

## **Empresa de turismo sostenible Choco turismo**

María José Quiceno

Lina María Giraldo Angulo

Edwin Gabriel Sosa Rivera

Arley Zaya Álvarez

Asesor (a)

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Gestión Industrial

2025

## Resumen

Cada vez es más grande la globalización del mundo y así mismo se va asumiendo conciencia de los desafíos ambientales, se presenta la necesidad de analizar la forma en que viajamos, experimentamos y conocemos el mundo. El turismo ecológico y social surge como una opción innovadora que mezcla el amor por descubrir nuevos destinos conservando el compromiso de generar un impacto positivo en las comunidades locales y en el medio ambiente.

Este proyecto nace con la certeza de que el turismo puede ser la forma de transformar impulsando el desarrollo sostenible del choco en Colombia y así mejorar la calidad de vida de muchos de sus habitantes. Por medio de experiencias únicas y respetando la naturaleza se busca unir a los viajeros con la enorme riqueza cultural y natural del municipio Carmen de Atrato - Choco fomentando el intercambio cultural y generando oportunidades económicas para las comunidades locales.

En el presente trabajo se plasma el estudio que se realizó mediante el método Design Thinking para que con cada una de estas fases se pudiera determinar el foco de la empresa de turismo de manera detallada, es decir que permitió hacer un análisis mediante pasos clave como llevar a cabo la creación y desarrollo de la empresa, desde la identificación de oportunidades y detección de amenazas. Además, fue utilizada la metodología Canvas para poder crear un modelo de negocio claro, conciso y efectivo pues se pudo validar que la empresa de turismo en el Carmen de Atrato es un proyecto social innovador que vale la pena desarrollar.

También es importante añadir que a través de este estudio se encontró una guía práctica para llevar a cabo el proyecto empresa que se tiene con el turismo contribuyendo a generar empleo y oportunidades a comunidades locales sin olvidar que el principal objetivo es que la empresa de turismo se destaque por su enfoque social y ambientalista.

***Palabras clave:*** emprendimiento, ecología, sostenibilidad, turismo social y cultura.

## Abstrac

The globalization of the world is increasing and as well as awareness of environmental challenges, there is a need to analyze the way we travel, experience and know the world. Ecological and social tourism emerges as an innovative option that mixes the love of discovering new destinations while maintaining the commitment to generate a positive impact on local communities and the environment.

This project was born with the certainty that tourism can be the way to transform by promoting the sustainable development of choco in Colombia and thus improve the quality of life of many of its inhabitants. Through unique experiences and respecting nature, it seeks to unite travelers with the enormous cultural and natural wealth of the municipality of Carmen de Atrato - Choco, promoting cultural exchange and generating economic opportunities for local communities.

This work reflects the study that was carried out using the Design Thinking method so that with each of these phases the focus of the tourism company could be determined in detail, that is, it allowed an analysis to be made through key steps such as carrying out the creation and development of the company, from the identification of opportunities and detection of threats. In addition, the Canvas methodology was used to create a clear, concise and effective business model since it was possible to validate that the tourism company in Carmen de Atrato is an innovative social project that is worth developing.

It is also important to add that through this study a practical guide was found to carry out the business project that is having with tourism, contributing to generate employment and opportunities for local communities, without forgetting that the main objective is for the tourism company to stand out for its social and environmental approach.

**Keywords:** entrepreneurship, ecology, sustainability, social tourism and culture.

## Tabla de Contenido

|  |    |
|--|----|
| Introducción .....                                 | 11 |
| Objetivos .....                                    | 11 |
| Objetivo General .....                             | 11 |
| Objetivos Específicos .....                        | 11 |
| Empresa de Turismo Sostenible Chocó Turismo .....  | 12 |
| Necesidad u Oportunidad a Solucionar .....         | 12 |
| Población del Carmen de Atrato .....               | 12 |
| Impacto Social y Económico.....                    | 13 |
| Entre los Impactos Sociales Encontramos.....       | 13 |
| Impactos Económicos.....                           | 13 |
| Aplicación de la Metodología Design Thinking ..... | 14 |
| Fase Empatizar .....                               | 14 |
| Fase Definir .....                                 | 16 |
| Fase Diseñar .....                                 | 17 |
| Fase Prototipado .....                             | 19 |
| Fase Testeo .....                                  | 20 |
| Innovación Propuesta .....                         | 21 |
| Valor Social Generado.....                         | 21 |
| Análisis y Comportamiento del Mercado.....         | 22 |

|  |    |
|--|----|
| Segmento del Mercado.....  | 23 |
| Estrategias de Mercado .....   | 25 |
| Modelo de Negocio a Partir del Modelo CANVAS.....  | 28 |
| Segmentación de Mercado .....  | 28 |
| Propuesta de Valor .....   | 28 |
| Relación de Procesos.....  | 29 |
| Canales de Distribución.....   | 29 |
| Actividades Claves.....  | 29 |
| Recursos Económicos.....   | 30 |
| Asociaciones Clave .....   | 30 |
| Relaciones con los Clientes.....   | 30 |
| Fuentes de Ingresos .....  | 32 |
| Planeación de los Recursos Operativos y Financieros .....  | 32 |
| Sustentación de las Necesidades de Recursos Humanos, Tecnológicos y de Infraestructura para la<br>Prestación del Servicio o la Producción de los Bienes..... | 34 |
| La Estructura de Costos .....  | 36 |
| Costos Variables.....  | 36 |
| Gastos Fijos.....  | 38 |
| Conformación del Equipo de Trabajo .....   | 40 |
| Cronograma de Actividades y Metas Alcanzables .....  | 40 |

|  |    |
|--|----|
| Metas Alcanzables a Corto Plazo .....  | 41 |
| Proyecciones de Ingresos .....         | 41 |
| Sustentación del Plan de Trabajo ..... | 43 |
| Valor Total de la Inversión .....      | 43 |
| Fuentes de Financiamiento .....        | 44 |
| Conclusiones .....                     | 45 |
| Referencias Bibliográficas.....        | 46 |

## Lista de Tablas

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla 1</b> <i>Segmento de Mercado</i> .....                                      | 24 |
| <b>Tabla 2</b> <i>Estrategias de Promoción</i> .....                                 | 25 |
| <b>Tabla 3</b> <i>Tabla de Relación de Procesos</i> .....                            | 31 |
| <b>Tabla 4</b> <i>Relación del Cuadro de Costos de la Empresa</i> .....              | 36 |
| <b>Tabla 5</b> <i>Cuadro de Relación de los Gastos Variables de la Empresa</i> ..... | 38 |

## Lista de Figura

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 1</b> <i>Mapa mental análisis de la fase empatizar .....</i>   | 15 |
| <b>Figura 2</b> <i>Elaboración lienzo de valor para análisis de la primera fase del proceso Dising Thinking.....</i>                                 | 16 |
| <b>Figura 3</b> <i>Mapa mental para el análisis de la fase definir .....</i>   | 17 |
| <b>Figura 4</b> <i>Diseño lluvia de ideas para el desarrollo del proyecto .....</i>  | 18 |
| <b>Figura 5</b> <i>Lienzo de valor para la fase del prototipado.....</i>   | 19 |
| <b>Figura 6</b> <i>Matriz de la fase testeo .....</i>  | 20 |
| <b>Figura 7</b> <i>En la siguiente Matriz DOFA se resume lo encontrado en esta investigación ..</i>  | 27 |
| <b>Figura 8</b> <i>La serie 1 de color azul nos muestra los costos a 1 meses y la serie 2 de color naranja nos muestra los costos a 6 meses.....</i> | 37 |
| <b>Figura 9</b> <i>La serie 1 de color azul nos muestra los costos a 1 meses y la serie 2 de color naranja nos muestra los costos a 6 meses.....</i> | 39 |
| <b>Figura 10</b> <i>Calendario de proyección de metas de la compañía .....</i>   | 41 |
| <b>Figura 11</b> <i>Gráfico de metas proyectadas por la empresa.....</i>   | 42 |

## Introducción

En el presente trabajo se tiene como objetivo la creación de una empresa de turismo en el municipio de Carmen de Atrato, ubicado en el departamento del choco. Esta es una zona de extraordinaria biodiversidad y paisajes impresionantes, pero también enfrenta desafíos socioeconómicos que requieren atención.

