

Turismo ecológico en Cali y sus alrededores

Sebastian Claros Ortiz

Viviana Trujillo González

Gregorio Antonio López Maduro

Edwin Alejandro Cano Cárdenas

Leider Patarroyo Aguilar

Asesor

Lesly Tatiana Céspedes Erazo

Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios -ECANEN

Tecnología en Gestión de Obras Civiles y Construcciones, Tecnología en Gestión Comercial

Tecnología en Gestión Agropecuaria

2025

Agradecimientos

Queremos agradecer, primero que todo, a Dios por darnos la salud, la energía y la motivación para sacar adelante este proyecto.

A nuestra tutora, Lesly Tatiana Céspedes Erazo, gracias por su acompañamiento, orientación y paciencia durante este proceso. Sus aportes fueron clave para que este trabajo tuviera un enfoque claro y realista.

Agradecemos también a nuestras familias, que siempre estuvieron ahí brindándonos apoyo, ánimo y comprensión, incluso en los momentos más complicados. Sin ustedes, este logro no habría sido posible.

Y, por supuesto, a nuestros compañeros de grupo: Sebastián, Viviana, Gregorio, Edwin y Leider. Gracias por su compromiso, el trabajo en equipo y todas las ideas que pusieron sobre la mesa para hacer realidad esta propuesta. Aprendimos muchísimo juntos y logramos crear algo que realmente puede generar un impacto positivo.

Finalmente, gracias a todas las personas y comunidades que nos compartieron su tiempo y experiencias durante la etapa de investigación. Este proyecto también les pertenece.

Resumen

El presente informe documenta el diseño, desarrollo y proyección del emprendimiento social “Pasadía Eco Aventura”, una propuesta de turismo ecológico comunitario en Cali y sus alrededores. El proyecto fue estructurado mediante la metodología Design Thinking, abordando de forma participativa cada una de sus fases: empatía, definición, ideación, prototipado y evaluación. A partir del trabajo de campo con comunidades rurales y del análisis de mercado, se identificaron necesidades, capacidades locales y oportunidades para integrar sostenibilidad ambiental, educación ecológica y desarrollo económico.

Se diseñó una ruta ecoturística piloto con actividades como senderismo interpretativo, avistamiento de aves, talleres ambientales, gastronomía típica y experiencias culturales guiadas por actores locales. Esta experiencia busca promover el aprendizaje vivencial, el respeto por la biodiversidad y el fortalecimiento de la identidad territorial. La propuesta integra un modelo de negocio CANVAS, un plan de mercadeo con enfoque digital y alianzas estratégicas para garantizar la viabilidad operativa y financiera del proyecto.

Los resultados preliminares evidencian una alta aceptación por parte de potenciales usuarios, así como impactos positivos en la generación de empleo, el fortalecimiento comunitario, la conservación del entorno y la sensibilización ambiental. “Pasadía Eco Aventura” se consolida como una iniciativa replicable, sostenible y alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente los relacionados con comunidades sostenibles, educación ambiental y empleo digno.

Palabras claves: Turismo ecológico, Sostenibilidad, Design Thinking, Ecoturismo comunitario, Conservación ambiental, Educación ambiental, Innovación social, Desarrollo local, Modelo CANVAS.

Abstract

This report presents the design, development, and projection of the social entrepreneurship initiative “Pasadía Eco Aventura”, an ecological tourism project in Cali and its surrounding rural areas. The initiative was structured using the Design Thinking methodology, addressing each phase—empathize, define, ideate, prototype, and test—through collaborative work with local communities and market analysis. The project identifies opportunities to integrate environmental sustainability, ecological education, and economic development into a single tourism experience.

A pilot ecotourism route was developed, featuring guided hikes, birdwatching, environmental workshops, traditional gastronomy, and cultural activities led by local actors. The experience is designed to promote environmental awareness, community identity, and meaningful learning. The project includes a comprehensive Business Model Canvas, a marketing plan with a strong digital strategy, and strategic alliances to ensure operational and financial sustainability.

Preliminary results indicate strong interest from target audiences, as well as positive impacts in terms of job creation, community empowerment, biodiversity conservation, and environmental education. “Pasadía Eco Aventura” emerges as a replicable and sustainable model aligned with the Sustainable Development Goals, particularly those related to community engagement, responsible tourism, and inclusive local growth.

Key words: Ecotourism, Sustainability, Design Thinking, Community-based tourism, Environmental education, Conservation, Social entrepreneurship, Business Model Canvas, Sustainable development.

Tabla De Contenido

Introducción	12
Objetivos.....	15
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos.....	15
Conceptualización del Proyecto Social.....	16
Turismo Ecológico en la Ciudad de Cali y sus Alrededores	16
Impacto Social, Económico y Ambiental	17
Impacto Social	17
Impacto Económico	18
Impacto Ambiental.....	18
Población o Grupo Beneficiado	19
Propuesta de Emprendimiento Social	20
Planteamiento del Problema	20
Problemática Social Seleccionada	20
Población Afectada	20
Solución del Problema.....	20
Necesidades o Desafíos a Satisfacer	20
Propuesta de Valor.....	22
Grupos Demográficos Interesados	23
Segmentación del Mercado Objetivo.....	23
Análisis de Recursos.....	24
Recursos Naturales	24

