer uso de periódicos, revistas, radio y televisión locales para promocionar nuestros paquetes turísticos y servicios. Se seleccionarán los medios locales de mayor alcance, así como los que compartan contenido digital acorde a los servicios prestados por la comunidad turística.

Redes Sociales. Podemos utilizar plataformas como Facebook e Instagram para compartir fotos y videos de nuestras experiencias turísticas, así como testimonios de clientes satisfechos. Así mismo, se espera compartir aspectos relevantes de cada uno de los servicios prestadores de servicios turísticos, por ejemplo, la cotidianidad de las fincas cafeteras, los procesos de elaboración de artesanías, tips y trucos sobre la comida tradicional.

### **Estrategia de Posicionamiento**

Participación en Ferias y Eventos. Participar en ferias de turismo y eventos culturales puede ayudarnos a dar a conocer nuestros servicios a un público más amplio

Podemos trabajar en la optimización de nuestro sitio web para motores de búsqueda (SEO) y hacer uso de publicidad en línea (SEM) para aumentar nuestra visibilidad en línea

Podemos implementar una estrategia de email marketing para mantener a nuestros clientes informados sobre nuevos paquetes turísticos y ofertas especiales.

### **Estrategia de Diferenciación**

Trabajamos en estrecha colaboración con la comunidad local y nos esforzamos por preservar y resaltar la cultura y la belleza natural de Marquetalia, Caldas. Por la tanto esta estrategia se basa en la autenticidad y la sostenibilidad de nuestras experiencias turísticas. Ofrecemos experiencias únicas como talleres de artesanía local, experiencias cafeteras,

senderismo, visitas a cascadas y ríos, recreación y deporte, recorridos a museos, historia de los indígenas marketá y avistamiento de aves.

### **Acciones Específicas de Autenticidad y Sostenibilidad**

#### ***Autenticidad***

Colaboración con la comunidad local. Trabajamos estrechamente con la comunidad local, incluyendo artesanos, guías, restaurantes y alojamientos rurales. Esto asegura que nuestras experiencias sean auténticas y reflejen la verdadera cultura y tradiciones de Marquetalia.

Educación sobre la historia y cultura local. Nuestros recorridos por museos y nuestras experiencias cafeteras enseñan a los visitantes sobre la historia y cultura local, incluyendo la historia de los indígenas Marketá. Esto ayuda a preservar y promover la autenticidad de nuestra región.

#### ***Sostenibilidad***

Prácticas de turismo responsable. Fomentamos el turismo responsable entre nuestros visitantes, incluyendo el respeto a la naturaleza durante las excursiones de senderismo y el avistamiento de aves, y el apoyo a la economía local a través de la compra de artesanías y la comida local.

Conservación del medio ambiente. Implementamos prácticas de conservación en todas nuestras operaciones. Esto incluye la minimización del uso de recursos, la promoción del reciclaje y la protección de la biodiversidad local.

Apoyo a la economía local. Al colaborar con negocios locales y promover la artesanía local, estamos ayudando a apoyar la economía local y a promover un desarrollo sostenible.

## Prototipos de los Contenidos a Manejar en Redes Sociales

¿Alguna vez has querido aprender a hacer tu propia artesanía? ¡Ahora puedes con nuestros talleres de artesanía local! don Alcibíades, un adulto de la comunidad de la Florida en Marquetalia te enseña cómo hacer esta Jarras de guadua y otras artesanías locales.

**Figura 12**

*Prototipo*



*Fuente.* Elaboración propia.

¿Eres un amante del café? ¡Ven y descubre cómo se produce tu café favorito desde el cultivo hasta la taza! ☕

**Figura 13**

*Prototipo*



*Fuente.* Elaboración propia.

¿Listo para una aventura culinaria? Descubre los sabores locales con nuestras experiencias gastronómicas.

### **Figura 14**

*Prototipo*



*Fuente.* Elaboración propia.

Aprende sobre la rica historia y cultura de los indígenas Marketá con nuestros guías locales.

**Figura 15**

*Prototipos servicios*



*Fuente.* Elaboración propia.

Recuerda que puedes armar tu propio paquete turístico a medida. Simplemente elige las experiencias que más te interesen y nosotros nos encargaremos del resto. ¡Esperamos verte pronto en Marquetalia, Caldas! 🇨🇴