Esta iniciativa busca aprovechar las riquezas naturales y culturales de la región, promoviendo un turismo sostenible que contribuya al desarrollo económico local y a la conservación del medio ambiente. El turismo en Chocó ha crecido de manera notable en los últimos años. Este aumento ha sido impulsado por la belleza natural de sus paisajes, que incluyen selvas exuberantes, ríos caudalosos y playas vírgenes. Este entorno único ha atraído tanto a turistas nacionales como internacionales.

La empresa Choco turismo pretende generar oportunidades de empleo, fortalecer el tejido social y resaltar la importancia de la protección ambiental. Mediante la implementación de prácticas turísticas responsables y la participación de la comunidad

Este proyecto propone actividades turísticas que incluyan rutas ecoturísticas, talleres de educación ambiental, y colaboración con organizaciones locales. La meta es crear una experiencia enriquecedora para los visitantes mientras se fomenta el respeto y la valorización de la cultura y el entorno natural de esta población.

Las comunidades locales han comenzado a ver el potencial del turismo como una fuente de ingresos. Muchos han adaptado sus formas de vida para incluir la hospitalidad, ofreciendo alojamiento y experiencias culturales. Sin embargo, este auge también trae consigo desafíos que deben ser abordados.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Crear la estructura completa de una empresa de turismo social y ecológico sostenible en Carmen de Atrato, que genere beneficios económicos, sociales y ambientales para las comunidades locales y los viajeros de una manera sostenible e innovadora en la comunidad.

### **Objetivos Específicos**

Fortalecer las capacidades y talentos de la comunidad para participar en la cadena de valor turística mejorando formación personal.

Fomentar el intercambio cultural entre viajeros y comunidades locales

Implementar prácticas de gestión de residuos y reciclaje.

Alcanzar el punto de equilibrio en el tiempo estimado de acuerdo con las proyecciones

## **Empresa de Turismo Sostenible Chocó Turismo**

### **Necesidad u Oportunidad a Solucionar**

Con la empresa de turismo en el Carmen de Atrato existen varios desafíos que deben ser abordados para poder contribuir a mejorar la calidad de vida de los habitantes y potencializar el desarrollo económico local pues actualmente la mayor economía la representa una empresa dedicada a la minería por lo que se debe empezar a buscar otras opciones que permitan el crecimiento económico y de oportunidades.

Algunas necesidades que se enfrentan hoy son: la falta de la infraestructura como, vías de acceso de calidad y seguras, la falta de empleo. Teniendo en cuenta esto podemos deducir algunas de las oportunidades que se generan con este proyecto como el fortalecimiento de la economía local y la generación de empleos de manera directa o indirecta mediante la promoción los servicios locales como restaurantes, hoteles, transporte etc.

### **Población del Carmen de Atrato**

Actualmente el Carmen de Atrato, Chocó, cuenta aproximadamente con 9121 habitantes según las proyecciones del DANE para 2023, representando de esta forma el 1,5% de la población total del departamento del chocó.

La distribución en cuanto sexo y edad es aproximadamente de la siguiente manera:

Menores de 12 años: 1881 habitantes (20.6% de la población total), con 910 niñas y 971 niños.

Adolescentes (12-17 años): 1026 habitantes (11.2% de la población total), con 519 mujeres y 507 hombres.

Mayores de 18 años: 6.214 habitantes (68.1% de la población total), con 3177 mujeres y 3037 hombres.

Adultos mayores (60 años o más): 1296 habitantes (14.2% de la población total), con 647 mujeres y 649 hombres.

Es importante destacar que la población de Carmen de Atrato es diversa y presenta una composición étnica.

### **Impacto Social y Económico**

Para empezar, es fundamental indicar que los estudios realizados con este proyecto permiten definir, no solo el impacto social sino también el ambiental para mantener medidas para mitigar los efectos de las visitas turísticas.

#### ***Entre los Impactos Sociales Encontramos***

Generación de empleo

Mejora de la infraestructura local invirtiendo en mejorar vías, caminos, puentes y servicios básicos.

Promover la cultura local y sus tradiciones preservando la identidad cultural de la comunidad.

#### ***Impactos Económicos***

Diversificar la economía local reduciendo la dependencia de la minería que es la principal fuente de ingresos actualmente en el municipio.

Generación de ingresos con la venta de los paquetes turísticos.

Aumentar la visibilidad del Carmen de Atrato ayudando a mejorar la competitividad de la región atrayendo inversión.

## Aplicación de la Metodología Design Thinking

### Fase Empatizar

En esta fase se encontró el recurso más abundante que es la naturaleza rica en flora y en una geografía especial para conectar con el medio ambiente y las ganas de las personas para recibir a los turistas ya que sus habitantes están dispuestos en invertir en nuevas actividades comerciales con el aprovechamiento de sus atractivos naturales y culturales, como el sendero ecológico, la reserva natural de aves "Las Tangaras" y el balneario de la "Piedra del diablo" y mejorar la problemática de oportunidades de empleo y empleos con prestaciones sociales además de la inversión económica en el municipio.

Se realizó un estudio mediante una encuesta a ciudadanos locales de diferentes actividades y estados sociales donde se les preguntó por la viabilidad de una empresa turística social como innovación vincular más a los habitantes de la cabecera municipal y rural en el municipio prestando servicios turísticos y así conocer la percepción social de la gente local y saber si se cuenta con ellos para el desarrollo del proyecto, con la herramienta utilizada se identificaron las necesidades.

Conservación de la riqueza social, cultural y ecológico: Rescatar y promover las tradiciones, costumbres y artesanías locales, involucrando a la comunidad de manera activa en la creación de experiencias turísticas auténticas.

Mejorar las condiciones de vida: Ayudar al desarrollo de infraestructura básica como vías de acceso, servicios de urgencias, hotelerías, hospedajes y restaurante entre otras oportunidades de negocio locales y la accesibilidad a agua potable, saneamiento y acceso a servicios básicos.