Capital Humano	25
Recursos Tecnológicos	25
Infraestructura	26
Colaboración Local.....	26
Pertinencia del Proyecto	27
Presentación de la Innovación Social	28
Fases de Design Thinking y Propuesta de Valor	28
Propuesta “Pasadía Eco Aventura”	29
Análisis de Mercado – Proyectos de Turismo Ecológico en Cali.....	29
Actividades del Pasadía	30
Aplicación de la Herramienta SCAMPER.....	30
Aplicación SCAMPER	30
Resultados Preliminares.....	31
Indicadores de Impacto y Mecanismos de Seguimiento	31
Resultados Preliminares.....	33
Plan de Mercadeo.....	34
Investigación de Mercado	34
Resultados de la Encuesta.....	34
Segmentación del Mercado.....	37
Análisis de la Competencia.....	38
Análisis del Mercado, Competencia y Estrategias de Mercadeo del Proyecto.	38
Estrategias de Mercadeo (4P)	38

Producto	38
Precio	39
Plaza (Distribución)	39
Promoción.....	40
Estrategias de Fidelización y Seguimiento	40
Soluciones para los Problemas Concretos Encontrados	40
Alianzas Estratégicas	41
Zonificación Turística.....	41
Plan de Acciones y Cronograma de Mercadeo	42
Modelo de Negocio.....	43
Explicación del Modelo Canvas	43
Socios Clave	43
Actividades Clave.....	43
Propuesta de Valor.....	43
Relación con el Cliente	44
Segmentos de Clientes	44
Canales de Distribución	44
Recursos Clave	45
Estructura de Costos	45
Fuentes de Ingresos.....	45
Sostenibilidad Financiera del Modelo	47
Planeación de los Recursos Operativos y Económicos.....	48

Ficha Técnica del Servicio “Pasadía Eco Aventura”	50
Recursos Humanos	50
Recursos Tecnológicos	52
Infraestructura	52
Proyección de Distribución en Planta.....	55
Descripción de Cargos, Organigrama y Proyecciones de Sueldos	56
Cargos y Salarios Mensuales Estimados	59
Localización.....	63
Estructura De Costos	64
Conformación del Equipo de Trabajo.....	66
Definición de un Cronograma de Actividades y Metas Alcanzables.....	69
Proyecciones de Ingresos.....	69
Precio de Venta.....	71
Proyecciones Ingresos por Ventas	73
Sustentación del Plan de Trabajo.....	74
Estimación de Capital de Trabajo Necesario (2 Meses).....	75
Flujo de Caja Mensual – Año 1	75
Valor Total de la Inversión	79
Fuentes de Financiamiento.....	81
Conclusión	83
Bibliografía	84

Listas de Tablas

Tabla 1 <i>Mercado Objetivo</i>	23
Tabla 2 <i>Desing Thinking</i>	28
Tabla 3 <i>Aplicación Scamper</i>	30
Tabla 4 <i>Segmentos del Mercado</i>	37
Tabla 5 <i>Descripción del Producto</i>	38
Tabla 6 <i>All RightsReserved. Herramienta SCAMPER – Fase IDEAR</i>	41
Tabla 7 <i>Cronograma de Actividades</i>	42
Tabla 8 <i>Capacidad Instalada</i>	49
Tabla 9 <i>Descripción de Maquinaria y Elementos Operativos</i>	52
Tabla 10 <i>Descripción del Organigrama</i>	58
Tabla 11 <i>Descripción de Cargos y Salarios</i>	59
Tabla 12 <i>Descripción Equipos de Oficina</i>	60
Tabla 13 <i>Procesos Preoperativos</i>	60
Tabla 14 <i>Estructura de Costos</i>	65
Tabla 15. <i>Proyección de Salario Mensual</i>	67
Tabla 16 <i>Cálculo de la Demanda</i>	70
Tabla 17 <i>Proyecciones de Ventas (Unidades)</i>	70
Tabla 18 <i>Punto de Equilibrio</i>	72
Tabla 19 <i>Proyecciones de Ingresos por Ventas (Mensual)</i>	73
Tabla 20 <i>Proyecciones de Ingresos por Ventas</i>	74
Tabla 21 <i>Proyección de Capital de Trabajo - 2 Meses</i>	75
Tabla 22 <i>Flujo de Caja Mensual</i>	76
Tabla 23. <i>Saldos Acumulados (en Miles)</i>	77
Tabla 24 <i>Inversión Total</i>	80

Tabla 25 <i>Estructura de Financiación</i>	82
---	----

Lista de Figuras

Figura 1 <i>¿Te Gustaría Conocer más de la Biodiversidad y Riquezas de tu Región? .</i>	34
Figura 2 <i>¿Conoces Lugares como Parques, Reservas Naturales en Cali o sus Alrededores?</i>	34
Figura 3 <i>¿Sabes por qué Cali fue Elegida como la Sede de la COP 16 en 2024?</i>	35
Figura 4 <i>¿Crees que el Valle del Cauca tiene Lugares que Merecen Darse a Conocer para Hacer Ecoturismo?</i>	35
Figura 5 <i>¿Has Planeado Salida para Conocer Lugares no Habituales y Poco Conocidos, pero con Gran Belleza y Riqueza Natural?</i>	36
Figura 6 <i>¿Irías a un Tour Ecoturístico en el Valle del Cauca?.....</i>	36
Figura 7 <i>Modelo CANVAS de Negocio.....</i>	46
Figura 8 <i>Ficha Técnica Pasadía Eco aventura</i>	51
Figura 9 <i>Plano del Punto Físico (Oficina)</i>	56
Figura 10. <i>Organigrama Eco aventura</i>	57
Figura 11 <i>Localización</i>	63
Figura 12 <i>Cronograma de Actividades.....</i>	69

Introducción

Cali y su entorno natural ofrecen algo más que paisajes hermosos: representan una oportunidad real de construir un modelo de desarrollo que respete la vida, impulse la economía local y fortalezca el tejido social de las comunidades rurales. En este contexto, nació nuestro proyecto de emprendimiento social “Pasadía Eco Aventura”, una propuesta que no solo promueve el turismo, sino que lo convierte en una herramienta educativa, ambiental y comunitaria.