## Construcción de la Página Web para el Proyecto

### Enlace de la Página Web

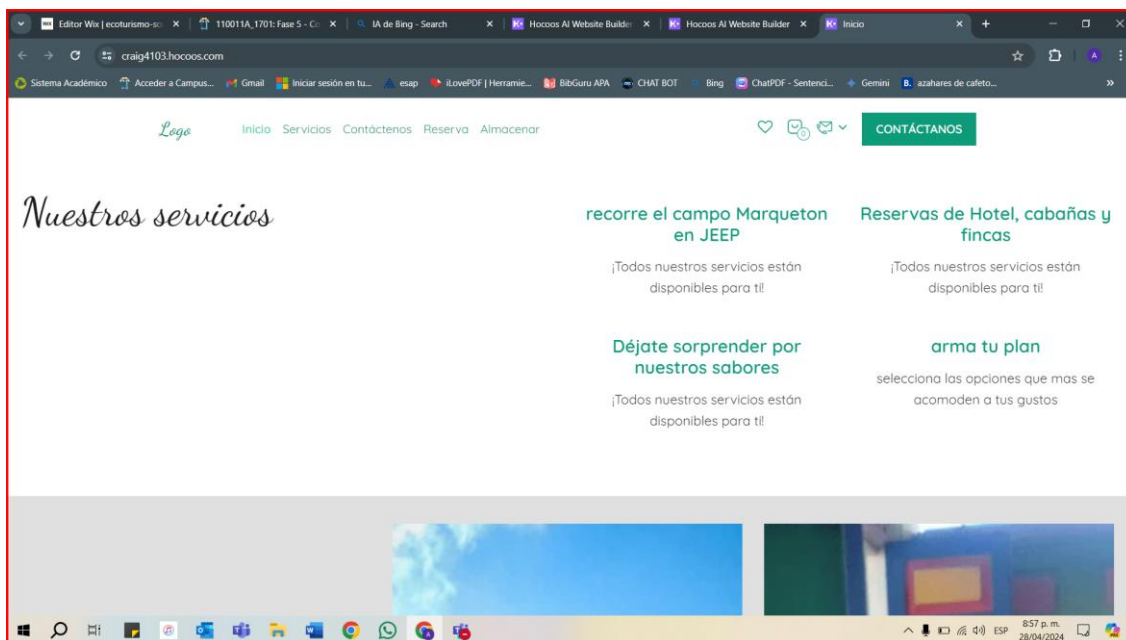
<https://craig4103.hocoos.com/>

### Imágenes Sobre el Contenido de la Página Web. Ecoturismo Comunitario

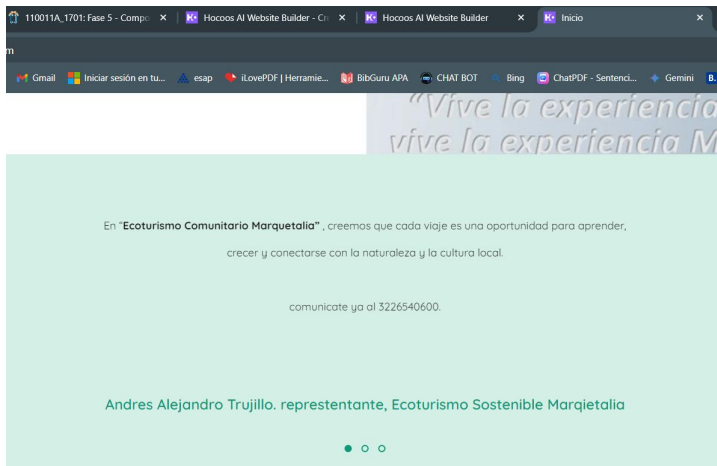
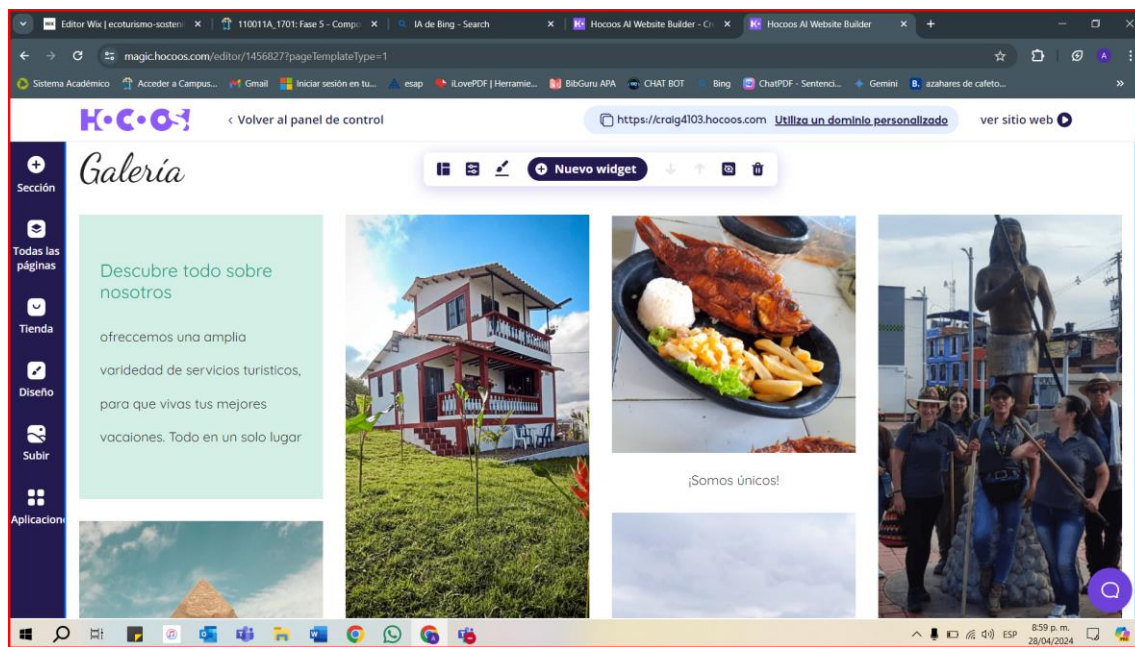
### Marquetalia

### Figura 16

*Evidencia página web*



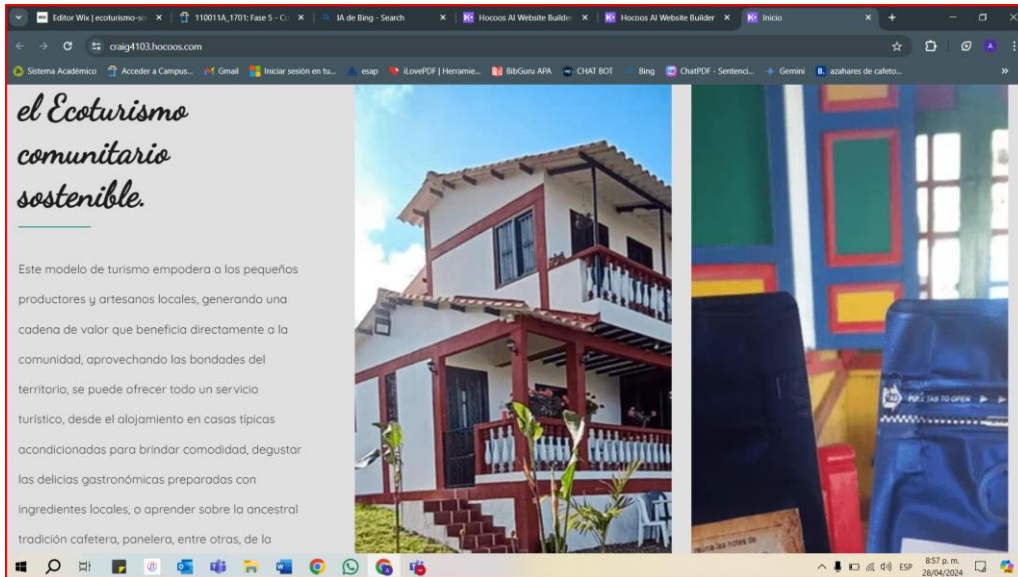
*Fuente. Elaboración propia.*

**Figura 17***Evidencia página web**ECOTURISMO SOSTENIBLE MARQUETALIA**Fuente. Elaboración propia.***Figura 18***Evidencia página web*

Fuente. Elaboración propia.