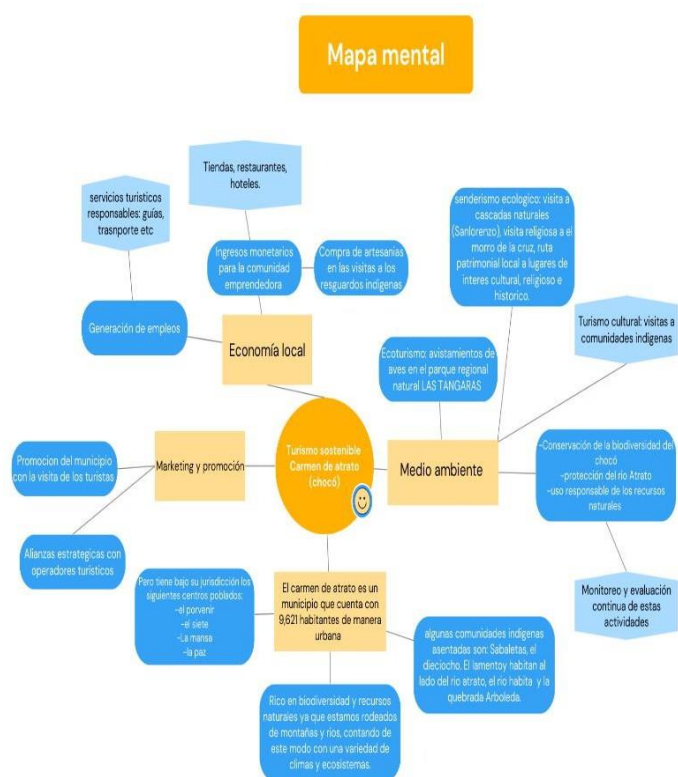
Potenciación de las comunidades del Carmen de Atrato: Reconocer y restaurar los derechos civiles y respetar sus costumbres y conocimientos ancestrales, involucrándolos en la toma de decisiones y en la gestión de los recursos naturales.

dificultades, oportunidades, ventajas y ganancias para los locales y los turistas como usuarios.

Mediante el siguiente Mapa mental se pudo determinar los hallazgos encontrados para de esta forma realizar la propuesta de valor:

### Figura 1

#### Mapa mental análisis de la fase empatizar



Nota. Autoría propia

## Fase Definir

En esta etapa de definición se abordó el problema del hospedaje considerando que es realmente importante que un turista se sienta cómodo en su lugar de estadía para que de esta manera desde el principio su experiencia sea agradable y después de esto disfrute los otros planes que se ofertan.

El objetivo principal es brindar estadías placenteras y confortantes a la hora de descansar y es por esto que nos enfocamos en la atención al cliente, instalaciones y recepción de reservas ágiles.

Este emprendimiento de turismo en el chocó permitió definir la falta opciones de turismo en esta región y de esta manera crear la objetividad de ofrecer experiencias inolvidables a los que deseen vivirla.

## Figura 2

*Elaboración lienzo de valor para análisis de la primera fase del proceso Dising Thinking*



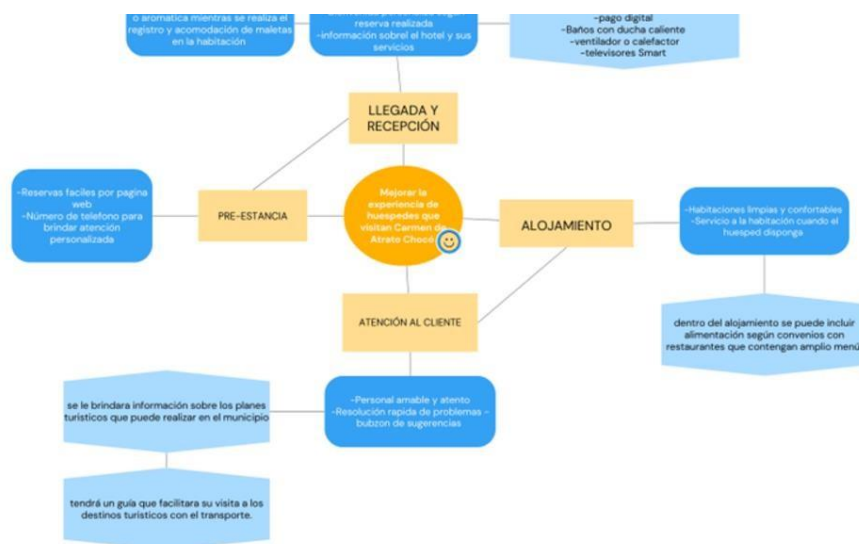
*Nota. Autoria propia*

## Fase Diseñar

Fase de Ideación: para el desarrollo de esta fase por medio de una reunión se empleó la herramienta lluvia de ideas la cual es muy efectiva para que todos y todas puedan expresarse con confianza y tranquilidad ya que todos los aportes son válidos y valiosos más cuando se trata de buscar un bien comunitario, la pregunta que utilizamos fue ¿cómo podemos hacer partícipes a la comunidad en la propuesta de valor?

### Figura 3

Mapa mental para el análisis de la fase definir



Nota. Autoria propia

### Las Ideas Seleccionadas Fueron las Siguietes

Enseñando a reciclar: como el enfoque de este proyecto es ecológico y social se debe velar por la conservación constante del medio ambiente, la comunidad debe aprender a seleccionar sus desechos para ello se emplearán bolsas plásticas de diferente color al igual que los basureros para que se les facilite la selección de residuos reutilizables y los que no.

Construcción de huertos comunitarios: se buscará enseñar a la comunidad que el sembrar sus propios alimentos tiene beneficios tanto económicos como de salud pues vamos a consumir frutas y verduras libres de químicos y conservantes y a menor costo, en este punto se debe mirar que productos son viables para cultivo analizando la tierra y las condiciones climáticas.

Jornadas de limpieza colectiva: Al recibir a los turistas se busca que vean una comunidad limpia, calles aseadas por lo tanto una vez al mes con toda la comunidad y ayuda de los bomberos se harán jornadas de limpieza colectiva

Fomentar el cuidado del medio ambiente: será una ruta turística muy atractiva pues el choco cuenta con playas hermosas un clima agradable y una cultura única, la comunidad tiene que aprender que la fauna y la flora son sus aliados y su fuente de ingreso por tal motivo deben cuidarlas, de este modo se aplicarán sanciones a las personas que realicen cualquier tipo de maltrato animal o realice actos que atenten contra el medio ambiente.

Trato con respeto y empatía: los valores son la base de todo y somos lo que damos, desde este proyecto y todos los que trabajen en él, se va a tener un trato de respeto y empatía por toda la comunidad, atendiendo sus solicitudes e inquietudes y recibiendo sus sugerencias para eso se formará una veeduría conformada por líderes comunitarios y buzón de sugerencias.

## Figura 4

*Diseño lluvia de ideas para el desarrollo del proyecto*



*Nota. Autoría propia.*

## Fase Prototipado

El prototipo que se usa para esta innovación de una empresa turística social que busca aprovechar el incremento de turistas que desean una experiencia más tranquila y que los conecte con la naturaleza, aprovechando los recursos físicos naturales de la región y el aprovechamiento de los aportes del estado colombiano para este tipo de empresas, según el consejo de viajes y turismo, el número de empresas del sector turístico con enfoque social a aumentado un 27% en los últimos tres años y el portal web TWENERG se calcula que en Colombia se reciben más de 250.000 visitas de turista internacionales únicamente con enfoque de un turismo sostenible y social, son pocas las empresas que ofrecen la sostenibilidad por eso esta empresa turística brindara la solución de servicios diferentes de turismo, con una conexión única con la naturaleza y el aporte social es generado por las actividades lúdicas y recreativas que experimentaran los turistas, se diferenciara por la conexión profunda e intercambio de cultural que buscan hoy los turistas.

