

**Propuesta para la construcción de una propuesta de ecoturismo en la ciénaga Juan Esteban  
en Barrancabermeja, Colombia**

Melissa Benavides Vanegas

Maribel Flórez

Verónica Marín

Miguel Ángel Moyano

Lady Consuelo Valverde

Asesora

Sindy Nieto Jara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Diplomado de Profundización para Tecnologías de Gestión del Marketing para el

Emprendimiento Social “Proyectar los recursos operativos y financieros”

2024

## Resumen

Este proyecto tiene como objetivo incentivar la consciencia social y emprendedora que combina las estrategias, valores y acciones tendientes a alcanzar los objetivos, por medio de la conservación de los ecosistemas, de la mano de la comunidad y así integrar las diferentes áreas de entretenimiento, principalmente las ecoturísticas, haciendo participe a las familias en actividades, para de este modo contribuir a la generación de oportunidades de empleo, y turismo regional. Se resalta entonces, el componente social del proyecto para de este modo dar cumplimiento al objetivo de mejorar la economía y los factores ambientales en las zonas urbanas y rurales que conforman la ciénaga de Juan Esteban. En función de lo planteado, debe señalarse que el proyecto más que buscar generar competencia en el campo del turismo, busca impulsar la conservación de ecosistemas primordiales para el buen funcionamiento de comunidades que pueden nutrirse de dichos recursos a partir de un modelo sustentable que busca preservar la zona natural y ayudar a las comunidades cercanas. Finalmente, dentro los componentes del proyecto a resaltar se encuentran una serie de procesos y estrategias, las cuales van desde el posicionamiento hasta la diferenciación en el campo, esto a través de los diferentes prototipos y las ventajas que la tecnología nos ofrece para lograr promocionar las facetas de proyecto al público. En el análisis también se evidencia el gran impacto que puede tener a distintas escalas y dimensiones territoriales

***Palabras clave:*** Turismo, ecosistema, conservación.

### **Abstract**

This project aims to encourage social and entrepreneurial awareness that combines strategies, values and actions aimed at achieving the objectives, through the conservation of ecosystems, hand in hand with the community and thus integrate the different areas of entertainment, mainly ecotourism, involving families in activities, in order to contribute to the generation of employment opportunities. and regional tourism. The social component of the project is then highlighted in order to fulfill the objective of improving the economy and environmental factors in the urban and rural areas that make up the Juan Esteban swamp. Based on the above, it should be noted that the project, rather than seeking to generate competition in the field of tourism, seeks to promote the conservation of ecosystems that are essential for the proper functioning of communities that can be nourished by these resources from a sustainable model that seeks to preserve the natural area and help nearby communities. Finally, within the components of the project to be highlighted are a series of processes and strategies, which range from positioning to differentiation in the field, this through the different prototypes and the advantages that technology offers us to promote the facets of the project to the public. The analysis also shows the great impact it can have at different scales and territorial dimensions.

***Keywords:*** Tourism, ecosystem, conservation.

## Tabla de Contenido

Introducción .....	9
Identificación de la Problemática.....	10
Objetivos.....	11
Objetivo General .....	11
Objetivos Específicos.....	11
Valor Social y Modelo de Negocio.....	12
Valor Social .....	12
Modelo de Negocio Sostenible .....	12
Informe.....	13
Fase de Empatía .....	13
Fase de Definición .....	15
Fase de Ideación.....	16
Fase de Prototipado.....	17
Fase de Testeo.....	18
Propuesta de Valor.....	19
Socios Clave.....	20
Recursos Clave.....	21
Actividades Clave .....	21
Relaciones con el Cliente.....	22
Segmentos de Clientes .....	22
Canales.....	22
Estructura de Costes.....	23

Fuentes de Ingresos .....	23
Estrategias de Mercadeo .....	243
Marca, Imagen y Eslogan del Proyecto .....	254
Logo .....	254
Eslogan.....	254
Grupo Objetivo del Proyecto .....	265
Segmentación .....	265
Segmentación Demográfica .....	265
Segmentación Psicográfica .....	276
La Competencia .....	298
Aliados Clave del Modelo de Negocio del Proyecto de Emprendimiento Social .....	310
Accionistas y Empresas de Turismo .....	310
Madres Cabeza de Hogar .....	310
Empresas Recicladoras .....	331
Influencers Locales .....	321
Instituciones Educativas.....	321
Pescadores y Agricultores.....	321
Estrategias de Mercadeo Tradicionales .....	332
Estrategia de Comunicación .....	332
Estrategia de Posicionamiento .....	343
Estrategia de Diferenciación .....	34
Prototipos De Los Contenidos .....	354
Redes Sociales .....	354

Instagram.....	354
Post de instagram.....	34
Historias de Instagram.....	35
Facebook.....	375
Historias de Facebook.....	36
YouTube .....	387
Página web .....	387
Vínculos a las redes sociales: a los perfiles y grupos .....	38
Recursos Operativos y Financieros.....	38
Proveedores.....	38
Recursos Humanos.....	38
Maquinaria y Equipos .....	38
Instalación.....	39
Costos y Gastos De Operación .....	410
Costos y Gastos Fijos de Operación .....	411
Costos y Gastos Fijos de Operación .....	421
Pronóstico de Ventas.....	421
Costos de Ventas de Servicios .....	443
Proyección de Ventas.....	474
Capital de Trabajo.....	506
Inversiones .....	506
Conclusiones.....	527
Referencias Bibliográficas .....	50

**Lista de Tablas**

<b>Tabla 1</b> <i>Diagrama de prioridades</i> .....	144
<b>Tabla 2</b> <i>Costos y gastos fijos de producción</i> .....	41
<b>Tabla 3</b> <i>Costos y gastos de producción Ciénaga Juan Esteban</i> .....	42
<b>Tabla 4</b> <i>Pronóstico de ventas 2024-206 Eco-parque Ciénaga Juan Esteban</i> .....	43
<b>Tabla 5</b> <i>Presupuessto de costo de ventas y servicios-Ecoparque Juan Esteban</i> .....	44
<b>Tabla 6</b> <i>Presupuesto de ventas Ciénaga Juan Esteban año 2024</i> .....	48
<b>Tabla 7</b> <i>Capital de trabajo Ciénaga Juan Esteban</i> .....	50
<b>Tabla 8</b> <i>Inversiones Eco-hotel Juan Esteban</i> .....	51

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Mapa Mental</i> .....	15
<b>Figura 2</b> <i>Lluvia de Ideas</i> .....	16
<b>Figura 3</b> <i>Prototipo Eco-Hotel Juan Esteban</i> .....	17
<b>Figura 4</b> <i>Poster</i> .....	18
<b>Figura 5</b> <i>Canvas del Modelo de Negocio</i> .....	19
<b>Figura 6</b> <i>Estrategias de Mercadeo</i> .....	24
<b>Figura 7</b> <i>Logo</i> .....	25
<b>Figura 8</b> <i>Tipos de Segmentación</i> .....	28
<b>Figura 9</b> <i>Post para la Cuenta de Instagram: cienagaesteban2000_</i> .....	35
<b>Figura 10</b> <i>Instagram Historias</i> .....	36
<b>Figura 11</b> <i>Anuncio Publicitario para Facebook</i> .....	37
<b>Figura 12</b> <i>Post para Historias de Facebook</i> .....	38

## **Introducción**

El proyecto de la ciénaga Juan Esteban centraliza sus esfuerzos en la práctica del ecoturismo y el turismo cultural de Barrancabermeja. Para ello, se integra el componente social de sus pobladores a fin de dar a conocer la diversidad de su cultura mediante actividades turísticas; se busca entonces, llegar a turistas de origen nacional como extranjero con variedad de oferta acorde a los diferentes gustos. El presente informe estructura las estrategias de mercadeo de tal manera que dinamice la competitividad del proyecto social en el mercado, por lo que se proyecta entablar un proyecto social, con fines ecológicos que contribuyan al desarrollo, a la conservación y cuidado del entorno afectado.