## Figura 19

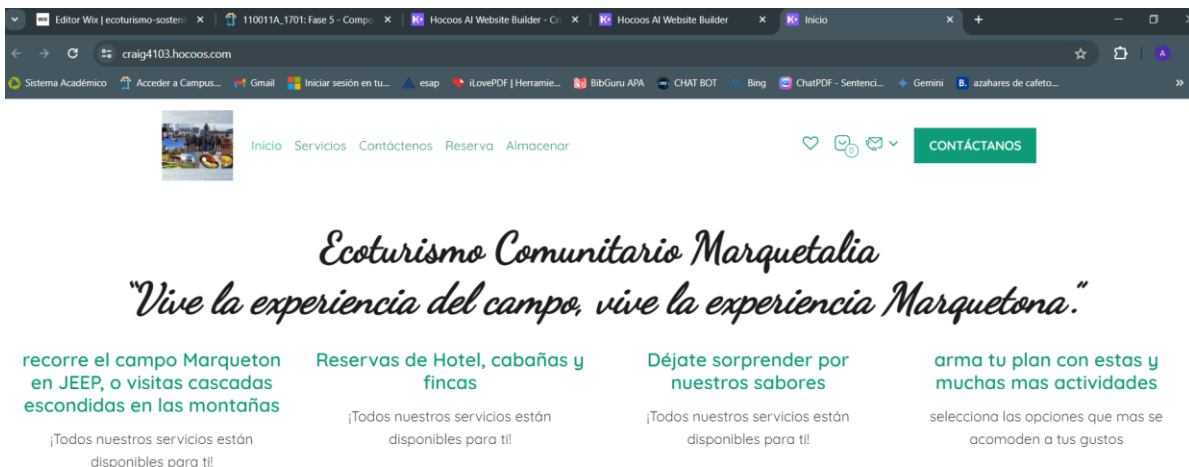
Evidencia página web



Fuente. Elaboración propia.

## Figura 20

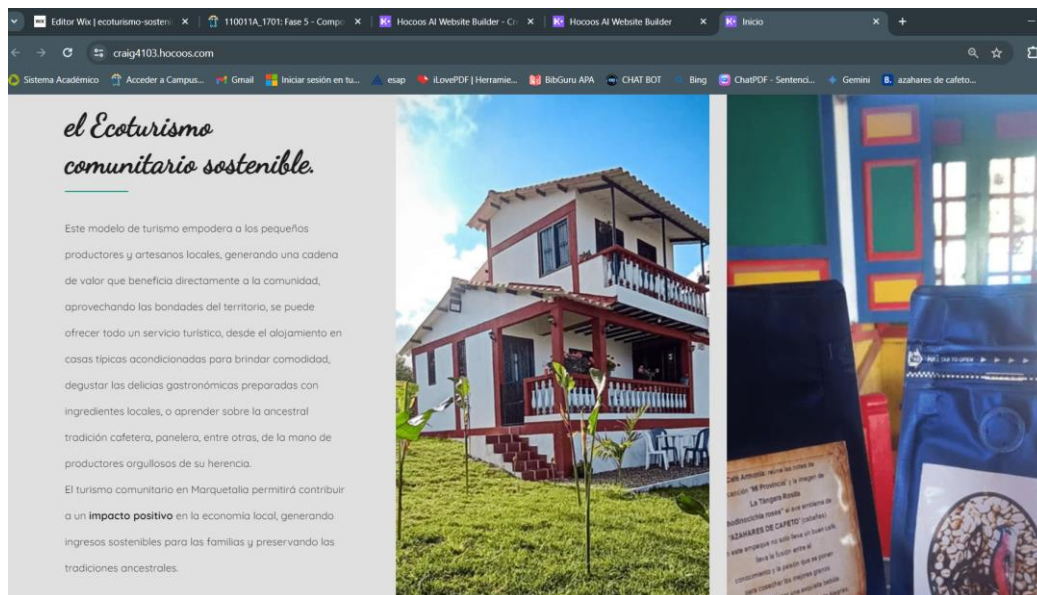
Evidencia página web



Fuente. Elaboración propia.