### Figura 5

*Lienzo de valor para la fase del prototipado*



*Nota. Autoria propia*

## Fase Testeo

Para esta fase se hizo un análisis del proyecto suministrando información de las otras fases desarrolladas, se utilizó la herramienta que se consideró mejor para reconocer que factores se deben aumentar y cuales mejorar, por el momento no se ha realizado pruebas piloto sobre alguno de los aportes, pero si se está socializando con la comunidad.

Respecto a las mejoras sobre los resultados se está iniciando por el mejoramiento de las vías y camino de acceso gestionando con la alcaldía municipal y la gobernación apoyo con maquinaria pesada y la mano de obra de la comunidad y también en el ámbito de ampliar la gastronomía se está haciendo una carta digital que incluye platos típicos de cada región como la bandeja paisa, los tamales para integrar varios departamentos y que los turistas tengan más opciones.

## Figura 6

### Matriz de la fase testeo

| Más / Mejor   |  | Proyecto: Empresa De Turismo Con Enfoque Social y Ecológico  |  | Versión:                    |  |
|---|--|--|--|-----------------------------|--|
| Objetivo:<br>Obtener feedback constructivo.   |  | Equipo: E110011_02   |  | Fecha: noviembre 21 De 2024 |  |
| 00:40   |  | Observaciones: Aspectos para aumentar y Mejorar  |  |                             |  |
| <p><b>+ Más</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Utilizar plataformas como Instagram, Facebook y TikTok para mostrar la belleza natural y cultural del Chocó.</li> <li>*Trabajar con influencers y bloggers de viajes para aumentar la visibilidad</li> <li>*Optimizar el sitio web para mejoras de búsqueda y asegurar de que sea fácil de navegar y reservar.</li> <li>*Ofrecer experiencias personalizadas que incluyan actividades como caminatas, avistamiento de aves, y visitas a comunidades locales.</li> <li>*Crear programas educativos sobre la conservación del medio ambiente y la cultura local.</li> <li>* Implementar el uso de energías renovables en las instalaciones como paneles solares uso de aguas residuales</li> <li>*prácticas de reciclaje y reducción de residuos.</li> <li>*Ampliar sistemas de encuesta de satisfacción por los servicios recibidos para saber en que aspectos se debe mejorar</li> <li>*Fomentar espacios donde las nuevas generaciones puedan aprender directamente de los mayores sobre sus tradiciones, mitos y leyendas.</li> </ul> |  | <p><b>Mejor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Mejora los caminos y accesos a los sitios turísticos.</li> <li>* Asegurarnos de que los alojamientos sean cómodos y sostenibles.</li> <li>* Capacitar a la comunidad local en atención al cliente, guianza turística y sostenibilidad.</li> <li>*ofrecer curso de idiomas para facilitar la comunicación con los turistas internacionales</li> <li>*Involucrar a la comunidad en proyectos de conservación de la biodiversidad</li> <li>*asegurar que los beneficios económicos del turismo se distribuyan equitativamente en la comunidad y sus necesidades</li> <li>*Sistema De Seguridad apoyado en las entidades del estado como la policía nacional para una estadía tranquila libre de Robos y secuestros.</li> <li>*Ampliar la oferta Gastronómica no solo con productos de la región sino los productos insignias De Nuestra cultura Colombiana</li> <li>* Crear archivos audiovisuales y escritos que recopilen la música, danza, artesanía y conocimientos tradicionales</li> <li>*Mejorar la calidad de vida de las comunidades chocóanas, garantizando el acceso a agua potable, saneamiento básico, educación y salud.</li> </ul> |  |                             |  |

*Nota. Autoria propia*

### **Innovación Propuesta**

Sera la única empresa de la región con la oferta de un turismo sostenible, social y ecológico con actividades sociales y la vinculación de los habitantes del municipio, se brindarán oportunidades de empleo y los pequeños emprendedores tendrán la oportunidad de dar a conocer sus negocios y de este modo crecer. Además de que esto dará entrada a que más adelante se pueda incrementar los recursos para inversión social en el municipio pues de este modo se está dando a conocer otra economía.

### **Valor Social Generado**

Por medio de la propuesta de valor se va a mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la comunidad ya que como se mencionó en una de las herramientas usadas en la etapa de ideación la generación de empleo será una de las metas principales lo cual hará que los colaboradores puedan llevar sustento a sus hogares y puedan tener alimentación de calidad, acceso a la educación y puedan suplir las necesidades básicas.

También se busca seguir mostrando la inmensa belleza cultural de nuestro país y ante todo no dejar perder las tradiciones ese es otro valor social que queremos generar.

Es importante destacar que los beneficiarios directos serán los empleados de primera mano de la empresa turística que se encargara de organizar los itinerarios de los visitantes, es decir que serán sus guías y encargados de que las personas solo se preocupen por conocer, también los grupos indígenas que se van a visitar con el fin de comprar sus artesanías y conocer de su cultura.

Como beneficiarios indirectos están los comerciantes, restaurantes y hoteles que prestaran los servicios para que la estadía de estas personas sea más amena.

Con la implementación de esta metodología se pudo desarrollar de manera más fácil y concisa la forma correcta de llegar a las debilidades y fortalezas con la que cuenta este proyecto de turismo, además de que se abordó la correcta manera de solucionar los problemas que se pueden presentar en este caso el hospedaje de las personas que buscan tener unas vacaciones con estadía soñada por lo que el tema a mejorar se pudo deducir para buscar soluciones.

### **Análisis y Comportamiento del Mercado**

Para iniciar el estudio del comportamiento del mercado en el Carmen de Atrato es bueno hablar sobre el turismo en Colombia; según un artículo del portal Web la FM publicado en enero del 2023 en Colombia el turismo creció después de la pandemia un 134% en el segundo semestre del año 2022 con referencia al mismo semestre del año 2021, además también dice que los extranjeros prefieren a Colombia por su variación en el clima, el precio del dólar, la biodiversidad y los paisajes.

Teniendo esto en cuenta se puede decir que en la actualidad el turismo no es uno de los fuertes de la comunidad Carmen de Atrato debido a que la región enfrenta diversos desafíos económicos, uno de estos es la falta de infraestructura que denota mucha preocupación pues se han registrado varias tragedias en las carreteras que conectan a los municipios del chocó, entre estas se puede mencionar la del 12 de enero donde un laúd de tierra sepulto a más de 40 personas por lo que esta vía siempre genera miedos sobre todo en invierno porque es propensa a derrumbes y deslizamientos, afectando de este modo la movilidad segura, sin embargo es importante resaltar la gran labor que está efectuando la nueva gobernadora del choco pues ha logrado darle más visibilidad a la problemática llegando a acuerdos económicos de inversión, en el caso de la vía que comunica al siete y el Carmen de Atrato está en negociaciones de pavimentación y se espera que en el 2025 se logre terminar esta vía pues fue un compromiso del

alcalde actual, otra problemática es la pobreza que en algunos sectores sigue siendo extrema y se evidencia mucho en algunas comunidades indígenas de la zona, también es importante indicar que el Carmen de Atrato ha sido un pueblo víctima de la violencia armada por grupos al margen de la ley y aunque lleva muchos años conservando la tranquilidad entre sus calles y el progreso económico se nota de muchas formas, es imposible borrar la historia de lo que alguna vez fue.