A través de cada fase de este trabajo, hemos recorrido un proceso de identificación de necesidades, diseño de soluciones y validación de ideas que reflejan un profundo compromiso con la sostenibilidad. Con base en metodologías participativas como el Design Thinking, logramos diseñar rutas ecoturísticas que combinan caminatas por senderos, actividades culturales, talleres ambientales y, sobre todo, una conexión genuina entre visitantes y anfitriones.

Esta propuesta responde a una problemática concreta: la falta de oportunidades dignas en las zonas rurales de Cali, muchas veces invisibilizadas a pesar de su enorme riqueza natural y cultural. Por eso, desde el primer momento, entendimos que no se trataba solo de crear una oferta turística, sino de construir una experiencia con sentido y propósito.

A lo largo del documento se presenta un recorrido detallado por cada componente clave del proyecto: desde el análisis del entorno y la formulación de la propuesta de valor, hasta el diseño del modelo de negocio, la planeación financiera y la estrategia de sostenibilidad. Cada capítulo ha sido pensado para mostrar, de manera clara y realista, cómo un grupo de ciudadanos puede contribuir al desarrollo local cuando se trabaja con visión, empatía y colaboración.

Este proyecto es, ante todo, una apuesta por el futuro: un turismo que respeta, que educa y que deja huella positiva en cada lugar que toca. Creemos firmemente que es posible

hacer las cosas de otra manera, y este documento es nuestra manera de demostrarlo.

Justificación

El turismo ecológico se ha convertido en una respuesta necesaria frente a los modelos turísticos tradicionales, los cuales, en muchos casos, han tenido un impacto negativo sobre los ecosistemas y las comunidades anfitrionas. En el contexto de Cali, muchas zonas rurales poseen un alto potencial para el desarrollo de experiencias sostenibles, aunque carecen de visibilidad, acompañamiento y organización.

Este proyecto se justifica por su capacidad para generar oportunidades económicas a las comunidades rurales, al tiempo que fomenta la conservación de los recursos naturales y el fortalecimiento del tejido social. Además, responde a las actuales tendencias globales de turismo consciente, y se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente el ODS 11, orientado a construir ciudades y comunidades sostenibles.

La implementación de esta propuesta no solo busca ofrecer una experiencia enriquecedora para los visitantes, sino también transformar positivamente los territorios, posicionando al ecoturismo comunitario como una herramienta real y efectiva de desarrollo integral, con rostro humano y compromiso ambiental.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar una propuesta de emprendimiento social que impulse el ecoturismo comunitario en Cali, promoviendo el desarrollo sostenible y la conservación ambiental, mediante rutas educativas y la participación activa de las comunidades rurales.

Objetivos Específicos

Diseñar rutas ecoturísticas que integren elementos educativos, naturales y culturales.

Involucrar de manera activa a las comunidades locales en la planeación y ejecución del proyecto.

Fomentar el conocimiento ambiental y la identidad cultural a través de experiencias significativas.

Establecer alianzas estratégicas que aseguren la sostenibilidad operativa y financiera de la iniciativa.

Evaluar los impactos sociales, económicos y ambientales generados por el proyecto.

Conceptualización del Proyecto Social

Turismo Ecológico en la Ciudad de Cali y sus Alrededores

Santiago de Cali, capital del departamento del Valle del Cauca, se encuentra en una región privilegiada... no solo por su enorme biodiversidad, sino también por su riqueza cultural. La ciudad está rodeada de montañas, ríos, zonas de ladera y reservas naturales que conforman un entorno ideal para el desarrollo del turismo de naturaleza, en especial, del turismo ecológico.

Entre los lugares con mayor potencial para esta modalidad se destacan: la cuenca del río Pance, los corregimientos de La Leonera, El Saladito, Felidia y Pichindé, así como las áreas protegidas que integran el Parque Nacional Natural Farallones de Cali... un verdadero tesoro natural de la región.

El turismo ecológico, o ecoturismo, se entiende como una forma de turismo responsable que se realiza en áreas naturales. Su objetivo no es solo disfrutar del entorno, sino también comprenderlo, respetarlo y conservarlo. Este tipo de turismo genera un impacto positivo —tanto ambiental como sociocultural—, y promueve valores como la educación ambiental, el respeto hacia las comunidades locales y la construcción de economías sostenibles.

Hoy en día, el ecoturismo es reconocido como una herramienta clave para alcanzar varios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en especial:

- el ODS 11, que promueve ciudades y comunidades sostenibles, y
- el ODS 15, enfocado en la vida de los ecosistemas terrestres.

Cali, como destino emergente en turismo ecológico, tiene características geográficas únicas que le permiten ofrecer experiencias muy diversas. Su cercanía al Pacífico colombiano y su ubicación estratégica —entre el valle y la cordillera occidental— hacen posible la existencia de múltiples pisos térmicos y ecosistemas. Gracias a esta diversidad, es posible

desarrollar rutas que incluyan: senderismo, avistamiento de aves, visitas a fincas agroecológicas, talleres de educación ambiental, experiencias gastronómicas con productos locales... y, sobre todo, contacto directo con comunidades rurales que trabajan en la conservación de su territorio.

Además, en la zona rural de Cali, ha ido creciendo una red de organizaciones comunitarias y reservas privadas que ven en el ecoturismo una oportunidad de desarrollo. Estas iniciativas fortalecen la identidad cultural, impulsan la economía solidaria y contribuyen activamente a la reforestación y protección de los ecosistemas. Sin embargo, no todo es fácil: muchas de estas propuestas todavía enfrentan retos importantes, como la falta de promoción, la escasa infraestructura turística y la necesidad de formación técnica y empresarial para una gestión sostenible del turismo.