Se identificaron los aspectos más importantes del proyecto, al igual que los medios de comunicación que se emplearan para el plan de mercadeo en redes sociales y medios convencionales para la difusión del emprendimiento como guía en la formulación de la propuesta y las variables más determinantes en su desarrollo. Este modelo enfoca los puntos claves del proyecto con el fin de encaminar propuestas hacia soluciones asertivas. Es por ello que se estructura la finalidad de las acciones propuestas con los diferentes sectores de la comunidad, puesto que se trazan mejoras en las estrategias para la obtención de mejores resultados.

### **Identificación de la Problemática**

El cuidado de los ecosistemas es fundamental para preservar la salud ambiental del planeta, y a su vez pieza clave para el sustento de innumerables familias. Sin duda alguna, los factores de pobreza son los que generan mayor perjuicio a los habitantes de la ciudad de Barrancabermeja, lo cual requiere atención, pues cuenta con grandes riquezas como lo son los recursos de flora y fauna. De tal modo, se plasmó una investigación académica en donde se logró identificar la base de la problemática dispuesta a solucionarse, en la que se trata de contribuir a la reducción del modelo económico de pobreza, para generar mayor oportunidad de empleos y lograr reactivar el turismo con un enfoque social que beneficie a la comunidad. Según Cardozo (2006) un concepto base, es el de la sostenibilidad económica:

ya que al ser un destino con vocación turística se convierte en un producto, con características rentables y viables hacia el futuro, para que todos cuanto dependen de él sigan aprovechándose del mismo, al tiempo que lo preserva y cuida para que sigan usándolo para tales fines y así mantener una economía más consolidada, aportando un desarrollo económico duradero a la comunidad involucrada (p. 13).

Teniendo en cuenta lo anterior se logra identificar un problema latente como lo es la contaminación ambiental, ya que como se mencionó anteriormente en el sector se cuenta con la presencia de importantes elementos naturales como las fuentes hídricas de mucho valor para la ciudad las cuales se encuentran en un alto grado de contaminación y abandono, ya que al no tener un uso específico definido y controlado, los habitantes las han usado como depósitos para arrojar los desechos sólidos y líquidos del sector.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Mejorar la economía y los factores ambientales en las zonas urbanas y rurales que conforman la Ciénaga de Juan Esteban.

### **Objetivos Específicos**

Reconocer en el estudio financiero la viabilidad del proyecto

Cumplir a cabalidad las propuestas de mercadeo y ventas con el fin de llegar correctamente al público objetivo

Mejorar las ganancias de los emprendedores en las zonas rurales

Educar y motivar a la población

Generar empleo para madres cabeza de hogar

Mejorar la calidad de vida de la población local

Conservar el medio ambiente explotando los recursos ecológicos del lugar.

## **Valor Social y Modelo de Negocio**

### **Valor Social**

Buscamos promover el desarrollo integral de las comunidades rurales y urbanas de la Ciénaga de San Esteban. A través de este proyecto socio-comunitario queremos lograr que los derechos y aspiraciones de todas las familias se puedan cumplir, generado a partir del vínculo, la participación e integración comunitaria.

Bajo una economía solidaria se busca integrar a las madres cabeza de hogar y toda la comunidad que se encuentre vulnerable, hogares con bajos ingresos y oportunidades limitada; jóvenes y toda la población que se encuentre desempleada con el fin de lograr una coalición que potencialice la economía de la región.

### **Modelo de Negocio Sostenible**

Con base en la gran diversidad de flora y fauna que posee la ciénaga lo ideal es prevalecer los recursos ecológicos generando así la oportunidad de aprovechar dichos recursos, ideando alternativas de proyectos con fines de descontaminación y tratamiento de aguas residuales. Debido a su gran potencial para la constitución de un emprendimiento turístico por la diversidad de su ecosistema y ubicación geográfica, es perfecto para el cuidado del medio ambiente y la generación de un aumento considerable en los servicios y funciones ecosistémicos. Entre las propuestas, el turista o visitante tendrá una experiencia de pesca, caminata ecológica, gastronomía de la región y artesanías, (recuerdos).

## **Informe**

### **Fase de Empatía**

El proceso de Design Thinking comienza con una profunda comprensión de las necesidades de los usuarios implicados en la solución que estemos desarrollando, y también de su entorno. Personas en general, clientes, empleados. Debemos ser capaces de ponernos en la piel de dichas personas para ser capaces de generar soluciones consecuentes con sus realidades.

Para Vargas & Del Castillo (2008):

las pequeñas empresas exitosas también han emulado a sus pares en el segmento de la mediana y la gran empresa en el sentido de adoptar una mayor conciencia con relación al impacto social, ambiental y en la salud asociado a sus actividades (p. 74).

**Tabla 1***Diagrama de prioridades*

		Urgencia		
Impacto	Debe Hacer	1. Conservación y uso sostenible de la ciénaga de Juan Esteban	2. Diseñar un proyecto medioambiental que contribuya a la recuperación de la ciénaga de Juan Esteban	3. Establecer un plan estratégico que articule las problemáticas principales: conservación del Medioambiente y la Erradicación de la pobreza
	Necesita Hacer	4. Establecer las actividades necesarias teniendo en cuenta los recursos	5. Beneficiar a los actores que tienen presencia en la zona, tanto del sector productivo (Agricultura, pesca y ganadería) como institucional.	6. Recuperar la navegación y la actividad de pesca artesanal, la adecuación y conservación de tierras, el aprovechamiento sostenible y la preservación del medio ambiente, los recursos ictiológicos y demás recursos naturales renovables.
	Deberia Hacer	7. Mejorar la infraestructura turística de una manera autosostenible y amigable con el medio ambiente.	8. Aportar al fortalecimiento de la soberanía alimentaria y la adopción de prácticas sociales de conservación, mediante proyectos ambientales sostenibles en articulación con las necesidades del territorio.	9. Preservar los saberes ancestrales de quienes toda su vida han vivido cerca de las ciénagas y han cuidado de ellas, reafirmando como nuevos promotores ambientales de estas áreas, que son fuente de vida y sustento para las comunidades que lo conforman
	Podria Hacer	10. Adelantar iniciativas socioambientales que forman y sensibilizan a las comunidades vecinas. en procesos de educación ambiental.	11. Impulsar el potencial turístico natural de la Ciénaga, proporcionando a los visitantes la infraestructura mínima necesaria para el disfrute de las virtudes ecoturísticas de esta región	12. Capacitar a los habitantes para ofrecer sus servicios y productos turísticos. Aquí tendrán oportunidad todas las mujeres con los programas de emprendimiento, los pescadores, la gastronomía y las muestras culturales.

*Nota.* La tabla prioriza acciones para la conservación y desarrollo sostenible de la ciénaga de

Juan Esteban, desde medidas urgentes hasta iniciativas potenciales. *Fuente.* Autoría propia.