Es importante indicar que las personas de el Carmen de Atrato han llevado por años una economía basada en la agricultura y ganadería como principal fuente de ingresos seguido de la explotación forestal y minería y por último el empleo público.

Tradicionalmente los sitios más visitados en el choco son bahía solano, capuana, nuqui, Quibdó, y con este proyecto se busca que el Carmen de Atrato se incluya en esta lista.

### **Segmento del Mercado**

Con todo lo dicho anteriormente la segmentación del mercado se hará de la siguiente manera:

Turistas Nacionales y turistas internacionales los cuales pueden ser desde parejas de novios, personas solteras que busquen conocer algo diferente a lo común, también se puede incluir en el grupo, personas que les guste el deporte pues dentro de los paquetes turísticos esta realizar caminatas de la mano de un guía, por lo que este proyecto tiene acogida para personas desde los 15 años acompañados de un adulto hasta los 50 años brindando paquetes que se adapten a los gustos de cada persona.

Una segmentación psicográfica concreta y especializada permite tener en cuenta los intereses, el estilo de vida y la personalidad del turista que ayudaran a definir el motivo del viaje de las personas que visitaran el Carmen de Atrato

**Tabla 1***Segmento de Mercado*

| Turismo de aventura   | Ecoturismo   | Turismo Cultural  |
|---|--|---|
| Senderismo y recorrido por la montaña que lleva al nacimiento del río Atrato. | Visita a la reserva Proaves Las Tangaras donde se hace observación de muchas especies de aves. | Visitas a la iglesia y conocer su historia<br>Visitas a comunidades indígenas donde se puede comprar artesanías realizadas por ellos mismos, además de conocer su historia y cultura. |

*Nota.* División en segmentos del mercado

**Estudio de la Competencia**

La Cámara de Comercio de Choco tiene más de 15 agencias de viajes registradas en todo el departamento de Choco, son pocas las empresas de turismo que tiene el choco y el principal atractivo son planes turísticos que incluyen el mar, sus productos principalmente son planes familiares, planes de escapada, viajes de despedida de colegio que incluyen servicios de guías, tours grupales, transporte, seguros turísticos, hospedaje y alimentación convenios y ofertas especiales en marcas aliadas, buceo, esnórquel, tours en el mar y se destaca que son empresas que están constituidas y certificadas y con Registró Nacional de Turismo, pero en el Carmen de Atrato el mercado turístico es baja, lo que ofrece que esta empresa de turismo se establezca y crezca.

En el caso la empresa de turismo que funcionara en el Carmen de Atrato aunque no se cuenta con el mar cerca se quiere dar visibilidad y resaltar el atractivo del río Atrato y enfocarse

en la fauna y flora que rodea el municipio, entonces se va a ofertar la visita al nacimiento del río Atrato, visitar el parque de las aves y también dar a conocer la parte cultural de esta región pues algunas de las comunidades indígenas y afrodescendientes han preservado sus tradiciones, costumbres y conocimientos ancestrales, los cuales se reflejan en su música, danza, artesanías en este aspecto se podrá hacer la diferencia.

Con esto se puede interpretar de forma general que no hay una competencia directa de turismo en el municipio lo que hace que el proyecto sea muy enriquecedor para la comunidad brindando un nuevo aire económico y de esta manera poder lograr que el Carmen de Atrato sea un gran atractivo turístico.

### **Estrategias de Mercado**

Principalmente se debe tener en cuenta lo más representativo de la región, buscar algo que la gente quiera ir a conocer o ver en este caso Carmen de Atrato es conocido como la cuna del río Atrato siendo este uno de los ríos importantes de Colombia.

También los bosques tropicales de esta región son el hogar de numerosas especies de plantas y animales, muchas de ellas endémicas lo cual hace más atractivas las rutas turísticas que vamos a ofrecer a nuestros turistas y futuros clientes.

Se le ofertará al cliente lo que quiere y necesita y que mejor que acompañamiento constante desde la reserva de su viaje hasta el regreso a su hogar, habrán guías turísticos con total sentido

**Tabla 2***Estrategias de Promoción*

| Aspectos claves                              | Descripción  |
|--|--|
| Autenticidad                                 | Brindar paquetes diferentes y únicos que resalten la riqueza natural del municipio   |
| Publicidad en redes sociales                 | Posicionar los lugares que se visitan en plataformas como: Instagram, Facebook y TikTok y mostrar los atractivos turísticos.   |
| Eventos especiales                           | Organizar eventos para fechas especiales que se conviertan en un atractivo para que visiten  |
| Paquetes y promociones                       | Tener paquetes bien estructurados que se basen en los gustos y necesidades de cada persona que nos va a visitar.<br>Manejar promociones que incluyan actividades, alojamiento y alimentación para grupos grandes |
| Descuentos                                   | Descuentos para días de cumpleaños, aniversarios y fechas especiales   |
| Sito web                                     | Crear un sitio web que permita hacer reservas en línea y conocer los paquetes que se ofertan junto con sus precios   |
| Colaboraciones con otras empresas turísticas | Hacer colaboraciones con otras empresas turísticas que incluyan dentro de sus paquetes una pasadía en nuestro municipio para que conozcan y se de visibilidad al turismo nuevo en el Carmen de Atrato            |

*Nota.* Descripción de las estrategias de mercado

## Figura 7

En la siguiente Matriz DOFA se resume lo encontrado en esta investigación



Nota. Autoría propia

## **Modelo de Negocio a Partir del Modelo CANVAS**

La empresa de turismo estará compuesta por el siguiente modelo de negocios:

### **Segmentación de Mercado**

Abarcará toda la población de turistas nacionales y extranjeros que tengan edades entre 18 a 55 años, de esta manera la empresa de turismo cubrirá todo tipo de intereses como: conocimiento de la cultura e historia, senderismo, observación de aves.

### **Propuesta de Valor**

La propuesta de valor que caracterizara en primera instancia y muy importante es que esta empresa será la primera empresa de turismo en el municipio por lo que al estructurar una buena empresa se busca tener garantizado el éxito y la acogida de las personas pues no existe competencia directa, seguido a esto se debe añadir que se quiere ofrecer experiencias auténticas y sostenibles de aventura y naturaleza, proporcionando a los turistas, guías locales expertos conocedores de nuestra historia y cultura.

Otra propuesta de valor es que en cada visita a nuestro municipio se estará fomentando el cuidado y conservación del medio ambiente destacando los lugares turísticos llenos de naturaleza.

Y por último se brindarán precios justos y asequibles, además de la venta de los paquetes con una financiación a varios meses, es decir que podrán cotizar sus paquetes turísticos y pagarlo a cuotas para mayor comodidad y facilidad.

## **Relación de Procesos**

### **Canales de Distribución**

Para dar a conocer los paquetes turísticos y la calidad que se oferta dentro de ellos se utilizarán los siguientes canales de distribución:

Página web personalizada donde las personas accederán a toda la información sobre los paquetes que manejamos, costos, testimonios de nuestros visitantes, fotos de los lugares que estarán dentro de su paquete turístico.

Redes sociales como Instagram y TikTok donde se posteará todo en referencia a lo anterior mencionado.

También se buscará hacer convenios con otras empresas de turismo del departamento para que se pueda incluir el Carmen de Atrato dentro de sus paquetes y de esta manera generar más visibilidad a nuestra empresa de turismo.