En este contexto, el proyecto “Pasadía Eco Aventura” se presenta como una propuesta integral que busca fortalecer el ecoturismo comunitario en Cali y sus alrededores. La idea es simple, pero poderosa: combinar naturaleza, educación, cultura y economía local para que cada visitante no solo viva una experiencia recreativa, sino que también se convierta en un agente activo de cambio, comprometido con la sostenibilidad del territorio que visita.

El turismo ecológico en Cali —si se gestiona de forma adecuada— puede transformarse en una estrategia poderosa, capaz de articular intereses ambientales, sociales y económicos. Esto no solo traería beneficios reales para las comunidades anfitrionas, sino que también posicionaría a Cali como un referente nacional e internacional de turismo responsable y con propósito.

Impacto Social, Económico y Ambiental

Impacto Social

El proyecto de turismo ecológico en Cali y el Valle del Cauca tiene un impacto social significativo, al promover una forma de turismo centrada en el respeto por la naturaleza y la

valorización de las comunidades locales. Este enfoque fortalece los lazos sociales al interior de los territorios, fomentando la colaboración comunitaria y la construcción colectiva de una identidad cultural basada en la sostenibilidad. Además, permite que las comunidades anfitrionas se conviertan en protagonistas del desarrollo turístico, reforzando su autoestima y el sentido de pertenencia con su territorio. La inclusión de jóvenes, mujeres y adultos mayores en procesos de formación y prestación de servicios turísticos genera oportunidades de integración intergeneracional y cohesión social. Las actividades de educación ambiental dirigidas tanto a turistas como a residentes locales contribuyen al fortalecimiento de una conciencia colectiva orientada al cuidado del entorno y la sostenibilidad a largo plazo.

Impacto Económico

Desde el punto de vista económico, el proyecto impulsa la dinamización de las economías rurales mediante la valorización de los recursos naturales y culturales del territorio. La implementación de rutas turísticas, servicios de alojamiento rural, gastronomía típica, actividades recreativas y venta de productos artesanales, permite que las comunidades generen ingresos sostenibles y diversificados. Este tipo de turismo estimula el emprendimiento local, fomenta el consumo responsable y fortalece los encadenamientos productivos a pequeña escala. Además, al reducir la migración hacia zonas urbanas en busca de empleo, el ecoturismo ayuda a estabilizar las economías locales y a mitigar problemáticas sociales asociadas a la falta de oportunidades. También se prevé la creación de cooperativas turísticas y alianzas comerciales entre campesinos, emprendedores y operadores turísticos, garantizando un modelo de negocio sólido e incluyente.

Impacto Ambiental

El impacto ambiental que se genera es muy positivo, combinando la conservación y la educación ambiental con el turismo en armonía con la naturaleza, se realizan protección de espacios y ecosistemas de la fauna y flora. Con manejo adecuado de desechos orgánicos que

se utilizan como abono o con tratamiento natural para el mismo ecosistema.

Buscar el mejoramiento de las experiencias de turismo mediante la implementación de certificaciones reconocidas como el sello ISO 14001.

Población o Grupo Beneficiado

Este proyecto beneficiará a múltiples actores dentro del ecosistema turístico regional. De manera directa, impactará a las comunidades rurales y periurbanas de Cali y sus alrededores, incluyendo corregimientos como Pichindé, Los Andes, La Castilla, y zonas de la llamada 'Vuelta de Occidente'. Los residentes de estas zonas podrán generar ingresos, recibir formación en prácticas sostenibles y mejorar su calidad de vida. También se verán beneficiados los emprendedores locales, que ofrecerán productos y servicios turísticos diferenciados. A su vez, los turistas nacionales e internacionales accederán a experiencias únicas, basadas en el contacto con la naturaleza, la cultura ancestral y la hospitalidad rural. Instituciones educativas, organizaciones ambientales y actores del sector público también encontrarán espacios de articulación en el marco del proyecto, fortaleciendo el trabajo interinstitucional y la innovación social.

Propuesta de Emprendimiento Social

Planteamiento del Problema

La propuesta consiste en crear rutas ecoturísticas rurales y comunitarias que integren a pobladores locales como guías, anfitriones o productores de servicios turísticos. Se diseñó un pasadía ecológico llamado “*Pasadía Eco Aventura*” que combina senderismo, educación ambiental y visitas a puntos naturales únicos en el corregimiento La Leonera y El Saladito. Esta iniciativa apunta a convertir a Cali en un referente nacional de turismo responsable.

Problemática Social Seleccionada

Problemática social: La zona rural de Cali, a pesar de tener gran potencial turístico, enfrenta desempleo, falta de visibilidad de sus emprendimientos y poca organización para el turismo sostenible.

Población Afectada

Comunidades rurales de corregimientos como La Leonera, El Saladito, Felidia y Pance, con más de 30 mil habitantes combinados, muchos de ellos sin empleo formal y con alta dependencia de actividades extractivas o inestables.

Solución del Problema

Se propone un modelo de empresa comunitaria de ecoturismo, donde los habitantes actúan como protagonistas: guías, cocineros, promotores, productores de artesanías y anfitriones rurales. El proyecto se basa en principios de economía solidaria, conservación ambiental y participación activa.

Necesidades o Desafíos a Satisfacer

El turismo ecológico propuesto responde a diversas problemáticas estructurales que afectan a las zonas rurales de Cali y el Valle del Cauca. En primer lugar, busca enfrentar la falta de oportunidades laborales sostenibles para los habitantes de estas regiones, especialmente para jóvenes y mujeres, quienes muchas veces tienen opciones limitadas.