## Fase de Definición

Durante la fase de definición, debemos cribar la información recopilada durante la fase de empatía y quedarnos con lo que realmente aporta valor y nos lleva al alcance de nuevas perspectivas interesantes. Identificaremos problemas cuyas soluciones serán clave para la obtención de un resultado innovador.

### Figura 1

#### Mapa mental



*Nota.* La figura presenta un proyecto ecosostenible para la Ciénaga de Juan Esteban, abarcando seis ejes: innovación, experiencia, economía, educación, productividad e inclusión. *Fuente.*

Autoría propia.

## Fase de Ideación

La etapa o fase de ideación tiene por objetivo la generación de un sinnúmero de opciones. No debemos quedarnos con la primera idea que se nos ocurra. En esta fase, las actividades favorecen el pensamiento expansivo y debemos eliminar los juicios de valor. A veces, las ideas más estrambóticas son las que generan soluciones visionarias.

### Figura 2

#### Lluvia de ideas



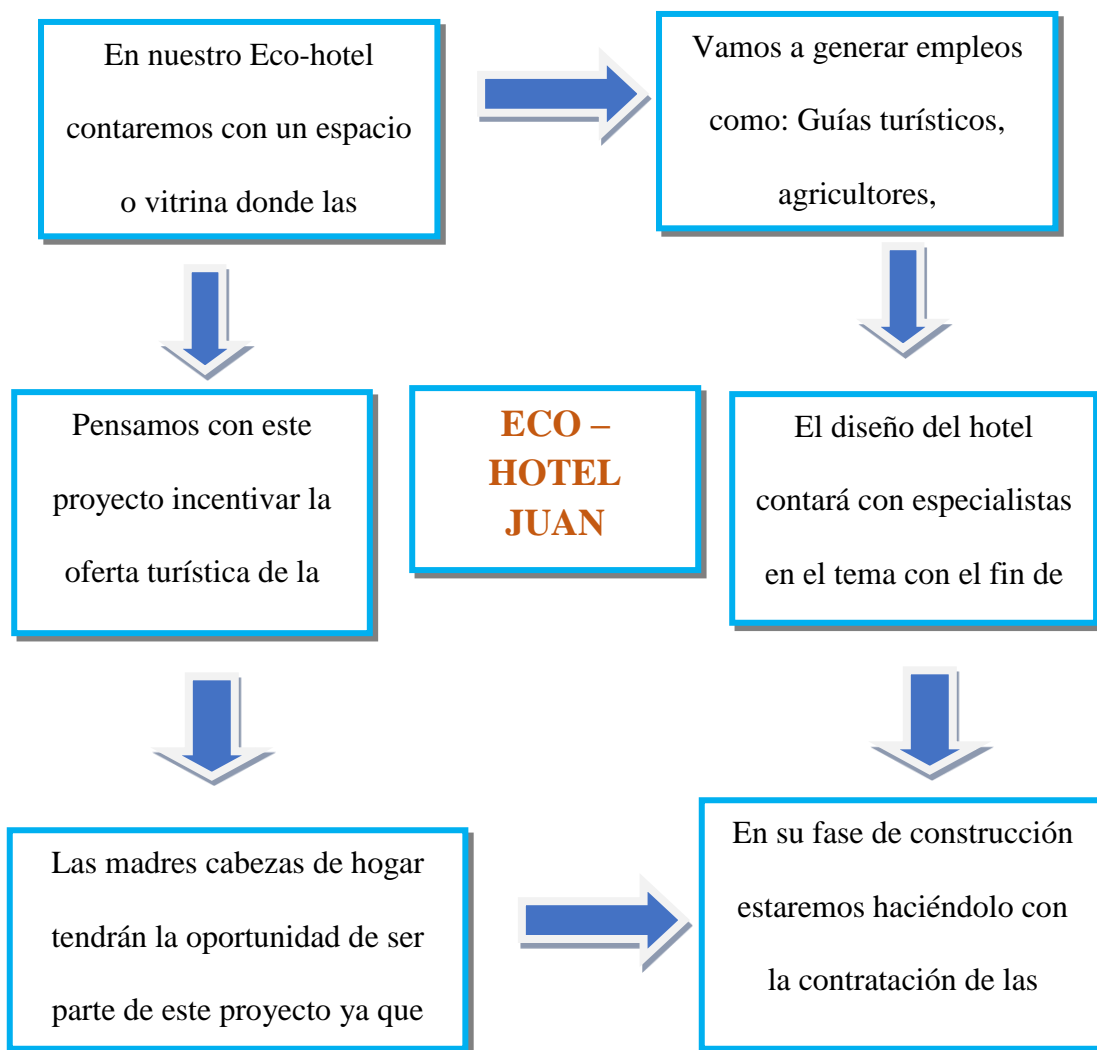
*Nota.* La imagen presenta una lluvia de ideas para el desarrollo turístico sostenible de la Ciénaga Juan Esteban, incluyendo propuestas como un eco-hotel, pesca turística, senderismo, safari fotográfico y un parque ecológico. *Fuente.* Autoría propia.

## Fase de Prototipado

En la etapa de prototipado volvemos las ideas realidad. Construir prototipos hace las ideas palpables y nos ayuda a visualizar las posibles soluciones. Además, pone de manifiesto elementos que debemos mejorar, refinar o cambiar antes de llegar al resultado final.

**Figura 3**

*Prototipo Eco-Hotel Juan Esteban*



*Nota.* El esquema detalla las características y beneficios del proyecto Eco-Hotel Juan, enfocándose en empleo local y turismo sostenible. *Fuente.* Autoría propia.

## Fase de Testeo

Durante la fase de testeo, probaremos nuestros prototipos con los usuarios implicados en la solución que estemos desarrollando. Esta fase es crucial, y nos ayudará a identificar mejoras significativas, fallos a resolver, posibles carencias. Durante esta fase evolucionaremos nuestra idea hasta convertirla en la solución que estábamos buscando.

## Figura 4

Poster



*Nota.* Se describen las características y actividades del Eco-Hotel Juan Esteban: cabañas ecológicas, alojamiento sostenible, senderismo, pesca artesanal y gastronomía local. *Fuente.* Autoría propia.

## Propuesta de Valor

Somos un proyecto ecoturístico que busca principalmente preservar los ecosistemas de la Ciénaga Juan Esteban, de la mano de la comunidad se pretende integrar las diferentes áreas de entretenimiento principalmente las ecoturística, haciendo participe a las familias en actividades ambientales a precios asequibles convirtiéndose en una excelente opción para los hogares, estudiantes y público en general. Una manera diferente de diversión que contribuye a la generación de oportunidades de empleo, y turismo regional.

**Figura 5**

*Canvas del modelo de negocio*



*Nota.* El canvas muestra un modelo de negocio integral para un proyecto ecoturístico sostenible y socialmente responsable. *Fuente.* Autoría propia.

Dentro del componente social el proyecto busca trabajar de la mano con las madres cabeza de hogar en el área de la gastronomía y artesanías, al igual que con los pescadores de la región quienes se busca formalizar y estructurar para que puedan brindar desde su experiencia un valor agregado a los visitantes.

Buscamos por medio del turismo sostenible o turismo sustentable implementar los principios de la sostenibilidad, minimizando el impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, al tiempo que se busca generar ingresos y empleo para la población nativa. Teniendo en cuenta estos elementos, el turismo debe realizarse enfocando sus esfuerzos en factores de sostenibilidad para salvaguardar la riqueza natural y cultural que posee el sector, bajo el respeto hacia la naturaleza, su cultura y gente, pues son aspectos importantes que hay que considerar al momento de emprender esta actividad productiva.