### **Actividades Claves**

Las actividades clave serán:

Alojamiento

Alimentación

Senderismo

Avistamiento de aves

Paseo cultura indígena

Capacitación y gestión de guías turísticos y personal en general

Logística y transporte dentro de los paquetes turísticos

### **Recursos Económicos**

Para poder gestionar recursos económicos para la empresa se postulará el proyecto a un subsidio que brinda la empresa MINER S.A a pequeños emprendedores pues ellos buscan apoyar al municipio en su crecimiento y este proyecto está lleno de buenas oportunidades, en base a esto iniciar esta empresa

Además de que el objetivo principal es que la venta de los paquetes turísticos sostenga la economía en el tiempo.

### **Asociaciones Clave**

Las Asociaciones clave con hoteles, restaurantes, comunidades indígenas serán de máxima importancia para poder brindar un servicio excelente y de calidad, además de que se pactarán acuerdos para el manejo de precios.

### **Relaciones con los Clientes**

Finalmente, y considerando que es un factor clave para que garantizar el posicionamiento de la empresa y tenga una buena acogida por los habitantes del Carme de Atrato y los turistas nacionales y extranjeros, es especializarse en la atención al cliente personalizada donde se preste atención especial a sus necesidades, preferencias y gustos para que el servicio brindado genere recomendaciones positivas, también se manejara la comunicación efectiva mediante PQRS que permita determinar fortalezas o debilidades dentro de la atención que se brindará.

**Tabla 3***Tabla de Relación de Procesos*

| Asociación                                   | Actividades clave  | Propuesta de valor   | Relaciones con clientes  | Segmentos de clientes  |
|--|--|--|--|--|
| Empresas locales como restaurantes y hoteles | Alojamiento<br>Alimentación<br>Senderismo<br>Avistamiento de aves<br>Paseo cultural indígena<br>Capacitación y gestión de guías turísticos y personal en general<br>Logística y transporte dentro de los paquetes turísticos | Experiencias auténticas y sostenibles.<br>Interacción con la comunidad local como lo indígenas, conociendo su historia y comprando sus artesanías<br>Precios justos y asequibles | Atención personalizada.<br>Excelente servicio al cliente<br>Fomentar la recomendación positiva<br>Comunicación efectiva mediante PQRS<br>Canales de comunicación<br>Página web<br>Redes sociales | Turistas nacionales y extranjeros que buscan experiencias de aventura y naturaleza<br>Edad entre los 20 a 60 años.<br>Grupos familiares que quieren vacacionar y conocer nuevas culturas |

---

| Recursos             | Pago         |
|----------------------|--------------|
| clave                | financiado a |
| Colaboración         | varios meses |
| con la comunidad     | de nuestros  |
| local y otros        | paquetes.    |
| operadores           |              |
| turísticos           |              |
| Acuerdos             |              |
| para generar empleo. |              |
| Conocimient          |              |
| os y experiencia en  |              |
| el municipio.        |              |

---

*Nota.* Tabla relación de actividades prioritarias

### **Fuentes de Ingresos**

ventas de paquetes turísticos.

Asignación del subsidio para emprendedores que brinda la empresa MINER S.A a

### **Planeación de los Recursos Operativos y Financieros**

Relación de procesos: la relación de procesos dentro de la empresa de turismo es fundamental pues permite garantizar la eficiencia y calidad en la prestación de los servicios que se van a ofertar, estos procesos son:

Planificación de productos: diseñar los paquetes turísticos es decir elegir los destinos, actividades y servicios que se van a prestar dentro de cada paquete turístico.

Marketing: publicidad que va a ser usada en la promoción y venta de los paquetes turísticos en redes sociales y pagina web.

Servicio al cliente: la manera que se va a atender a los clientes para que se sientan cómodos antes, durante y después del viaje.

Recursos humanos: selección del personal idóneo para trabajar en la empresa, incluyendo capacitación que les permita desempeñarse adecuadamente y según lo esperado por las condiciones que se implementaran en la empresa.

Calidad: garantizar políticas de evaluación que permitan una mejora continua, en este caso implementación de PQRS para estar al tanto del sentir del cliente.

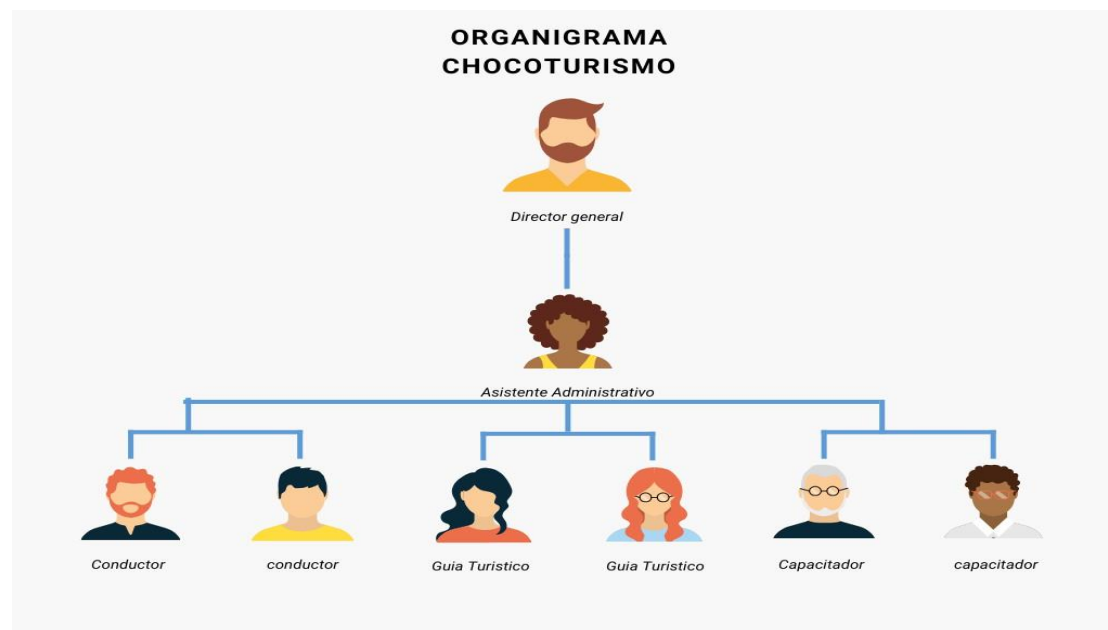
Gestión financiera: se refiere a los recursos que se utilizaran, la contabilidad de los ingresos y la planeación financiera.

Convenios con otras empresas: coordinar con otras empresas del sector turístico la inclusión de nuestros paquetes en sus ofertas y llegar acuerdos que beneficien a ambas partes, este punto es sumamente importante teniendo en cuenta que nos permitirá dar visibilidad a la empresa.

**Sustentación de las Necesidades de Recursos Humanos, Tecnológicos y de Infraestructura para la Prestación del Servicio o la Producción de los Bienes.**

**Figura 8**

*Organigrama de la empresa Choco turismo*



*Nota. Autoria propia*

La empresa de turismo es un proyecto intangible por lo que no se necesita recursos tecnológicos o de infraestructura, por lo que la necesidad principal son los recursos humanos, a continuación, estará lo proyectado para los siguientes 6 meses:

Guías turísticos: dos profesionales que dentro de sus competencias tengan conocimientos de la historia, cultura y sobre todo de los destinos turísticos que se van a visitar, un profesional debe tener un inglés fluido como requisito de las competencias, es importante y se considera muy relevante para el mercado turístico, también se busca que sean personas con habilidades para manejar grupos, por mencionar algunas; liderazgo, comunicación, resolución de conflictos y buena atención al cliente.