Figura 21

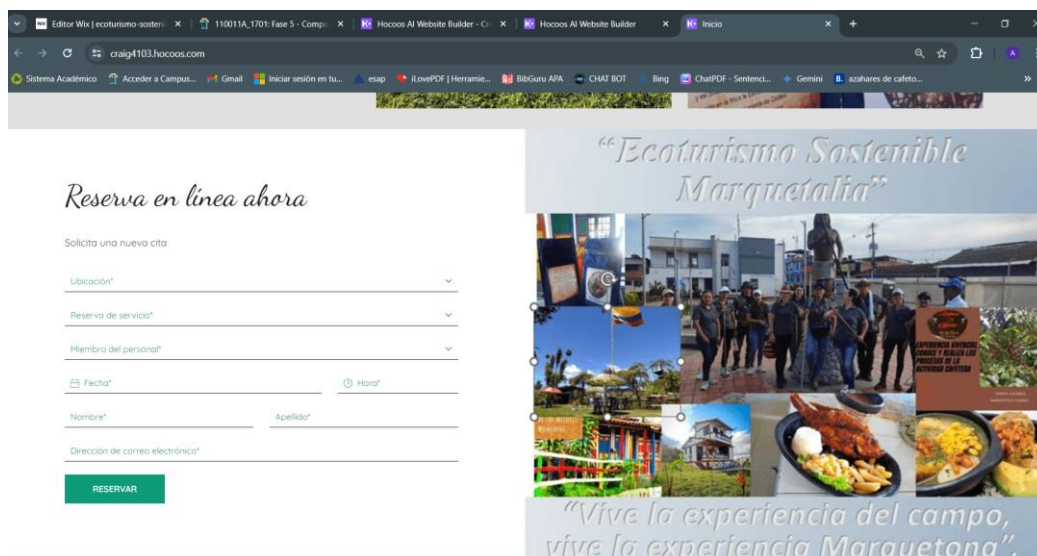
## Evidencia página web



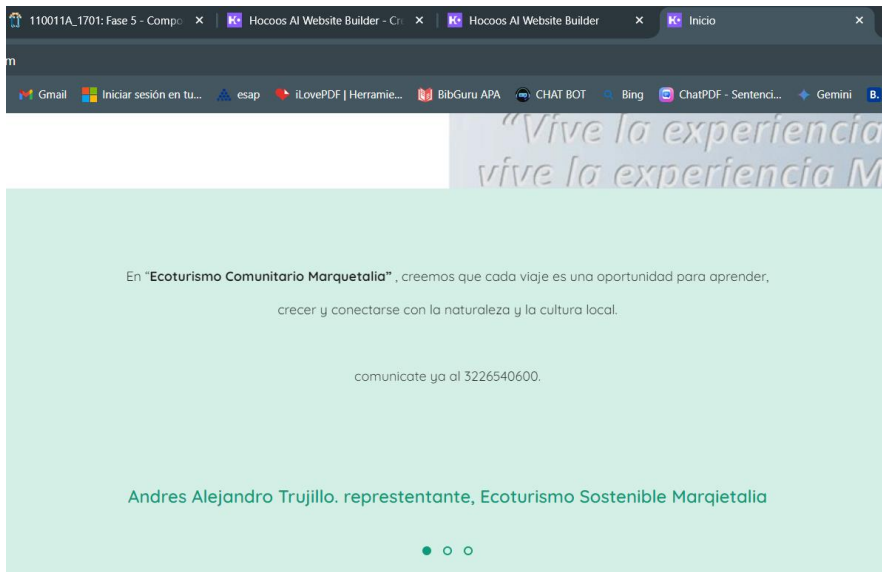
Fuente. Elaboración propia.

Figura 22

## Evidencia página web



Fuente. Elaboración propia.

**Figura 23***Evidencia página web*

*ECOTURISMO SOSTENIBLE MARQUETALIA*

*Fuente. Elaboración propia*

## Proyección de los Recursos Operativos y Financieros

### Recursos Operativos

La ficha de producción de los productos o servicios para la comunidad Ecoturismo Comunitario Marquetalia, no la elabora directamente los administradores de esta, sino que, consiste en promocionar y vender los servicios y productos ya existentes en el mercado local. De esta manera se procede a especificar la siguiente información.

### Gastos de Producción

A continuación, se detallan los gastos de producción del proyecto.

#### Tabla 2

##### *Gastos de producción*

Gastos de producción	
Diseño y planificación de los paquetes turísticos	incluido en costo fijo de salario de personal
Coordinación logística de los tours	incluido en costo fijo de salario de personal
Seguros para turistas y guías	6000 pesos por persona (cotización es aseguradora Colasistencia)

*Fuente.* Elaboración propia.

### Capacidad Instalada

La capacidad instalada está determinada por la página web, debido a que se trabajará desde infraestructura digital, la cual albergará toda la información de manera sistémica, así mismo estará sincronizada con todos los prestadores de servicios turísticos de la comunidad Ecoturismo Comunitario Marquetalia.

Inicialmente es complejo identificar la capacidad de producción total, debido a que a la fecha no se ha convocado a todos los prestadores de servicios turísticos del municipio. No obstante, se tiene información sobre los siguientes prestadores.

**Tabla 3***Capacidad instalada*

Sector	Nombre	Capacidad de producción
Restaurantes	Estadero sabor a leña	100 personas aproximada
	Estadero pueblito paisa	50 personas aproximada
Hoteles, casas campestres y alojamiento rural,	Mirador la villa del sol	8 habitaciones
	Azahares de Cafeto cabañas	2 habitaciones
	Hotel real	15 habitaciones
Guías locales	2 guías locales identificados	2 Guianza diarias grupos de 25 personas
Artesanos del municipio de Marquetalia	4 artesanos	Productos elaborados con anterioridad.

*Fuente.* Elaboración propia.

**Disponibilidad Insumos**

la fuente de insumos para el desarrollo y prestación de los servicios turísticos, son los prestadores directos de cada uno de los servicios, no es necesario contar con un stock de inventarios, además que no es necesario realizar una inversión previa con cada uno de los prestadores de servicios turísticos.

**Ficha Técnica del Producto**

Para la prestación de servicios y creación de paquetes turísticos, no es necesaria una infraestructura física directa, sin embargo, se recalca que se trabaja desde un equipo de cómputo o computador personal PC, de manera remota, por medio de conexión a internet.

### **Descripción de la Maquinaria o Instalaciones Necesarias**

para la puesta en marcha del proyecto, es necesario dos herramientas físicas, las cuales son un teléfono inteligente con acceso a internet, y una computadora portátil PC, con conexión a internet.

Adicional a esto, se deben tener los programas de software necesario para los procesos de creación de contenido y marketing digitales.

### **Elementos que se Requieren para el Funcionamiento del Proyecto**

Los equipos deben contar con acceso a internet, navegador de Google, acceso a aplicaciones de mensajería instantánea y correo electrónico.

#### **Tabla 4**

##### *Descripción de maquinaria y elementos operativos*

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
computador portátil	1	2.000.000	2.000.000
Celular inteligente	1	800.000	800.000
Licencia software	1	1.000.000	1.000.000
total			3.800.000

*Fuente.* Elaboración propia.

### **Proyecciones de Distribución en Planta**

La empresa no cuenta una planta física por lo que este apartado no aplica para ella

### **Descripción de los Cargos**

Dentro de los cargo de la empresa se cuenta con una persona la cual es la encargada de la administración, recepción y ventas de pedidos online, así como del diseño, y manejo de las pagina web de la empresa.

Los cargos estimados para este cargo son de 1.650.000 pesos mensuales

## Descripción de Equipos de Oficina

Al ser un servicio se describen en el apartado anterior

Descripción de equipos de oficina, para la adecuada prestación de servicios turísticos

Los equipos de cómputo como computador y teléfono inteligente son indispensables para estar en contacto de manera virtual con los aliados estratégicos, además de creación de contenido y paquetes turísticos.

Las licencia de software, se relacionan con los programas necesarios para la creación y diseño de contenido digital.

### Tabla 5

#### *Descripción equipos de oficina*

Descripción equipos de oficina			
Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
computador portátil	1	2000000	2.000.000
Celular inteligente	1	800000	800.000
Licencia software	1	1000000	1.000.000
total			3.800.000

*Fuente.* Elaboración propia.