### **Socios Clave**

El proyecto consiste en ofrecer una gama de servicios que logren satisfacer las necesidades de los turistas, siendo una empresa versátil tanto para los clientes como para proveedores. Así mismo lograr los objetivos financieros y sociales, para ello buscamos socios estratégicos como:

Accionistas

Empresas recicladoras

Alianzas estratégicas con empresas de turismo

Influencers locales

Instituciones educativas

Pescadores, agricultores y madres cabeza de familia

Convenios con centros comerciales y entidades de transporte

**Recursos Clave**

Los recursos clave son las riquezas naturales y culturales de la región en conjunto con la comunidad se busca unir experiencias y conocimiento de la población local, por eso es importante los siguientes recursos:

Ubicación

Uso de materiales reciclables para la adecuación de puntos de encuentro.

Personal idóneo y capacitado

Capital de inversión

**Actividades Clave**

Prestar servicios de turismo en grupo, para que la gente conozca nuestro territorio, a precios competitivos, mediante el diseño y organización de paquetes turísticos de excelente calidad. Por tal motivo es necesario contar con:

Diseño de paquetes turísticos

Convenios con instituciones educativas

Grupos de camping y fogata

Pesca turística

Gastronomía regional

Talleres ecológicos para niños

Senderismo

Safari fotográfico

## **Relaciones con el Cliente**

Respeto y autenticidad es lo que buscamos ofrecerles a las comunidades anfitrionas, conservando su patrimonio sociocultural y sus valores tradicionales por tal motivo buscamos estrechar este vínculo con los visitantes ofreciéndoles:

Atención personalizada con los clientes

Equipo de apoyo en las diferentes áreas

Seguridad constante

Atención y rápida solución a peticiones, quejas y reclamos

## **Segmentos de Clientes**

El nicho de mercado al cual ira dirigido el proyecto es principalmente la población cercana que por medio del voz a voz logre una publicidad cercana. Con esto se contribuye a crear una imagen reconocida a nivel nacional para este fin necesitamos impactar a:

Grupos familiares

Jóvenes amantes de la aventura

Instituciones educativas

Empresarios

Turistas y extranjeros

## **Canales**

Los medios digitales se convierten en nuestro canal más importante seguido de un área comercial encargado de ofrecer los diferentes paquetes turísticos

Redes sociales

Volantería

Posters

Radio

Recomendaciones de clientes

Ferias nacionales

Página web

### **Estructura de Costes**

Costos fijos: personal administrativo y operativo, pólizas y seguros, impuestos, servicios públicos, suministros de oficina y para las actividades, dotación,

Costos variables: materiales reciclables para el ecoturismo, costos de equipamiento para diferentes actividades, costos de mantenimiento de los recursos ecológicos, costos de marketing y publicidad.

### **Fuentes de Ingresos**

Los recursos financieros se concentrarán en desarrollar un programa de economía solidaria con la población autóctona de la región. La compra por parte de los empresarios, visitantes y turistas de bienes y servicios elaborados y suministrados por la comunidad local como:

Venta y alquiler de equipo de camping

Venta y alquiler de elementos de pesca

Servicios de restaurante y pesca deportiva

Venta de paquetes turísticos

Ventas de paquetes de actividades para niños

Venta de artesanías y recuerdos.

## Estrategias de Mercadeo

**Figura 6**

*Estrategias de mercadeo*



*Nota.* La imagen presenta cinco beneficios clave del ecoturismo en la Ciénaga Juan Esteban, enfocándose en la conexión con la naturaleza, impacto comunitario, educación ambiental, estilos de vida saludables y experiencias personalizadas. *Fuente.* Autoría propia.

## Marca, Imagen y Eslogan del Proyecto

### Logo

Es una representación de lo que es la ciénaga, su diversidad de flora y fauna con especies y animales de la región, como son la palma, el bagre y la garza

### Figura 7

#### Logo



*Nota.* El logo de la Ciénaga Juan Esteban presenta una palmera central, rodeada por una garza y un pez, con el lema "Familiarízate con la naturaleza". *Fuente.* Autoría propia.

### Eslogan

Resaltamos la palabra familia porque se desea transmitir que es un sitio para compartir en familia y en paz con la naturaleza.

## Grupo Objetivo del Proyecto

Al identificar este grupo objetivo aseguramos que nuestro proyecto cumpla con su misión y visión trabajando desde lo social porque se compone de un modelo sustentable que busca preservar la zona natural y ayudar a las comunidades cercanas. Al definir nuestros grupos de consumidores tenemos la oportunidad de obtener los recursos y los ingresos previstos para el funcionamiento del proyecto, el estudio del posicionamiento de una marca o empresa implica la identificación del perfil típico percibido de la misma, a partir de los atributos más significativos para un público determinado (Hartman et al., 2002). Por esta razón y de acuerdo con su capacidad económica seleccionamos los siguientes:

Por rango de edad: (Personas desde los 5 años – 60 años)

Por estrato: (de 3 a 6)

Grupos Familiares

Turistas y extranjeros

Los empleados de las empresas de la región

Los estudiantes y personal de las Instituciones educativas

Jóvenes amantes de la aventura, la pesca, la naturaleza y al bienestar y /o descanso.

## Segmentación

### *Segmentación Demográfica*

Tenemos en cuenta la edad, el Ingreso, la educación, la nacionalidad y la ocupación

**Edad.** Para este rango segmentamos a personas entre los 5 y 60 años ya que pensamos en la seguridad de nuestros visitantes. En la ciénaga se pueden encontrar animales silvestres, flora y fauna y fuentes hídricas que no es por demás tener en cuenta que un rango menor a los 5 o mayor a los 60 ya no se pueda manejar.

**Ingreso.** Es un factor muy importante en el desarrollo económico de nuestro proyecto ya que allí perfilamos la capacidad de compra de cada visitante.

**Educación.** Al segmentar la educación tendremos el acceso y la oportunidad de brindar diversión, pero a la vez conocimiento al personal de escuelas, colegios y universidades que nos pueden ayudar a difundir nuestra existencia y abrir quizá otros mercados de consumo.

**Nacionalidad.** Al segmentar este factor tenemos la oportunidad de migrar con nuestras atracciones a mercados internacionales que de cierta manera nos estaría ayudando a un posicionamiento.