Asistente administrativo: encargado de apoyar al equipo con la gestión financiera, pero además de esto deberá cumplir con funciones extras como gestionar reservas y brindar atención al cliente por redes sociales y wpp, se puede decir que los primeros meses será un empleado supernumerario brindando apoyo desde el área de la oficina.

Conductores: serán los encargados de transportar a las personas a algunos destinos turísticos que no están dentro de la zona rural como, las tangaras y algunas comunidades indígenas, además también prestaran el servicio de recogida, deben contar con la licencia de conducción y los papeles de su carro al día.

Inicialmente también se brindará un curso de formación en atención al cliente que permitirá brindar lineamientos importantes de lo que se espera con el trato hacia los clientes, además de un curso en formación en turismo que les permita tener conocimientos de las habilidades esperadas para manejar operaciones turísticas

Adicional a esto se buscará apoyo de los bomberos para que brinden una capacitación de primeros auxilios y seguridad en casos de emergencia.

## La Estructura de Costos

La estructura de costos tiene una proyección a 6 meses por lo que se busca ahorrar en gastos mientras la empresa tiene más visibilidad, entonces los costos se dividirán así:

### *Costo Variables*

**Tabla 4**

*Relación del Cuadro de Costos de la Empresa*

| Concepto              | Descripción  | Costo mensual | Costo a 6 meses |
|-----------------------|--|---------------|-----------------|
|                       | Formación en atención al cliente y servicios de turismo sostenible                                     | \$ 2.000.000  | \$ 12.000.000   |
| Capacitaciones        |  |               |                 |
|                       | Alimentación, transporte e imprevistos en los recorridos turísticos                                    | \$ 340.000    | \$ 8.160.000    |
| Gastos de recorrido   |  |               |                 |
|                       | Camión tipo chivero para el transporte de los turistas capacidad máx. 18 personas se cancelará solo el | \$ 47.500     | \$ 285.000      |
| Alquiler de vehículos |  |               |                 |

|  |   |   |                            |
|--|---|---|----------------------------|
|  | pasaje de la cantidad de turistas que se transporten ese día. |   |                            |
|  | Compra de Suministros de oficina y aseo                       | tinta de impresora, papelería, esferos y útiles de aseo         | \$ 80.000 \$ 480.000       |
|  | Caja menor  | Dinero para manejo de gastos menores de \$120.000 en la oficina | \$ 120.000 \$ 720.000      |
|  | Total   |   | \$ 2.587.500 \$ 21.645.000 |

*Nota.* Discriminación de los costos variables de la empresa.

### Figura 8

*La serie 1 de color azul nos muestra los costos a 1 meses y la serie 2 de color naranja nos muestra los costos a 6 meses.*



*Nota.* Autoria propia

**Gastos Fijos****Tabla 5***Cuadro de Relación de los Gastos Fijos de la Empresa*

| Concepto                                       | Descripción   | Costo mensual | Costo a 6 meses |
|--|---|---------------|-----------------|
|  | Arriendo  |               |                 |
| Infraestructura de la sede administrativa      | local mediante contrato comercial de 3 meses.                                 | \$ 400.000    | \$ 2.400.000    |
|  | Servicios   |               |                 |
| Servicios Públicos                             | básicos del funcionamiento de la sede, agua potable y área cómodas de trabajo | \$ 250.000    | \$ 1.500.000    |
|  | Certificado   |               |                 |
| Pago de obligaciones y permisos de ley locales | de Bomberos, recarga de extintores, entre otros.                              | \$ 31.700     | \$ 190.000      |
|  | Pago del  |               |                 |
| Nómina de la empresa                           | salario de los colaborados  | \$ 10.200.000 | \$ 61.200.000   |

|                          |  |               |               |
|--------------------------|--|---------------|---------------|
|                          | directos de la<br>empresa  |               |               |
|                          | Seguro<br>todo riesgo en caso<br>de robo,<br>vandalismo o<br>desastre natural                    | \$ 1.275.000  | \$ 7.650.000  |
| Seguros                  | Pautas<br>publicitarias en<br>emisoras<br>departamental,<br>redes sociales y<br>volantes físicos | \$ 300.000    | \$ 1.800.000  |
| Marketing y<br>Publicada |  |               |               |
| Total                    |  | \$ 12.456.700 | \$ 74.740.000 |

*Nota.* Discriminación de los costos fijos de la empresa

### Figura 10

*La serie 1 de color azul nos muestra los costos a 1 meses y la serie 2 de color naranja nos muestra los costos a 6 meses.*



*Nota.* Autoria Propia

## **Conformación del Equipo de Trabajo**

2 guías turísticos

1 asistente administrativo

1 conductor

## **Cronograma de Actividades y Metas Alcanzables**

Cronograma de actividades a 6 meses Febrero-julio

Febrero realizar plan de negocios y el presupuesto con el que se cuenta para empezar el año y establecer los objetivos y metas para los siguientes meses.

Marzo decidir los destinos turísticos que se llevaran a cabo y de esta forma hacer la creación de los paquetes turísticos definiendo las actividades que se van a ofertar y los precios, y establecer los acuerdos con hoteles, restaurantes, trabajadores y los proveedores que se necesiten.

Abril realizar la revisión final del presupuesto para empezar a ofertar los paquetes turísticos, con la documentación de permisos y contratos. Es necesario tener en cuenta que de abril a Julio se considera temporada alta por lo que se empiezan a promocionar los viajes por medio de todas las redes sociales y pagina web, para esto también se establecerá el plan de marketing y publicidad para el resto del año pues se empezaran a brindar los servicios desde semana santa.

Mayo generar una promoción para el día de las madres, revisar como fue la experiencia con nuestros primeros clientes y brindarles la promoción por cada referido. Con los trabajadores se llevará a cabo un sistema de seguimiento de evaluación de calidad en los servicios prestados y análisis de PQRS

Junio continuar operando los paquetes turísticos y hacer una revisión de presupuestos y el plan de negocios aplicado.

Julio brindar una capacitación sobre atención al cliente y comenzar a planificar ofertas para la temporada baja que se considera que es de los meses Agosto Octubre. También se debe revisar que el plan de marketing y publicidad esté funcionando o hacer cambios de ser necesario

### **Metas Alcanzables a Corto Plazo**

Tener consolidados 2 paquetes turísticos diferentes para ofertar.

Tener presencia en línea, estando muy al pendiente de los movimientos del tráfico en la página web y redes sociales.

Hacer publicidad todos los días por medio de las redes sociales

Cerrar cada mes con un 20% de productividad en ventas de los paquetes turísticos

Desarrollar las alianzas estratégicas con al menos 2 empresas de servicio turístico en el chocó

Trabajar de mano de la sostenibilidad ambiental reduciendo el impacto que pueden causar las visitas de turistas a los entornos turísticos

Lograr una calificación excelente en las encuestas de satisfacción del cliente

### **Proyecciones de Ingresos**

La proyección de los ingresos se realiza en base a los meses que se están gestionando en el cronograma de actividades.