### Procesos Preoperativos

Registro de la empresa antes las autoridades competentes, cámara de comercio, DIAN, secretaria de hacienda municipal, registro nacional de turismo, fondo nacional de turismo.

Recopilación de servicios turísticos prestados en Marquetalia Caldas, y creación de alianzas estratégicas con los oferentes.

Cotización de seguros turísticos con empresas aseguradoras.

Creación de contenido digital en medios digitales.

## **Localización, Descripción del Ámbito Territorial**

### ***Localización***

Marquetalia, Caldas, es un municipio situado en el corazón de la región cafetera de Colombia, rodeado de hermosos paisajes de montañas, bosques y cascadas. Su ubicación estratégica lo convierte en un lugar ideal para el turismo sostenible, ya que se encuentra a poca distancia de ciudades importantes como Manizales y Pereira, facilitando el acceso de los turistas nacionales e internacionales.

### ***Ventajas***

**Proximidad con los Clientes.** Marquetalia se encuentra a una corta distancia de las principales ciudades y destinos turísticos de la región cafetera, lo que facilita el acceso de los visitantes.

**Costos de los Espacios.** Al ser una zona rural, los costos de alquiler de espacios para actividades turísticas suelen ser más accesibles en comparación con áreas urbanas.

**Belleza natural.** La región ofrece un entorno natural impresionante, con oportunidades para realizar actividades al aire libre, caminatas ecológicas y avistamiento de aves.

**Cultura local.** Marquetalia cuenta con una rica tradición cafetera y comunitaria, lo que permite a los turistas experimentar de cerca la vida y costumbres de la región.

### *Desventajas*

**Infraestructura Limitada.** Aunque Marquetalia cuenta con atractivos naturales, la infraestructura turística puede ser limitada en comparación con destinos más desarrollados.

**Disponibilidad de Espacios.** la disponibilidad de ciertos servicios como alojamiento para grandes cantidades de personas puede ser limitada, lo que requiere una planificación cuidadosa.

## Proyecciones de Ventas

Para las proyecciones de ventas se presentan los siguientes datos.

### Cálculo de Demanda

#### Tabla 6

##### *Cálculo de la demanda*

Cálculo de la demanda.	
Población de objetivo	13.701
Consumo promedio mensual.	1
Total, consumo, anual	164.412
Porcentaje de captura (% del mercado )	10%
Total, demanda potencial	16.441

*Fuente.* Elaboración propia.

Con base en él información DANE Marquetalia cuenta con 13.701 habitantes. (Terridata , 2024). Se estima que cada persona usa por lo menos una vez al mes un servicio turístico. Así mismo se considera que vamos a capturar un 10% del mercado obteniendo como demanda potencial un total de 16.441 servicios solicitados, distribuidos en los servicios específicos.

### Proyecciones de Ventas (Unidades)

La proyecciones de ventas se tienen con base en la demanda potencial la cual es de 16.441, igualmente se distribuye esta demanda, según las épocas del año, donde se destacan las temporadas de vacaciones estudiantiles de junio, y la temporada de navidad y año nuevo como las de mayor consumo por parte de los turistas, como se detalla a continuación.

**Tabla 7***Proyecciones de ventas (unidades)*

Proyecciones de ventas en unidades.	
Total	16.441
Enero	2400
Febrero	800
Marzo	1500
Abril	1000
Mayo	900
Junio	1800
Julio	1900
Agosto	800
Septiembre	900
Octubre	841
Noviembre	800
Diciembre	2800

*Fuente.* Elaboración propia.

Con base en la información anterior se procede a elaborar las proyecciones de ventas a 3 años, asumiendo que, si inician actividades desde el 1 de enero de 2.025, aumentando la demanda para el 2026 en un 20%, y posteriormente, aumentando en un 15% para el año 2027, como se detalla en la siguiente tabla.

**Tabla 8***Proyecciones de ventas (a tres años )*

Proyecciones de ventas (a tres años )			
	Año 2025	2026	2027
		aumento de demanda20%	aumento de demanda 15%
Total	16441	19729	22689
Enero	2400	2880	3312
Febrero	800	960	1104
Marzo	1500	1800	2070
Abril	1000	1200	1380
Mayo	900	1080	1242
Junio	1800	2160	2484
Julio	1900	2280	2622
Agosto	800	960	1104
Septiembre	900	1080	1242
Octubre	841	1009	1161
Noviembre	800	960	1104
Diciembre	2800	3360	3864

*Fuente.* Elaboración propia.**Precio de Venta*****Punto de Equilibrio***

El punto de equilibrio nos permite identificar el número mínimo de ventas del proyecto para cubrir los gastos fijos. Para el caso de Ecoturismo Comunitario Marquetalia, se identifica el punto de equilibrio en 5.952 unidades.

Teniendo en cuenta los fijos más los costos variables con las 16.441 unidades a vender, podemos identificar un costo total promedio unitario el cual es de 27.810 pesos

Por otra parte, se identifica el valor de venta promedio de los productos o servicios del proyecto de emprendimiento, el cual es de 36.890 pesos. cómo se detalla a continuación.

## **Tabla 9**

### *Punto de equilibrio*

Punto de equilibrio.	
Total, costos fijos	29.760.000
Total, costos variables	427.466.000
Número de unidades	16.441
Costo total promedio unitario	27.810
Costo promedio unitario	27.810
Costo variable unitario	26.000
Precio de venta sin IVA	31.000
Precio de venta con IVA, promedio por servicio	36.890
Margen de utilidad promedio	5.000
Punto de equilibrio en unidades	5.952

*Fuente.* Elaboración propia.

## **Proyección de Ingresos**

La proyección de ingresos a tres años se realizó teniendo en cuenta la proyección de ventas en unidades elaboradas para estos periodos, y también se tuvo en cuenta el IPC de Colombia para el año 2024 el cual fue del 7.16%. (DANE, 2024).