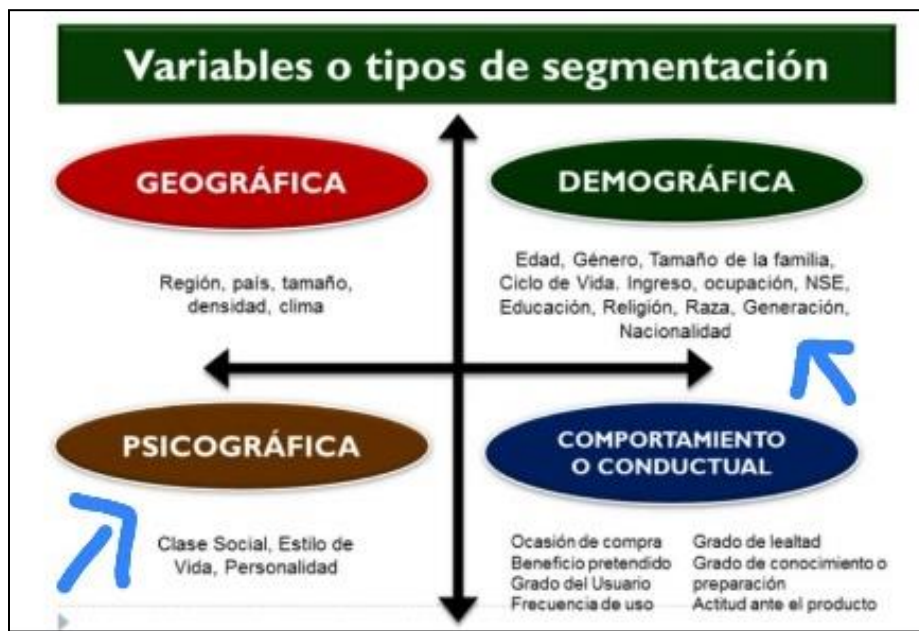
**Ocupación.** Al ofrecer los servicios de pesca turística, personas apasionadas por la aventura tendremos el beneficio de atraer a más personas que les guste practicar deporte profesional, senderismo y que les guste nuestros servicios y nos recomiende al resto de colegas.

### ***Segmentación Psicográfica***

Tenemos en cuenta la clase social (estrato) su estilo de vida y personalidad.

**Estrato.** Es importante para nosotros que las personas tengan capacidad de compra, por eso la segmentación está basada en aquellas personas que pertenezcan a las empresas, al deporte extremo y a las familias que les guste la diversión.

**Estilo de vida y personalidad.** De acuerdo con esta segmentación aquí ubicamos a aquellas personas que les guste el bienestar, el reiki, la espiritualidad, el descanso, el silencio ya que brindamos servicios que se ajustan a esas necesidades como a aquel que le guste la libertad, la naturaleza, tener hábitos saludables, así como también el estilo de vida de los deportistas y aventureros.

**Figura 8***Tipos de segmentación*

*Nota.* La figura muestra cuatro tipos principales de segmentación de mercado: geográfica, demográfica, psicográfica y conductual, detallando las variables específicas para cada categoría.

*Fuente.* Autoría propia.

## **La Competencia**

Es fundamental realizar un análisis de la competencia. Este análisis permite conocer las fortalezas y debilidades de los competidores que ya operan en el mercado, así como identificar las oportunidades y amenazas para el nuevo negocio. De esta forma, se pueden tomar decisiones más acertadas y asegurar una mayor probabilidad de éxito. Además, se puede identificar oportunidades de mejora y diferenciación lo que contribuirá a una mejor posición en el mercado ya que saber qué es lo que los clientes buscan y qué están dispuestos a pagar por ello se puede diseñar un plan de negocios más efectivo y con mayores posibilidades de satisfacer las necesidades de los clientes.

Barrancabermeja, oficialmente Distrito Especial, Portuario, Industrial, Turístico y Biodiverso de Barrancabermeja, es un distrito colombiano ubicado a orillas del río Magdalena, en la parte occidental del departamento de Santander. Es la ciudad industrial más importante del departamento de Santander, por lo que es importante realizar el estudio de los posibles competidores los cuales se relacionan a continuación:

### **Ciénaga San Silvestre**

Esta ciénaga es uno de los principales ecosistemas húmedos de la región y es el hogar de una gran cantidad de especies de aves. Aquí se realizan actividades de canoa y disfrutar de una experiencia única en contacto con la naturaleza (Aventurero Urbano, 2024).

### **Parque Nacional Natural el Santuario de Fauna y Flora los Colorados**

Este parque es conocido por sus formaciones rocosas únicas y por albergar especies de animales como el oso perezoso el mono aullador y el tigrillo. Está situado a solo 20 minutos en carro de Barrancabermeja.

**Parque Temático El Caney**

Este parque temático está dedicado a la conservación de la fauna y flora local. En él se realizan de actividades como canopy, paseos en cicla senderismo y mucho más (Aventurero Urbano, 2024).

**Río Magdalena**

El río Magdalena es uno de los más importantes de Colombia y atraviesa Barrancabermeja de norte a sur. Aquí se realizan actividades de paseo en lancha y apreciar las vistas panorámicas del río y sus alrededores.

### **Aliados Clave del Modelo de Negocio del Proyecto de Emprendimiento Social**

En el proyecto se pretende ofrecer una gama de servicios que logren satisfacer las necesidades de los turistas, siendo una empresa versátil tanto para los clientes como para proveedores. Asimismo lograr los objetivos financieros y sociales, para ello buscamos socios y alianzas estratégicas:

#### **Accionistas y Empresas de Turismo**

Se propone la generación de alianzas concretas para cocrear soluciones que impulsen un impacto real y que sean significativas para la sostenibilidad y empoderamiento de las comunidades que han apostado por el turismo como herramienta para impulsar su desarrollo y la defensa de su territorio y cultura.

Y de la mano de las empresas de turismo de igual manera se implementarán actividades que impulsarán la sostenibilidad, como paquetes turísticos con variedad de actividades en las diferentes áreas de la ciénaga.

#### **Madres Cabeza de Hogar**

Con los aportes de la mano de obra, como la venta de artesanías y productos hechos a mano por esta comunidad de mujeres, se generará una alianza en la que se podrán obtener ganancias conjuntamente.

#### **Empresas Recicladoras**

Por medio de la recolección de los diferentes materiales de la zona tales como plásticos, cartones y vidrio, los cuales se procederían a llevar a dicha empresa, para luego ser reutilizados en la construcción de materiales didácticos para los talleres de los niños, y en la elaboración de corrales para los diferentes animales de la zona, contribuyendo de esta manera a la conservación del medio ambiente y en especial de la zona afectada que se pretende rescatar.

**Influencers Locales**

Promocionar diferentes eventos y actividades de la zona, pero inicialmente un evento de inauguración sobre innovación en el sector social el cual será el pilar de nuestro emprendimiento. De esta manera se implementarán beneficios como pases mensuales para nuestros colaboradores de redes sociales.

**Instituciones Educativas**

Nuestra principal acción de alianza sería crear paquetes estudiantiles, que tendrán como fin beneficiar a los estudiantes de las diferentes instituciones, ya que tendrán como objetivo incentivar la concientización social y estimular el conocimiento y conservación ecológica.

**Pescadores y Agricultores**

Se establece crear un modelo muy innovador de formar e involucrar a viajeros conscientes que impulsen iniciativas locales que tendrán como base la enseñanza del consumo y pesca responsable.

## **Estrategias de Mercadeo Tradicionales**

Nuestra estrategia principal se basa en promover la enseñanza del consumo y la pesca responsable a partir de las buenas prácticas y la sostenibilidad, así como hacernos presentes por diferentes medios de comunicación, logrando, llegar a ser líderes en la comunidad de la conservación de ecosistemas y generando soluciones que impulsen el verdadero impacto significativo para la sostenibilidad y empoderamiento de la comunidad que está apostando por el turismo como herramienta de desarrollo y rescate de su territorio.

Por lo cual implementamos ambos tipos de medios de difusión, a pesar de ser más los medios digitales, que se convierten en nuestros aliados más importante, seguido de un área comercial encargado de ofrecer los diferentes paquetes turísticos.