También se atiende la creciente desconexión entre el espacio urbano y rural, promoviendo una integración respetuosa que permita a los habitantes de las ciudades conocer y valorar la biodiversidad y cultura local. Otro desafío que se busca superar es el deterioro ambiental generado por actividades extractivas o turísticas no reguladas, proponiendo un modelo basado en el uso responsable de los recursos y la protección del patrimonio natural.

Finalmente, se busca innovar en la oferta turística actual, que en muchos casos no contempla criterios de sostenibilidad ni participación comunitaria en su desarrollo. conciliando el desarrollo económico, la conservación del medio ambiente y el bienestar de Cali y sus alrededores convirtiendo esta localidad en una tendencia creciente en la industria turística, ya que cada vez más viajeros buscan prácticas que sean respetuosas con el entorno y que ayuden al desarrollo sostenible de los destinos que visitan, según Oliwia en 27 febrero 2025-one-more-tree foundation esto conlleva a un sentimiento de cuidado y propiedad sobre los recursos naturales al proporcionar medios de vida alternativos, el ecoturismo en la localidad de Cali y sus alrededores puede reducir la presión sobre ecosistemas frágiles, promover el mantenimiento cultural y reducir la pobreza.

El éxito de este proyecto comunitario se basa como los alojamientos propiedad de la comunidad, las visitas guiadas dirigidas por la población local, las cooperativas de ecoturismo, el fortalecimiento de las comunidades locales mediante la plantación de árboles y la limpieza de bosques demuestran el potencial del turismo como herramienta para el desarrollo sostenible y el empoderamiento de la comunidad integrando la sostenibilidad en el plan de estudios y organizando actividades ecológicas, las escuelas pueden formar la conciencia ecológica de los alumnos desde una edad temprana de igual forma la implementación de talleres medioambientales el cual desempeñan un papel importante a la hora de concienciar sobre los problemas acuciantes del medio ambiente y capacitar a las comunidades para abordarlos eficazmente. Estos talleres ofrecen una plataforma para que

expertos, activistas y ciudadanos interesados se reúnan, compartan ideas y aporten soluciones innovadoras a los problemas medioambiental otra medida u opción sería fortalecer los programas de voluntariado como un poderoso mecanismo para hacer converger los objetivos empresariales con los resultados sociales y medioambientales. Buscar estrategias que aborden la presencia de la política pública y definir como ejes de trabajo la planificación, investigación de mercados, diseño de producto, promoción, calidad e inversión, evolucionando la visión de intervenciones en un destino a un escenario generalizado de conectividad de dicha localidad.

Propuesta de Valor

La propuesta de valor del proyecto “Pasadía Eco Aventura” se fundamenta en ofrecer una experiencia de turismo ecológico comunitario que integra sostenibilidad ambiental, educación ecológica, participación local y cultura regional. A través de esta iniciativa, se busca proporcionar a los visitantes no solo una actividad recreativa, sino una vivencia transformadora que fortalezca el vínculo con la naturaleza y promueva el desarrollo social de las comunidades anfitrionas.

A diferencia del turismo convencional, que muchas veces excluye a las poblaciones locales o genera impactos negativos sobre los ecosistemas, esta propuesta se construye desde una lógica de corresponsabilidad. La comunidad es parte activa en el diseño, operación y mejora del servicio, lo cual genera sentido de pertenencia, empleo digno y oportunidades de emprendimiento.

La experiencia se centra en un paquete turístico de un día, desarrollado en zonas rurales de Cali como La Leonera y El Saladito. Incluye senderismo en reservas naturales, avistamiento de aves, talleres ambientales, gastronomía típica y actividades culturales. Todos estos componentes están diseñados desde un enfoque educativo y vivencial, con el propósito de sensibilizar a los visitantes sobre la conservación de la biodiversidad y los saberes ancestrales del territorio.

Entre los elementos diferenciales de esta propuesta de valor se encuentran:

Turismo con propósito: los visitantes se conectan emocionalmente con los territorios y contribuyen al bienestar de las comunidades locales.

Educación ambiental aplicada: cada actividad incluye mensajes y prácticas de sostenibilidad adaptadas a diferentes públicos.

Intercambio cultural auténtico: las experiencias se desarrollan con campesinos, cocineros y guías locales, permitiendo una inmersión real en el contexto social del lugar.

Sostenibilidad económica: los ingresos generados se distribuyen equitativamente entre los actores locales, fortaleciendo una economía solidaria.

Adaptabilidad y personalización: el producto turístico puede ajustarse según el perfil del grupo (familias, estudiantes, adultos mayores o turistas internacionales).

Grupos Demográficos Interesados

Segmentación del Mercado Objetivo

Tabla 1

Mercado Objetivo

Segmento	Edad	Características Sociodemográficas	Perfil Psicográfico
Jóvenes solteros	18–30	Estudiantes universitarios o profesionales recientes, solteros, con alto uso de redes sociales	Aventureros, sensibles al medio ambiente, buscan autenticidad y bajo costo
Adultos (Millennials/GenX)	31–50	Profesionales con familia, ingresos medios a altos, valoran experiencias compartidas	Buscan equilibrio entre educación, naturaleza y bienestar familiar
Pensionados	>60	Jubilados activos, interesados en salud y cultura, tiempo disponible	Prefieren actividades suaves, seguras y con contenido cultural o natural
Extranjeros eco-	25–	Viajeros internacionales de	Comprometidos con el

Segmento	Edad	Características Sociodemográficas	Perfil Psicográfico
conscientes	60	Europa y Norteamérica	consumo responsable, apoyan proyectos comunitarios
Estudiantes	15–25	Grupos escolares y universitarios de instituciones locales	Interesados en aprendizaje experiencial, talleres educativos y actividades practicas

Nota. La tabla explica el mercado al cual está dirigido el proyecto, según la edad, características y perfil psicográfico.