**Tabla 10***proyección de ingresos a tres años*

Proyecciones de ingresos.			
	año 2025	2026	2027
		aumento de IPC 7,16%	aumento de IPC 7,16%
Precio de venta con IVA	36.890	39.531	42.362
<b>Total</b>	<b>606.508.490</b>	<b>649.934.498</b>	<b>696.469.808</b>
Enero	88.536.000	94.875.178	101.668.240
Febrero	29.512.000	31.625.059	33.889.413
Marzo	55.335.000	59.296.986	63.542.650
Abril	36.890.000	39.531.324	42.361.767
Mayo	33.201.000	35.578.192	38.125.590
Junio	66.402.000	71.156.383	76.251.180
Julio	70.091.000	75.109.516	80.487.357
Agosto	29.512.000	31.625.059	33.889.413
Septiembre	33.201.000	35.578.192	38.125.590
Octubre	31.024.490	33.245.843	35.626.246
Noviembre	29.512.000	31.625.059	33.889.413
Diciembre	103.292.000	110.687.707	118.612.947

*Fuente.* Elaboración propia.**Descripción Costos Fijos y Costos Variables****Costos Fijos**

Son aquellos que no varían con el nivel de producción o ventas. En este caso, los costos fijos del proyecto son salarios del personal administrativo suscripción a página web

y redes sociales, costos de mantenimiento y reparación de equipos, publicidad y promoción de los paquetes turísticos, servicios públicos de internet), costos de licencias y permisos

**Tabla 11**

*Costos fijos*

Costos fijos	valor mensual	valor anual
Salarios del personal administrativo	1.650.000	19.800.000
suscripción página web y redes sociales	500.000	6.000.000
Costos de mantenimiento y reparación de y equipos	50.000	600.000
Publicidad y promoción de los paquetes turísticos	100.000	1.200.000
Servicios públicos (internet)	120.000	1.440.000
Costos de licencias y permisos	60.000	720.000
valor total anual	2.480.000	29.760.000

*Fuente.* Elaboración propia.

**Costos Variables**

Los costos variables del proyecto económico son aquellos costos que pueden variar dependiendo de la cantidad de bienes o servicios que la empresa produce. Esto significa que, cuanto mayor sea el volumen de producción, mayor será el valor de los costos variables. Para el caso del proyecto de emprendimiento se establecen los siguientes costes variables.

**Tabla 12***Costos variables*

Servicio	Costo por persona
Experiencias cafeteras	25.000
Experiencia gastronomía	30.000
Talleres de artesanía	25.000
Avistamiento de aves.	40.000
Recorridos a museos.	20.000
Restaurantes	16.000
Promedio general	26.000

*Fuente.* Elaboración propia.

**Proyecciones Ingresos por Ventas**

Las proyecciones de ingresos por ventas se elaboraron con base a las proyecciones de ventas de unidades, los descuentos por ventas, las ventas netas, el porcentaje de ventas a contado y el porcentaje de ventas a crédito como se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 13***Proyecciones ingresos por ventas*

	Proyecciones ingresos por ventas											
	ene ro	febrero	marz o	abri l	may o	jun io	juli o	ago sto	septie mbre	octu bre	noviem bre	diciem bre
Total, ventas	240 0	800	1500	100 0	900	18 00	19 00	800	900	841	800	2800
Descuento s por ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas netas	240 0	800	1500	100 0	900	18 00	19 00	800	900	841	800	2800
% de ventas a contado	100 %	100%	100 %	100 %	100 %	10 0%	10 0%	100 %	100%	100 %	100%	100%
% de ventas a crédito	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

*Fuente.* Elaboración propia.

### Proyecciones de Ingresos por Ventas Año 1

Para el año 1 se pretenden vender 16.441 unidades entre productos y servicios, siendo el cien por ciento de las ventas a contado, como se describe a continuación.

**Tabla 14**

*Proyecciones de ingresos por ventas año 1*

Proyecciones de ingresos por ventas año 1	
Total, ventas	16.441
Descuentos por ventas	0
Ventas netas	16.441
% de ventas a contado	100%
% de ventas a crédito	0

*Fuente.* Elaboración propia.

## Capital de Trabajo

Para el capital de trabajo del proyecto de emprendimiento se tienen en cuenta el flujo de caja mensual, obtenido por la diferencia entre los ingresos y los egresos, como se detalla a continuación.

Activos corrientes.

**Tabla 15**

### *Flujo de caja mensual*

Flujo de caja mensual												
Flujo de casa mensual	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agoosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Ingresos</b>												
Ventas	88.53 6.000	29.51 2.000	55.33 5.000	36.89 0.000	33.20 1.000	66.40 2.000	70.09 1.000	29.5 12.0 00	33.2 01.0 00	31.02 4.490	29.51 2.000	103.2 92.00 0
Total, ingresos	88.53 6.000	29.51 2.000	55.33 5.000	36.89 0.000	33.20 1.000	66.40 2.000	70.09 1.000	29.5 12.0 00	33.2 01.0 00	31.02 4.490	29.51 2.000	103.2 92.00 0
<b>Egresos</b>												
Compra material prima e insumos	62.40 0.000	20.80 0.000	39.00 0.000	26.00 0.000	23.40 0.000	46.80 0.000	49.40 0.000	20.8 00.0 00	23.4 00.0 00	21.86 6.000	20.80 0.000	72.80 0.000
Remuneración personal operativo	1.650 .000	1.650 .000	1.650 .000	1.650 .000	1.650 .000	1.650 .000	1.650 .000	1.65 0.00 0	1.65 0.00 0	1.650 .000	1.650 .000	1.650 .000
Gastos generales de operación	550.0 00	550.0 00	550.0 00	550.0 00	550.0 00	550.0 00	550.0 00	550. 000	550. 000	550.0 00	550.0 00	550.0 00
Remuneración administrativos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos de administración	120.0 00	120.0 00	120.0 00	120.0 00	120.0 00	120.0 00	120.0 00	120. 000	120. 000	120.0 00	120.0 00	120.0 00

Gastos financieros	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
Gastos de marketing	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Otros gastos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total, egresos	64.880.000	23.280.000	41.480.000	28.480.000	25.880.000	49.280.000	51.880.000	23.280.000	25.880.000	24.340.000	23.280.000	75.280.000
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	23.650.000	6.232.000	13.855.000	8.410.000	7.321.000	17.120.000	18.210.000	6.230.000	7.320.000	6.678.490	6.232.000	28.010.000

*Fuente.* Elaboración propia.