### **Estrategia de Comunicación**

Los principales medios de comunicación establecidos en nuestro proyecto serán tanto digitales como tradicionales, por lo que se promoverá nuestro emprendimiento social por medio de diferentes medios como

Redes sociales

Volantería

Posters

Recomendaciones de clientes

Ferias nacionales

Página web

Radio

Dando a conocer nuestra iniciativa y de esta manera, llegando a todo tipo de publico

**Estrategia de Posicionamiento**

Consiste en implementar paquetes promocionales, y talleres para nuestro público objetivo el cual comprende, grupos familiares, y niños de todas las edades, por lo cual es la mejor opción de diversión en familia.

Así como convenios con instituciones educativas, y diferentes actividades lúdicas para la entretención de todos.

**Estrategia de Diferenciación**

No competimos con las personas y organizaciones con las que compartimos propósito, ya que buscamos impulsar la conservación de ecosistemas primordiales para el buen funcionamiento de comunidades que pueden nutrirse de dichos recursos y pretenden implementar turismo comunitario con herramientas necesarias para competir en esta salvaje industria que es el turismo. Por lo que nuestra propuesta de rescatar la ciénaga Juan Esteban se sobrepone a otros centros turísticos, ya que promovemos una acción social y una nueva forma de diversión y estimulación de conocimiento familiar. Reflejado en nuestra página y diferentes redes con diferentes posts de paquetes y eventos.

## Prototipos de los Contenidos

### Redes Sociales

Correo electrónico cienagajuanesteban0909@gmail.com

Facebook ciénaga juan esteban

Instagram cienagaesteban2000\_

Twitter @juancienaga

LinkedIn y YouTube cienagajuanesteban0909@gmail.com

### *Instagram*

En Instagram desarrollaremos una campaña publicitaria en pro del cuidado del medio ambiente, en la cual promocionaremos los talleres ecológicos para niños.

**Post de Instagram.** El post publicitario está conformado por una imagen de niños en los talleres y con un atractivo mensaje que llegue a los clientes con el propósito de crear conciencia de la educación ambiental desde muy temprana edad.

### **Figura 9**

*Post para la cuenta de Instagram: cienagaesteban2000\_*



*Nota.* El post promociona talleres ecológicos infantiles en el Eco Parque Ciénaga Juan Esteban, enfatizando la educación ambiental. *Fuente.* Autoría propia.

**Historias de Instagram.** En las historias de Instagram resaltaremos el trabajo en equipo con las madres cabeza de familia de sector, así como con los pescadores de la región, el cambio de vida que les ha generado el proyecto con un empleo digno bien remunerado trabajando con los niños y jóvenes y conservando el ecosistema de este maravilloso sector, sintiéndose útiles para servir a la sociedad.

### Figura 10

#### *Instagram Historias*



*Nota.* La imagen muestra tres fotografías que representan el trabajo en equipo en diferentes entornos naturales, como lo evidencian la pesca colaborativa, la navegación en balsa y el registro fotográfico. *Fuente.* Autoría propia.

## **Facebook**

Con este llamativo anuncio publicitario el cual se compartirá en nuestra red social de Facebook en donde se promocionarán todos nuestros servicios con llamativas fotos con la intención de captar el interés de nuestros clientes que se sientan atraídos por el lugar, con el contacto con la naturaleza y el cuidado del ecosistema

### **Figura 11**

*Anuncio publicitario para Facebook*



*Fuente.*Elaboración propia

**Historias de Facebook.** A través de nuestras historias de Facebook se incentiva al cuidado del medio ambiente, del trabajo en equipo, de mejorar la calidad de vida de la comunidad, de conectar a las personas con el turismo ecológico con la diversidad de culturas y gastronómica.

## Figura 12

*Post para historias de Facebook*



*Nota.* Las historias en Facebook promueven la protección del medio ambiente, con fotografías de manos sosteniendo un globo terráqueo y personas trabajando juntas en un ecoparque. *Fuente.*

Autoría propia.

### ***YouTube***

Por esta red social constantemente se subirán videos de nuestro ecoparque Ciénaga Juan Esteban de sus instalaciones, de los servicios que ofrecemos, así como el continuo trabajo en equipo con la comunidad y de la preservación de la fauna y flora de la región.

### ***Página web***

<https://ciengajuanesteban.wixsite.com/cienaga-de-juan-este>

### **Vínculos a las Redes Sociales: a los Perfiles y Grupos**

Correo [ciengajuanesteban0909@gmail.com](mailto:ciengajuanesteban0909@gmail.com)

Facebook [ciénaga Juan Esteban](#)

Instagram [ciengagaesteban2000](#)

## **Recursos Operativos y Financieros**

Los recursos operativos que se necesitan: instalaciones, equipos, personal, costos y gastos de producción.

### **Proveedores**

Nuestros principales proveedores son:

Empresas turísticas y de transporte

Empresas de reciclaje

Empresas de insumos de alimentos

Empresas de insumos de agronomía

### **Recursos Humanos**

Pescadores y personal operativo de botes

Personal de limpieza y cocina

Personal administrativo

Personal de ventas

Personal de artesanías

Personal de alquiler y cuidado de camping

### **Maquinaria y Equipos**

Transportes sostenibles acuáticos y terrestres

Equipos de computación

Equipos de comunicación para el personal

Equipos de oficina

Equipos y materiales de seguridad

**Instalación**

Planta física donde se instalará nuestro personal administrativo

Adecuación de la estructura, y construcción de área sanitaria para el uso a público

Demarcar las áreas donde se prestarán los diferentes servicios

Instalaciones eléctricas y complementarias

## Costos y Gastos de Operación

En el siguiente cuadro se mostrarán los costos fijos del primer año de servicio en el que se incluye la nómina y los enseres para iniciar con el proyecto Ciénaga de Juan Esteban.

### Costos y Gastos Fijos de Operación

**Tabla 2**

*Costos y gastos fijos de producción*

Mano de obra (costos)
Personal para el restaurante (2sres, cocina, lavaplatos)
Personal para el alquiler y cuidado de los campings (2)
Personal para el área de pesca (1)
Personal de ventas- paquetes turísticos Adultos y niños (2)
Personal para la tienda de artesanías y recuerdos (1)
Gerente
Auxiliar administrativo (1)
Contador (1)
Personal de servicios generales (1)
Persona de mantenimiento generales (1)
Auxiliar contable (1)
Gastos
Publicidad en medios
Materiales y elementos de recreación
Mantenimiento de espacios
Elementos y accesorios de aseo
Otros materiales y suministros

*Nota.* Tabla de costos de mano de obra y gastos generales del proyecto. *Fuente.* Autoría propia.

## Costos y Gastos Fijos de Operación

**Tabla 3**

*Costos y gastos de producción Ciénaga Juan Esteban*

Costos	Cantidad	Total
Publicidad en medios		\$16.522.458
Materiales y elementos de recreación		\$27.083.333
Mantenimiento de espacios		\$9.475.875
Elementos y accesorios de aseo		\$7.222.791
Otros materiales y suministros		\$4.442.583
Gerente	1	\$3.000.000
Auxiliar administrativo	1	\$1.400.000
Auxiliar contable	1	\$1.200.000
Personal de ventas- paquetes turísticos Adultos y niños	2	\$2.400.000
Contador	1	\$3.000.000
Persona de mantenimiento	1	\$1.200.000
Persona de mantenimiento generales	1	\$1.200.000
Guías (safari-senderismo) (pesca deportiva) (actividades lúdicas)	3	\$3.600.000
Personal para la tienda de artesanías y recuerdos	1	\$1.200.000
Personal para la cocina o el servicio gastronómico	3	\$3.900.000
<b>Total</b>		<b>\$86.847.040</b>

*Nota.* Tabla detallada de costos operativos, incluyendo mano de obra y gastos generales. *Fuente.*

Autoría propia.