Análisis de Recursos

Para el desarrollo del proyecto “Pasadía Eco Aventura”, se identificaron los principales recursos disponibles en el territorio, tanto naturales como humanos, tecnológicos y de infraestructura. Este análisis permite establecer las capacidades reales del emprendimiento y sustentar la viabilidad operativa y económica del mismo.

Recursos Naturales

El área de intervención —que incluye corregimientos como La Leonera, El Saladito y Felidia— cuenta con una riqueza ecológica excepcional. Entre los recursos naturales disponibles se destacan:

Bosques nativos y senderos ecológicos: ideales para el desarrollo de caminatas interpretativas, observación de flora y fauna y actividades de educación ambiental.

Cuerpos de agua: ríos, quebradas y cascadas que permiten actividades de contemplación, baños naturales y talleres sobre conservación del recurso hídrico.

Reservas naturales y fincas agroecológicas: espacios que combinan conservación, producción responsable y servicios de hospitalidad, como alimentación y guianza.

Estos recursos, además de ser el eje de la experiencia ecoturística, son protegidos por comunidades locales comprometidas con prácticas sostenibles.

Capital Humano

El capital humano constituye un activo fundamental para el proyecto. Se cuenta con:

Guías comunitarios capacitados en interpretación ambiental, primeros auxilios y atención al visitante.

Cocineros, artesanos y productores locales que ofrecen gastronomía típica, productos artesanales y experiencias culturales auténticas.

Aliados institucionales y organizaciones sociales, con quienes se han establecido redes de colaboración para fortalecer la formación, la promoción y la gestión ambiental.

Este componente humano aporta no solo habilidades operativas, sino también un conocimiento profundo del territorio, de sus valores culturales y de las dinámicas sociales locales.

Recursos Tecnológicos

Aunque el proyecto se basa en experiencias presenciales y contacto con la naturaleza, se han incorporado herramientas tecnológicas básicas para mejorar la gestión y la experiencia del usuario. Entre ellas:

Plataforma digital de reservas (modelo SaaS): permite gestionar cupos, recibir pagos y enviar confirmaciones automáticas.

Código QR en ruta: ofrece acceso a información interpretativa (flora, fauna, leyendas locales) a través de dispositivos móviles.

Teléfono con WhatsApp Business y redes sociales para atención al cliente, promoción y contacto con aliados.

Radios de comunicación para coordinación entre guías y personal de apoyo durante las salidas.

Estas herramientas fortalecen la eficiencia operativa y permiten posicionar el proyecto en canales digitales con bajo costo.

Infraestructura

La sede física del proyecto está ubicada en Cali, cerca del Parque Natural Bataclán, e incluye:

Oficina administrativa de 40 m²: punto de atención, coordinación de salidas y almacenamiento de materiales.

Área de briefing y espera: espacio para preparar a los visitantes antes de iniciar la experiencia.

Almacén de equipos: botiquines, bastones de senderismo, mochilas, señalética ecológica.

Convenio con empresa de transporte turístico especializado.

Instalaciones aliadas en reservas naturales: senderos, comedor campestre, zonas de descanso y espacios educativos.

En conjunto, estos recursos permiten ofrecer una experiencia ecoturística de calidad, centrada en la sostenibilidad, la seguridad y la participación activa de los actores locales. El uso responsable y articulado de estos activos garantiza la viabilidad del proyecto y su potencial de crecimiento.

Colaboración Local

La colaboración con actores locales es un pilar fundamental del proyecto “Pasadía Eco Aventura”, tanto para su implementación como para su sostenibilidad a largo plazo. Este enfoque busca fomentar un modelo de turismo participativo en el que las comunidades anfitrionas no solo sean receptoras de los beneficios del turismo, sino también protagonistas activas en la planificación, ejecución y evaluación de las experiencias ofrecidas.

El proyecto ha identificado y establecido vínculos con organizaciones comunitarias,

emprendedores locales, líderes ambientales, instituciones educativas y entidades del sector público, con el fin de fortalecer capacidades, compartir responsabilidades y potenciar recursos existentes. Esta red de colaboración garantiza un enfoque territorial, inclusivo y sustentado en el conocimiento colectivo del entorno.

Entre los principales actores locales con los que se han promovido alianzas se encuentran:

Juntas de Acción Comunal (JAC) y asociaciones comunitarias de los corregimientos de La Leonera, El Saladito, Felidia y Pichindé, quienes facilitan el acceso a los territorios, apoyan la logística de las actividades y participan en los procesos de sensibilización y formación.

Reservas naturales privadas y fincas agroecológicas, que prestan espacios e infraestructura para la realización de talleres ambientales, caminatas y actividades de turismo responsable.

Emprendedores locales en gastronomía, artesanías y servicios turísticos complementarios, quienes integran la oferta con productos y servicios auténticos.

Instituciones educativas y ambientales como el DAGMA, la Universidad del Valle y organizaciones sin ánimo de lucro, que han brindado asesoría técnica, formación y acompañamiento en temas de sostenibilidad, biodiversidad y gestión del riesgo.

Entidades gubernamentales y programas de desarrollo local, que han manifestado interés en apoyar el proyecto a través de convocatorias, difusión y articulación con otras iniciativas territoriales.

Pertinencia del Proyecto

El ecoturismo permite generar ingresos dignos, preservar el patrimonio natural y crear conciencia ambiental, aprovechando el potencial inexplorado de las zonas rurales caleñas.