### **Saldos Acumulados (en Miles)**

A continuación, se presentan los saldo acumulados, por cada mes y el valor total anual el cual es de 149.282.000 pesos. La información de la tabla presenta la cifra está en miles.

### **Tabla 16**

*Saldos acumulados (en miles).*

Flujo mensual	23.656	6.232	13.855	8.410	7.321	17.120	18.210	6.230	7.320	6.678	6.232	28.010
Flujo mensual acumulado	149.282											

*Fuente.* Elaboración propia.

## **Inversiones**

### ***Inversión Inicial***

Los conceptos que incluyen la inversión para iniciar el proyecto están relacionados con

#### **Tabla 17**

##### *Conceptos de inversión*

Inscripción cámara de comercio de la dorada por caldas Fontur RNT TRA
Compra de licencias permisos de software
Hosting página web y redes sociales
1 computador portátil
Investigación del mercado y aliados clave para la puesta en marcha
Conexión a internet

*Fuente.* Elaboración propia.

### ***Inversión Total***

La inversión necesaria para iniciar el proyecto de emprendimiento está relacionada con maquinaria y equipo, los cuales son un computador portátil, también se encuentran los estudios de investigación del mercado específicamente los prestadores de servicios turísticos del municipio de Marquetalia, igualmente, los gastos legales de conformación de la empresa se relacionan con el registro en cámara de comercio, fondo nacional de turismo, registro nacional de turismo, y DIAN, así mismo, los gastos de marketing tiene que ver con la inversión y pago en los canales de comunicación tanto tradicionales como redes sociales, por último, están los sueldos del personal de trabajo como se detalla a continuación

**Tabla 18***Inversión total*

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	2.000.000
	Equipo de oficina	0
	Terrenos	0
	Muebles y enseres	0
	Equipo de transporte	0
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	2.000.000
	Adecuación del local o espacio de producción	0
	Gastos legales de constitución	350.000
	Marketing	100.000
	Arriendo	0
	Sueldos	1.650.000
Capital de trabajo		
Total		6.100.000

*Fuente.* Elaboración propia.

### **Fuentes de Capital de Inversión**

Para iniciar a operar se contemplan las siguientes alternativas. Solicitud de crédito propulsor en entidades bancarias por valor de 6.100.000. Generación de alianza estratégica con los proveedores de servicios turísticos, en la cual entre todos se asuman los costos de creación y funcionamiento de una agencia local de turismo. Ahorros propios, con el fin de crear una empresa unipersonal.

### **Precio Promedio de Servicios Sustitutos o Similares en el Mercado**

En Marquetalia Caldas actualmente solo se encuentra una empresa que presta servicios similares o sustitutos al de paquetes turísticos la cual es la agencia de turismo Marquetalia Ancestral, sin embargo, esta agencia está enfocada en la reventa de los servicios turísticos, elevando el margen de utilidad hasta un 40% en algunos casos.

En el sector del alojamiento, consideramos, que el principal sustituto es la aplicación Booking, no obstante, no es muy utilizada por los hoteles en el municipio.

En cuanto a los restaurantes y experiencias gastronómicas, no existe ningún prestador que ofrezca una propuesta tan completa como nosotros.

Con respecto a las guías, caminatas y tour, no hay una empresa que preste este servicio en el municipio de Marquetalia.

### **Estrategias de Mercadeo Enfocadas al Precio**

Nuestra estrategia de mercadeo para el precio de venta establecido en 36.890 pesos. Consiste en enfocarnos en ofrecer una variedad de servicios turísticos en Marquetalia, Caldas, como consientes que, al aumentar el precio de venta en comparación con el precio de venta directo del prestador de servicios turísticos, debemos crear valor agregado a nuestros servicios para justificar estos incrementos.

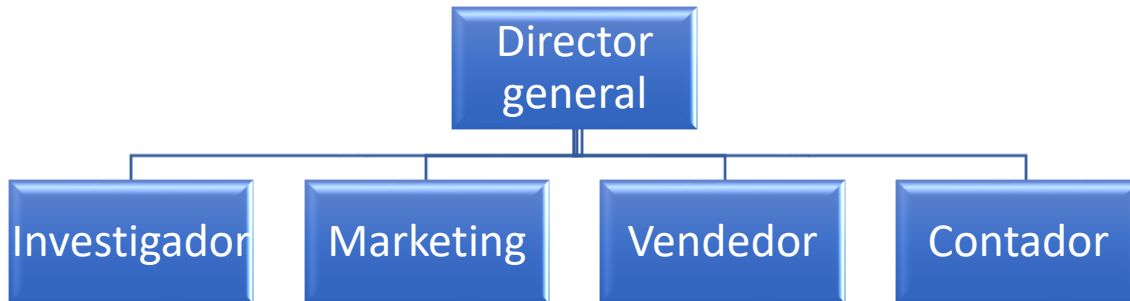
Así pues, nuestra propuesta de valor está sustentada en la calidad de información que le ofrecemos a turistas y consumidores de estos servicios. Por lo tanto, nos enfocamos en generar una estrategia enfocada en la calidad mas no en el precio. En consecuencia, al elegirnos, no solo se está comprando un servicio turístico, sino una experiencia completa y variada en Marquetalia, Caldas, ahorrando tiempo y obteniendo el mejor servicio.

### **Precio Estimado que Estarían Dispuestos a Pagar por los Servicios en el Mercado**

Entendemos que nuestros clientes buscan una variedad de servicios turísticos a precios competitivos, por lo tanto, nuestro enfoque se basa en ellos puedan encontrar toda la oferta turística de Marquetalia Caldas en un solo lugar, ahorrando tiempo de búsqueda y dinero en transporte innecesario. Igualmente, hemos estudiado los precios de otras empresas de turismo en Marquetalia, y nos encontramos dentro de un rango competitivo.

### **Organigrama. Ecoturismo Comunitario Marquetalia**

La empresa está pensada inicialmente en una sola persona encargada de realizar los procesos de, recolección de información de los prestadores turísticos, creación de del contenido y estrategias de marketing, y venta de paquetes. No obstante, se pretende que con el avance del tiempo se haga necesario ampliar el personal de la empresa de la siguiente manera.