### Pronóstico de Ventas

Según análisis de expertos, las ventas no se comportan de forma lineal en ningún tipo de empresa, porque los resultados dependen de factores externos o internos a las empresas u organizaciones. Nos serviría poder realizar un análisis del nivel de ventas de períodos anteriores para conocer esa proyección con mayor precisión, pero estamos pensando una viabilidad sobre proyección futuras de la empresa, por lo que se empleará la técnica clásica de pronóstico de la fuerza de ventas, para Toro et al. (2004) “los vendedores estiman las ventas esperadas en sus

territorios para un determinado período. La sumatoria de los estimados individuales conforma el pronóstico de la empresa o de la división” (p. 26).

**Tabla 4**

*Pronóstico de ventas 2024-206 Eco-parque Ciénaga Juan Esteban*

Servicios	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Total	\$2.373.759,117	\$2.421.234.298	\$2.469.658.981
Servicios de restaurante y pesca deportiva	\$925.532.037,00	\$944.073.277,00	\$962.954.742,00
Venta y alquiler de camping	\$190.628.350,00	\$194.440.917,00	\$198.329.735,00
Venta y alquiler de elementos de pesca	\$154.538.600,00	\$157.629.372,00	\$160.781.959,00
Venta de paquetes turísticos	\$701.280.500,00	\$715.306.110,00	\$729.612.232,00
Venta de paquetes de actividades para niños	\$158.769.400,00	\$161.944.788,00	\$165.183.683,00
Venta de artesanías y recuerdos	\$242.980.230,00	\$247.839.834,00	\$252.796.630,00
Crecimiento Anual 2%			
Pronóstico de ventas año 3			\$2.469.658.981

*Nota.* Tabla de proyección de ingresos por servicios para los años 2024 a 2026, con un crecimiento anual del 2%. *Fuente.* Autoría propia.

## Costos de Ventas de Servicios

**Tabla 5**

*Presupuesto de costo de ventas y servicios-Ecoparque Juan Esteban*

Servicio de recreación y turismo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem bre	Octubre	Noviem bre	Diciem bre	Total
Total nomina	22.100.	22.100.	22.100.0	22.100.	22.100.0	22.100.	22.100.	22.100.	22.100.	22.100.	22.100.0	22.100.	265.200.
costos	000	000	00	000	00	000	000	000	000	000	00	000	000
Gerente	3.000.0	3.000.0	3.000.00	3.000.0	3.000.00	3.000.0	3.000.0	3.000.0	3.000.0	3.000.0	3.000.00	3.000.0	36.000.0
	00	00	0	00	0	00	00	00	00	00	0	00	00
Auxiliar administrativ o	1.400.0	1.400.0	1.400.00	1.400.0	1.400.00	1.400.0	1.400.0	1.400.0	1.400.0	1.400.0	1.400.00	1.400.0	16.800.0
	00	00	0	00	0	00	00	00	00	00	0	00	00
Auxiliar contable	1.200.0	1.200.0	1.200.00	1.200.0	1.200.00	1.200.0	1.200.0	1.200.0	1.200.0	1.200.0	1.200.00	1.200.0	14.400.0
	00	00	0	00	0	00	00	00	00	00	0	00	00
Personal de ventas.p t adultos y niños	2.400.0	2.400.0	2.400.00	2.400.0	2.400.00	2.400.0	2.400.0	2.400.0	2.400.0	2.400.0	2.400.00	2.400.0	28.800.0
	00	00	0	00	0	00	00	00	00	00	0	00	00
Contador	3.000.0	3.000.0	3.000.00	3.000.0	3.000.00	3.000.0	3.000.0	3.000.0	3.000.0	3.000.0	3.000.00	3.000.0	36.000.0
	00	00	0	00	0	00	00	00	00	00	0	00	00
Persona mantenimient o	1.200.0	1.200.0	1.200.00	1.200.0	1.200.00	1.200.0	1.200.0	1.200.0	1.200.0	1.200.0	1.200.00	1.200.0	14.400.0
	00	00	0	00	0	00	00	00	00	00	0	00	00
Personal de mantenimient o gral	1.200.0	1.200.0	1.200.00	1.200.0	1.200.00	1.200.0	1.200.0	1.200.0	1.200.0	1.200.0	1.200.00	1.200.0	14.400.0
	00	00	0	00	0	00	00	00	00	00	0	00	00



Total gastos- costos	86.847. 040	86.847. 040	86.847.0 40	86.847. 040	86.847.0 40	86.847. 040	86.847. 040	86.847. 040	86.847. 040	86.847. 040	86.847.0 40	86.847. 040	1.042.16 4.480
Proyeccion costos y gastos 2024	1.042.1 64.480	1.042.1 64.480	1.042.1 64.480	1.042.16 4.480	1.042.1 64.480	1.042.1 64.480	1.042.1 64.480	1.042.1 64.480	1.042.1 64.480	1.042.16 4.480	1.042.1 64.480	1.042.1 64.480	12.505.9 73.760

*Nota.* Tabla de proyección mensual de costos y gastos para el año 2024, incluyendo nómina, publicidad, materiales, mantenimiento y otros gastos generales. *Fuente.* Autoría propia.

## **Proyección de Ventas**

Según las proyecciones señaladas contamos con el siguiente presupuesto de ventas para el año 202. El crecimiento porcentual de las ventas de la ciénaga Juan Esteban, se estableció en un valor porcentual del 2%; tomando en cuenta que debemos valorar la rentabilidad de la Inversión que se está haciendo; para ello, contablemente se toma en cuenta el valor de las Ventas, las cuales de igual forma nos ayudan a medir la rentabilidad de la empresa.

Adicionalmente se ha tomado en cuenta la situación las variables de la situación económica e índices establecidos en el país para este tipo de empresas.

El presupuesto de ventas de la ciénaga se elaboró a partir de la proyección de los servicios que se ofrecerán en la empresa, pensando en el valor que se espera enajenar de acuerdo con el precio estimado, y para ello realizamos un análisis de la tendencia de ventas de este tipo de empresas y los pronósticos de las ventas de estas empresas.

**Tabla 6***Presupuesto de ventas Ciénaga Juan Esteban año 2024*

Servicio de recreación y turismo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Restaurante y Pesca Deportiva	502.023.418,21	56.111.392,91	62.752.819,86	60.026.763,67	35.791.417,500	56.871.686,16	76.697.890,94	77.680.119,82	90.035.127,31	91.026.483,03	140.040.14,50	128.504.772,08	925.562.037,00
Venta y alquiler de campings	19.142.847,92	71.153.406,52	16.164.925,00	14.177.540,48	14.276.930,00	13.206.755,26	13.223.797,22	12.142.844,12	11.164.271,88	3.310.386,28	1.316.310,71	1.348.334,62	190.628.350,00
Venta y alquiler de elementos	10.064.108,33	11.545.156,52	12.069.936,36	12.644.695,24	14.064.025,00	13.975.715,79	14.757.144,44	15.619.917,65	16.596.162,50	13.813.649	8.967.042,86	10.426.046,15	154.538.600,00

de pesca Venta de paquet es	56.720.0	58.316.5	50.058.2	61.956.7	69.938.4	76.383.1	78.960.0	41.840.0	45.080.0	51.278.8	52.948.6	57.790.8	701.280.5
es	20,83	43,48	04,55	38,10	70,00	84,21	27,78	29,41	311,25	35,56	07,14	07,69	00,00
turísti cos Venta de paquet es de	18.282.0	18.642.1	19.034.9	19.465.2	24.499.0	18.461.5	11.042.7	11.692.3	2.423.08	5.738.53	4.197.81	5.289.95	158.769,4
activid ades para niños Venta de artesa nías y recuer dos	58,33	47,83	72,73	09,52	11,50	47,37	44,44	17,65	7,50	5,00	4,29	3,85	00,00
Total	163.648. 296,54	228.072. 135,52	172.352. 687,14	181.612. 338,90	176.364. 644,00	194.687. 321,95	211.897. 728,72	177.797. 595,12	180.922. 444,81	242.884. 714,63	222.468. 508,36	221.050. 701,31	2.373.759 .117,00

*Nota.* Tabla de proyección mensual de ingresos por servicios para el año 2024. *Fuente.* Autoría propia.