Presentación de la Innovación Social

Fases de Design Thinking y Propuesta de Valor

Para consolidar las fases del Design Thinking en el proyecto de turismo ecológico en Cali y sus alrededores, se propone la siguiente estructura, sustentada en la propuesta de valor que aporta su puesta en marcha:

Tabla 2

Design Thinking

Fase de Design Thinking	Propuesta de Valor
Empatizar	Generar una comprensión profunda del contexto social, cultural y ambiental, permitiendo diseñar soluciones que respondan a las necesidades reales de los involucrados y que generen valor para todos.
Definir	Establecer un enfoque claro y preciso del proyecto, definiendo el alcance, los objetivos y los resultados esperados en términos de desarrollo sostenible, inclusión social y dinamización económica.
Idear	Promover la innovación y la concreción, explorando diferentes alternativas para el desarrollo de productos, servicios y experiencias turísticas que sean sostenibles, auténticas y atractivas para los visitantes.
Prototipar	Permitir la visualización y materialización de las ideas, facilitando la evaluación de su viabilidad, usabilidad y deseabilidad, y obteniendo retroalimentación temprana de los usuarios y otros actores clave.
Evaluar	Aprender de la experiencia, identificar áreas de mejora y realizar ajustes en las soluciones diseñadas, garantizando que el proyecto sea sostenible, escalable y genere valor a largo plazo para la comunidad y el territorio.

Nota. Esta tabla explica las 5 fases del Design Thinking para construir la tabla de valor.

Propuesta “Pasadía Eco Aventura”

Análisis de Mercado – Proyectos de Turismo Ecológico en Cali

El turismo ecológico en Cali y sus alrededores presenta una oportunidad clara de desarrollo gracias al creciente interés por experiencias sostenibles, educativas y de contacto directo con la naturaleza. El mercado objetivo es diverso y abarca desde jóvenes aventureros hasta familias con niños, adultos mayores y turistas internacionales, todos con un interés común: disfrutar de la biodiversidad sin causar daño ambiental.

Cali se ha convertido en un destino atractivo por su riqueza natural, su ubicación estratégica y la gran cantidad de parques y reservas. Las actividades más demandadas incluyen senderismo, avistamiento de aves, talleres ambientales, recorridos culturales y experiencias rurales. Muchos turistas también valoran el aprendizaje sobre sostenibilidad y la interacción con comunidades locales.

Frente a la competencia, aunque existen varias agencias y operadores en la región, muchas carecen de una oferta diferenciada o de estrategias sólidas de mercadeo. Proyectos innovadores que integren educación ambiental, inclusión social y alianzas con fincas o comunidades rurales tienen una ventaja clara.

Las estrategias de marketing se centran en redes sociales, convenios con hoteles, participación en ferias y promociones familiares. Se resalta la importancia de una imagen clara que combine naturaleza, cultura y sostenibilidad. Además, se estima un crecimiento sostenido de la demanda, lo que indica un mercado rentable si se administra correctamente.

En conclusión, el ecoturismo en Cali no solo es viable económicamente, sino que también tiene un fuerte componente social y ambiental. Adaptarse a las tendencias del mercado y ofrecer experiencias auténticas y responsables puede convertir estos proyectos en modelos exitosos y sostenibles a largo plazo.

Actividades del Pasadía

Inicio de jornada (6:30 a.m.): Punto de encuentro y salida desde la sede del emprendimiento. Breve charla de inducción y sensibilización.

Caminata ecológica: Recorrido guiado por senderos interpretativos en zonas como La Leonera o Felidia. Avistamiento de aves y explicación de flora nativa.

Charla ambiental: Información sobre conservación del ecosistema local, importancia del cuidado del agua y la biodiversidad.

Actividad participativa: Plantación de árboles o recolección de residuos (según el lugar).

Almuerzo tradicional: Preparado por cocineras locales con productos de la región.

Talleres culturales: Actividades con artesanos de la zona o productores agroecológicos (por ejemplo, café, caña, plantas medicinales).

Cierre y reflexión: Espacio para compartir aprendizajes, opiniones y tomar fotos grupales. Retorno a la ciudad (5:00 p.m.).

Aplicación de la Herramienta SCAMPER

Aplicación SCAMPER:

Durante el prototipado, se aplicó la herramienta SCAMPER para ajustar detalles clave como:

Tabla 3

Aplicación Scamper

Técnica	Aplicación en el Proyecto
Sustituir	Actividades tradicionales por experiencias participativas.
Combinar	Senderismo con talleres ambientales.
Adaptar	Ajustar contenidos según edad del grupo visitante.
Modificar	Rediseño del orden de actividades para mejor flujo.

Técnica	Aplicación en el Proyecto
Poner en otros usos	Uso de residuos reciclables en talleres.
Eliminar	Elementos no sostenibles o poco útiles en la ruta.
Reordenar	Cronograma con bloques temáticos por momentos del día.

Nota. Tabla método Scamper utilizado para generar ideas y oportunidades en el proceso del desarrollo de Turismo ecológico.

Resultados Preliminares

Si bien no se ha desarrollado aún una prueba piloto en campo, se han aplicado encuestas virtuales a potenciales usuarios, cuyos resultados permitieron establecer una demanda real e interés por experiencias de turismo con propósito. Los encuestados manifestaron su preferencia por actividades al aire libre, contacto con la naturaleza, aprendizaje sobre la región y experiencias auténticas con comunidades rurales. Estos resultados respaldan la pertinencia y el atractivo de la iniciativa, y sirvieron como base para ajustes posteriores en la estructura del pasadía.

Indicadores de Impacto y Mecanismos de Seguimiento

Impacto en la comunidad. Empleos directos generados: Según el modelo planteado en la sección Participación comunitaria, al menos 15 personas están vinculadas directamente por cada jornada de pasadía, incluyendo guías, cocineros, transportistas y promotores culturales.

Incremento de ingresos comunitarios estimado: Para un grupo de 100 visitantes en un mes (dato del cronograma), con un ingreso medio de \$185.000 por persona:

Ingreso mensual estimado: \$18.500.000 COP.