**Figura 11**

*Calendario de proyección de metas de la compañía*

|                                | FEBRERO                 | MARZO                   | ABRIL                   | MAYO                    | JUNIO                   | JULIO                   |
|--------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Plan individual</b>         | <b>10</b>               | <b>12</b>               | <b>14</b>               | <b>18</b>               | <b>18</b>               | <b>20</b>               |
| Precio de venta                | \$ 110.000              | \$ 110.000              | \$ 110.000              | \$ 110.000              | \$ 110.000              | \$ 110.000              |
| Precio total                   | \$ 1.100.000            | \$ 1.320.000            | \$ 1.540.000            | \$ 1.980.000            | \$ 1.980.000            | \$ 2.200.000            |
| <b>Plan pareja</b>             | <b>12</b>               | <b>15</b>               | <b>15</b>               | <b>18</b>               | <b>20</b>               | <b>24</b>               |
| Precio de venta                | \$ 220.000              | \$ 220.000              | \$ 220.000              | \$ 220.000              | \$ 220.000              | \$ 220.000              |
| Precio total                   | \$ 2.640.000            | \$ 3.300.000            | \$ 3.300.000            | \$ 3.960.000            | \$ 4.400.000            | \$ 5.280.000            |
| <b>Plan grupo 3-5</b>          | <b>6</b>                | <b>6</b>                | <b>10</b>               | <b>10</b>               | <b>11</b>               | <b>12</b>               |
| Precio de venta                | \$250.000 - \$350.000   | \$250.000 - \$350.000   | \$250.000 - \$350.000   | \$250.000 - \$350.000   | \$250.000 - \$350.000   | \$250.000 - \$350.000   |
| Precio total                   | Promedio \$1.800.000    | Promedio \$1.800.000    | Promedio \$3.000.000    | Promedio \$3.000.000    | Promedio \$3.300.000    | Promedio \$3.600.000    |
| <b>Plan grupo 6 o superior</b> | <b>2</b>                | <b>4</b>                | <b>6</b>                | <b>6</b>                | <b>8</b>                | <b>10</b>               |
| Precio de venta                | \$400.000 - \$1.050.000 | \$400.000 - \$1.050.000 | \$400.000 - \$1.050.000 | \$400.000 - \$1.050.000 | \$400.000 - \$1.050.000 | \$400.000 - \$1.050.000 |
| Precio total                   | \$ 1.450.000            | \$ 3.000.000            | \$ 4.500.000            | \$ 4.500.000            | \$ 6.000.000            | \$ 7.500.000            |

*Nota. Autoria propia*

**Figura 12**

*Gráfico de metas proyectadas por la empresa*



*Nota. Autoria propia*

## **Sustentación del Plan de Trabajo**

El plan de trabajo que se desarrolla sobre esta empresa de turismo tiene como objetivo principal presentar una oportunidad de crecimiento a nivel económico en el Carmen de Atrato chocó, ofreciendo experiencias turísticas únicas y de calidad a precios asequibles, además de contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades indígenas pues se busca darles inclusión.

Con la estructuración de un buen plan de negocios se espera que esta empresa de turismo crezca y se expanda al tener estrategias comerciales con otros proveedores turísticos y de esta forma ampliar las ofertas de los paquetes turísticos y servicios identificando las áreas de mejora en la eficiencia de los procesos operativos.

Con objetivos estratégicos y acciones bien diseñadas se podrá tener una buena presencia de la empresa en redes sociales y por medio de la página web y con un compromiso arduo de parte de todos los colaboradores la empresa de turismo se podrá consolidar como un proyecto líder en el Carmen de Atrato y en el sector turístico del chocó.

### **Valor Total de la Inversión**

En este caso la inversión principal estará en la creación de la página web y el manejo de marketing para empezar a dar a conocer los paquetes turísticos que se crearan, además de la contratación de los guías turísticos y la asistente administrativa que ayudará con otras labores y se dividirá de la siguiente forma:

Sueldo mínimo de 3 trabajadores:

Individual: 1.423.500 total: 4,270.500

Contratación para la creación de página web y manejo de marketing durante 3 meses.

1 mes: 2,000.000 total: 6.000.000

## **Fuentes de Financiamiento**

Para la fuente de financiamiento de proyecto se realizó un estudio de financiamiento que incluyó un análisis detallado de los costos, ingresos, riesgos y el mercado; Los costos iniciales incluyen la inversión en el local, equipos de oficina, licencias y permisos, los costos operativos son los salarios, gastos recurrentes, alquileres, marketing y servicios públicos, el análisis de los ingresos se estima con las ventas y las tarifas de los servicios turísticos que ofrece la empresa, el análisis del mercado, se calculó la demanda y el interés por los servicios turísticos en el municipio y el departamento de Choco además del impacto del mercado. El análisis financiero también se determinó el punto de equilibrio, la proyección del flujo de caja estimados para seis meses y se evaluó la rentabilidad del proyecto. La evaluación de riesgos se identificó los posibles riesgos financieros y se propusieron estrategias de mitigación, se consideraron los factores externos que pueden influir en la demanda como el cambio de tendencias turísticas o eventos económicos.

Inicialmente se empezará con la ayuda de la empresa MINER S.A que ayuda a los emprendedores del sector brindando dinero para llevar a cabo proyectos viables, sostenibles y amigables con el municipio. Su ayuda económica inicial será de 12.000.000.

Según el cronograma de actividades a los 2 meses de poner en funcionamiento la empresa se empezará a tener el ingreso de la venta de paquetes turísticos que será el sostenimiento principal de la empresa.

También se tendrá en cuenta la posibilidad de un crédito bancario en última instancia.

## Conclusiones

Con este trabajo se identificó e investigó y conoció un modelo de negocio sostenible sus características son de emprendimiento social y solucionar problemáticas de índole social que pueden ser las empresas con liderazgo e innovación contribuyendo a las sociedades y economías de municipios con pocas oportunidades. El aporte social que la empresa turística tiene como propuesta para los turistas son actividades y experiencias de conexión con la humanidad y el medio ambiente con estadías en hoteles que tengan el concepto de respeto por el medio ambiente, el aporte social de la empresa turística está enfocado en reconocer la historia del municipio, más inversión empresarial y del estado, crecimiento de empresas en la región vinculadas al turismo, culturización del empleo con prestaciones sociales.

Al usar el método Design Thinking en el proyecto o idea de negocio que es una empresa turística social se busca garantizar la innovación en el lugar donde se buscara soluciones en los problemas sociales que se presentan en nuestro municipio como la falta de empleo y visibilidad de otras áreas económicas, cuando organizamos cada etapa pudimos darnos cuenta lo que representaría esta empresa de turismo en cuanto a cubrir necesidades comunes e individuales en los ciudadanos del municipio y de esta forma de las debilidades y fortalezas evidenciadas hacer un análisis para poder continuar con esta idea de negocio.

### Referencias Bibliográficas

Camacho Rodríguez, L. D., & Rodríguez Riaño, A. P. (Eds.). (2024). El perfil emprendedor.

Sello Editorial UNAD. <https://doi.org/10.22490/>

Camacho, L. D. (2020). Empresas sociales. [Objeto\_virtual\_de\_Informacion\_OVI] Repositorio

Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31810>

Camacho, L. D. (2023). *Proyecciones operativas y financieras*. [Objeto virtual de aprendizaje

OVA]. Repositorio Institucional UNAD.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/55797>

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/130238](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238)