**Figura 24***Organigrama*

*Fuente.* Elaboración propia

**Manual de Funciones**

El manual de funciones permite delegar las labores de cada uno de los miembros del equipo de trabajo, es importante tener en cuenta que para el inicio de operaciones del proyecto solo se tiene en cuenta un operador, encargado del total de actividades debido a que la carga laboral será baja, mientras el proyecto se da a conocer en la región.

**Tabla 19***Manual de funciones.*

Cargo	Funciones.
Director General	<p>Establecer la visión y misión de la empresa.</p> <p>Desarrollar y ejecutar estrategias a largo plazo.</p> <p>Tomar decisiones importantes para la empresa.</p> <p>Representar a la empresa ante los stakeholders.</p> <p>Supervisar las operaciones diarias de la empresa.</p>
Investigador de Prestadores de Servicios Turísticos	<p>Investigar y evaluar proveedores de servicios turísticos.</p> <p>Establecer relaciones con proveedores de servicios.</p> <p>Negociar contratos y términos con proveedores.</p> <p>Asegurar que los servicios cumplen con las normas y regulaciones locales.</p> <p>Mantenerse actualizado sobre las tendencias y cambios en la industria del turismo. (“Temporada de mitad de año: tips de ventas para las agencias de viajes”)</p>
Creador de Contenido Digital	<p>Crear y publicar contenido atractivo y relevante para la audiencia objetivo en plataformas digitales.</p> <p>Colaborar con el equipo de marketing para desarrollar una estrategia de contenido.</p> <p>Mantenerse al día con las últimas tendencias en contenido digital y turismo.</p> <p>Medir y analizar el rendimiento del contenido.</p> <p>Coordinar con otros equipos para asegurar que el contenido refleje la marca y los objetivos de la empresa.</p>
Vendedor de Paquetes Turísticos	<p>Vender paquetes turísticos a clientes potenciales.</p> <p>Proporcionar información detallada sobre los paquetes turísticos a los clientes.</p> <p>Resolver dudas y preguntas de los clientes sobre los paquetes turísticos.</p> <p>Mantener un registro de las ventas y proporcionar informes a la gerencia.</p> <p>Trabajar con el equipo de marketing para promover los paquetes turísticos.</p>
Contador	<p>Preparar y mantener actualizados los registros contables de la empresa.</p> <p>Realizar análisis financieros y preparar informes financieros.</p> <p>Coordinar y completar auditorías internas y externas.</p> <p>Asegurar el cumplimiento de las normas fiscales y contables.</p> <p>Preparar y presentar declaraciones de impuestos.</p> <p>Supervisar las transacciones financieras y los procedimientos contables de la empresa.</p> <p>Trabajar con la gerencia para desarrollar y mejorar los sistemas financieros y los procedimientos contables.</p> <p>Proporcionar asesoramiento financiero y estratégico a la gerencia.</p>

*Fuente.* Elaboración propia.

## Conclusiones

Las iniciativas empresariales. permiten la creación de soluciones innovadoras a problemas sociales, generando un impacto positivo en las comunidades. Además, estas iniciativas, no solo buscan la rentabilidad económica, sino que también se enfocan en el bienestar social, lo que las convierte en un motor importante para el cambio social.

el proyecto de emprendimiento Ecoturismo Comunitario Marquetalia, tiene un gran potencial para generar un impacto social positivo y sostenible. El valor social del proyecto radica en su capacidad para promover el turismo ecológico y sostenible, lo que puede contribuir a la conservación del medio ambiente y al desarrollo de la comunidad local. El modelo de negocios, por otro lado, proporciona una estructura sólida para la implementación y gestión eficaz del proyecto, asegurando su viabilidad económica a largo plazo.

La propuesta de valor y el modelo Canvas para el proyecto de emprendimiento Ecoturismo Comunitario Marquetalia, brindan estrategias bien definidas para lograr sus objetivos. La propuesta de valor destaca la singularidad del proyecto, enfocándose en el ecoturismo y la participación comunitaria, lo que puede atraer a un público objetivo interesado en experiencias turísticas sostenibles y auténticas.

El modelo Canvas, proporciona una visión clara de cómo el proyecto funcionará en términos de estructura, recursos, actividades, socios, canales, segmentos de clientes, relaciones con los clientes, flujos de ingresos y estructura de costos. Este modelo permite al proyecto tener una visión integral de su funcionamiento, facilitando la toma de decisiones estratégicas y la identificación de posibles áreas de mejora.

Las estrategias de mercadeo para el proyecto de emprendimiento Ecoturismo Comunitario Marquetalia, son esenciales para el éxito y la sostenibilidad del proyecto, puesto que, permiten al proyecto alcanzar su público objetivo de manera efectiva, promover sus servicios de ecoturismo y destacar su compromiso con la comunidad y el medio ambiente.

La planificación operativa proporciona una hoja de ruta clara para las actividades diarias del proyecto, asegurando que todas las operaciones se realicen de manera eficiente y efectiva, además que incluye la gestión de recursos, la coordinación de actividades de ecoturismo, y la interacción con la comunidad local y los visitantes. Mientras que, la planificación financiera garantiza la viabilidad económica del proyecto, involucrando la estimación de costos, la identificación de fuentes de ingresos, la gestión de flujos de efectivo y la preparación para posibles riesgos financieros.

### Referencias Bibliográficas

- Aguilar Morales, S. (Coord.) & Ocampo Carapia, L. A. (Coord.). (2018). De emprendedor a empresario: haga que su negocio ¡sea negocio! (p.p.47-52). Grupo Editorial Patria.  
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/111870>
- Boero, C. (2020). Evaluación de proyectos. Jorge Sarmiento Editor - Universitas.  
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/172500>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p. 135-158). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=136>
- DANE. (2024). IPC información técnica .
- Galindo, G. (2019). El Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados; Desing Thinking: a technique that conquers new markets. Grado Cero, 1 (2019). <https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/grado/article/view/858>
- Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking. [Archivo de video]. <http://hdl.handle.net/10596/21685>
- Pacheco Coello, C. E. (2021). Metodología en casos reales de evaluación de proyectos. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/174907>
- Peña Huaytalla, E. (2019). Desing Thinking - 3. Universidad Continental; Repositorio Institucional - Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/6673>

Quaranta, N. (2020). Planes de negocio. Editorial Universidad Adventista del Plata.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238>

Terridata . (2024). municipio de Marquetalia