## Capital de Trabajo

Según el estudio realizado se necesita contar con las siguientes cifras para cumplir de manera estratégica los objetivos propuestos.

### Tabla 7

#### *Capital de trabajo Ciénaga Juan Esteban*

Variable	Activo corriente	Pasivo corriente
Efectivo en caja	\$7.000.000	
bancos	\$32.000.000	
inventarios	\$30.000.000	
Obligaciones financieras		\$15.000.000
Proveedores		\$12.000.000
Pólizas(clientes)		\$3.000.000
Total	\$69.000.000	\$30.000.000
Capital neto de trabajo	\$69.000.000	\$30.000.000

*Nota.* Tabla de cálculo del capital neto de trabajo, considerando activos y pasivos corrientes.

*Fuente.* Autoría propia.

## Inversiones

La siguiente relación muestra de manera clara las inversiones requeridas para el correcto funcionamiento del proyecto.

**Tabla 8***Inversiones Eco-hotel Juan Esteban*

Inversiones	Costo/unidad	Total
Planta física, instalaciones, adecuaciones (1)	\$26.900.000	\$26.900.000
Equipos de computación (3)	\$2.500.000	\$7.500.000
Equipos de comunicación (4)	\$500.000	2.000.000
Equipos de oficina (3)	\$200.000	\$600.000
Equipos y materiales de seguridad (1)	\$2.000.000	\$2.000.000
Total		\$39.000.000

*Nota.* Tabla de inversiones en activos fijos, incluyendo planta física, equipos de computación, comunicación, oficina y seguridad. Fuente. Autoraía propia.

## Conclusiones

La investigación desarrollada en el presente proyecto detalla las siguientes conclusiones:

El estudio realizado en el sector afirma la aparición de nuevas tendencias con respecto a las preferencias en el momento de elegir un plan de turismo y recreación, impactando de forma positiva clientes potenciales, atendiendo las necesidades del turista nacional y extranjero quienes desean contar con un servicio innovador que les permita disfrutar de los atractivos turístico que ofrece la región, por ello se evidencio el gran nivel de aceptación de esta propuesta de proyecto.

Las necesidades de los usuarios requieren de un excelente servicio por tal motivo para tener un momento de verdad es determinante contar con un trato de alta calidad, por ello se prioriza la selección detallada del personal según el perfil del puesto asignado, con un enfoque en profesionales altamente especializado, priorizando un servicio puntual, cómodo, seguro, competitivo y con los mejores precios.

De acuerdo a los indicadores propuestos se demuestra que el plan de negocios es viable y rentable según las proyecciones propuestas:

En la actualidad los medios convencionales no son suficientes para crear un reconocimiento de marca, por tal motivo resulta importante poder integrar en el plan estratégico de la compañía un plan de mercadeo que logre captar la atención de aquellos futuros consumidores, un modelo ejecutado correctamente lograra cumplir los objetivos planteados.

La implementación de este proyecto social para el desarrollo local y rural de la Ciénaga De Juan Esteban busca integrar desde la parte social a los gestores y promotores comunitarios. El diseño de este proyecto busca generar una conciencia emprendedora que combine las estrategias, valores y acciones tendientes a alcanzar los objetivos.

Sin embargo y gracias al modelo utilizado podemos concluir que la razón de ser de este proyecto va más allá de un simple logro de metas y objetivos, en el análisis también se evidencia el gran impacto que puede tener a distintas escalas y dimensiones territoriales. La elaboración de este debe ser de manera integral en todos los aspectos.

Un proyecto como estos no debe ser elaborado de manera individual, pues la idea es articular esfuerzos y construir alternativas en conjunto con la comunidad local. Los proyectos sociales tienen un alto componente en su desarrollo ya que no se puede desconocer el gran número de participantes que debe tener, sin estos no sería posible mejorar las condiciones de vida de la gente. Otro factor importante es lograr la unión de los actores involucrados en torno a proyectos sociales, ya que este reto implica mejorar los mecanismos de participación y la conexión de esfuerzos y recursos destinados a los sectores más vulnerables. Para ello es necesario capacitar a los líderes locales del proyecto en una eficiente planeación participativa, lo cual no sólo otorgará más tranquilidad en el cumplimiento de los logros, sino también contribuirá a fortalecer la credibilidad social de los proyectos.

Con el desarrollo de estudio se logró la identificación de las problemáticas y posibles soluciones para el contexto, generando ideas de emprendimiento social, con enfoque ecoturístico, contribuyendo así a la conservación del medio ambiente por medio de la creación de un complejo ecoturístico en la ciénaga Juan Esteban Amigable con el medio ambiente generando así empleos (Genny Melissa Benavides Vanegas)

Si bien las problemáticas sociales representan carencias en la sociedad, estas abren la posibilidad de crear soluciones que a su vez subsanan otras, pues como se pudo reflejar en la matriz de estudio y evaluación, cada objetivo social abarca diferentes campos, por lo que genera

una red de construcción social que mejora las condiciones de una población. (Miguel Ángel Moyano)

Con este proyecto se busca minimizar los problemas sociales y ambientales que aquejan a los habitantes de la comuna 4 de Barrancabermeja, reactivando su economía por medio de un proyecto en donde se va a tener en cuenta a la misma comunidad para su desarrollo y de esa manera mejorar la calidad de vida de muchas familias del sector e incentivar el cuidado del medio ambiente (Maribel Flórez)

### Referencias Bibliográficas

- Aventurero Urbano. (2024, junio 16). Barrancabermeja: Guía de turismo completa de lugares y planes. *Turismo en Colombia*. <https://turismo.encolombia.com/barrancabermeja/>
- Cardozo, C. (2006). Turismo Sostenible: Una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable (México)*, 11, 5-21.
- Hartman, P., Ibáñez, V. A., & Sainz, F. J. F. (2002). El efecto del posicionamiento en la lealtad del cliente: Un análisis empírico para el caso de Iberdrola. *Cuadernos de Gestión*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.5295/cdg.19227ph>
- Toro, E. M., Mejía, D., & Salazar, H. (2004). Pronóstico de ventas usando redes neuronales. *Scientia et Technica*, 3(26), Article 26.  
<https://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/7047>
- Vargas, B., & Del Castillo, C. (2008). Competitividad sostenible de la pequeña empresa: Un modelo de promoción de capacidades endógenas para promover ventajas competitivas sostenibles y alta productividad. *Cuadernos de difusión*, 13(24), 59-80.  
<https://doi.org/10.46631/jefas.2008.v13n24.04>