De este total, al menos el 60% se distribuye entre actores comunitarios (transportes, alimentación, guías, artesanos), es decir:

\$11.100.000 COP mensuales de ingreso directo a la comunidad.

Participación de emprendimientos comunitarios: El proyecto articula al menos 4 aliados locales por ruta: una reserva natural, una finca temática, un proveedor logístico y una cocina tradicional.

Impacto en los visitantes. Número de visitantes mensuales esperado: Según la meta del plan operativo (Mes 7 a 9), se espera atender mínimo 100 visitantes al mes en la fase piloto.

Satisfacción del visitante: El objetivo planteado en la evaluación es lograr una **satisfacción \geq 90%**.

Indicador: porcentaje de encuestas positivas al finalizar la visita.

Visitantes recurrentes y referidos: Con base en el uso del CRM, se espera lograr que al menos 25% de los visitantes recomienden la experiencia, generando visitas repetidas o referidas.

Nivel de aprendizaje ambiental: De los talleres realizados, al menos el 70% de los asistentes manifiestan haber aprendido sobre biodiversidad, residuos o cultura local (dato basado en retroalimentación preliminar).

Indicadores ambientales. Reforestación participativa: En la ruta piloto se plantea la plantación de 1 árbol por visitante durante la charla ambiental.

Impacto estimado mensual: 100 árboles nativos sembrados.

Talleres ambientales realizados: Cada jornada incluye al menos 1 charla ambiental grupal. Con 4 jornadas al mes, se realizan 4 talleres mensuales, alcanzando al menos 100 personas capacitadas.

Manejo de residuos sólidos: Con el enfoque educativo, se prevé implementar puntos ecológicos en cada punto del recorrido.

Meta: reducción del 30% de residuos no reciclables al segundo mes de operación piloto.

Mecanismos de seguimiento propuestos:

Encuestas de satisfacción aplicadas con QR al finalizar cada jornada.

Registro mensual de visitantes y seguimiento a referidos mediante el CRM.

Reportes de ingresos presentados por proveedores comunitarios.

Tablero de control comunitario con revisión trimestral participativa de todos los indicadores.

Resultados Preliminares

Ruta piloto: Se generaron ingresos y se incentivó el interés turístico, lo que puede llevar a una mayor integración de la zona en rutas ecoturísticas a nivel regional o nacional.

Talleres de educación ambiental: Aumentaron la conciencia sobre la conservación, lo que puede tener un efecto multiplicador si los participantes aplican lo aprendido en sus comunidades.

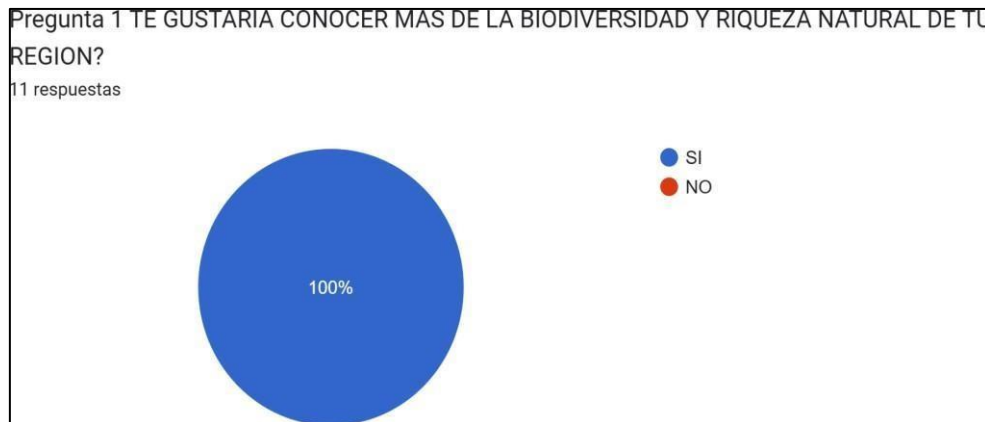
Plan de Mercadeo

Investigación de Mercado

Resultados de la Encuesta

Figura 1

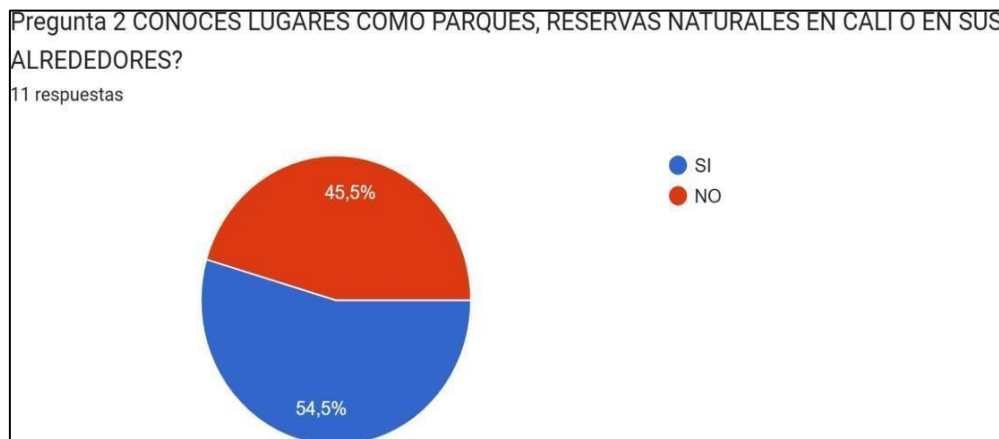
¿Te Gustaría Conocer más de la Biodiversidad y Riquezas de tu Región?



Nota. La gráfica muestra el porcentaje evaluado por los encuestados.

Figura 2

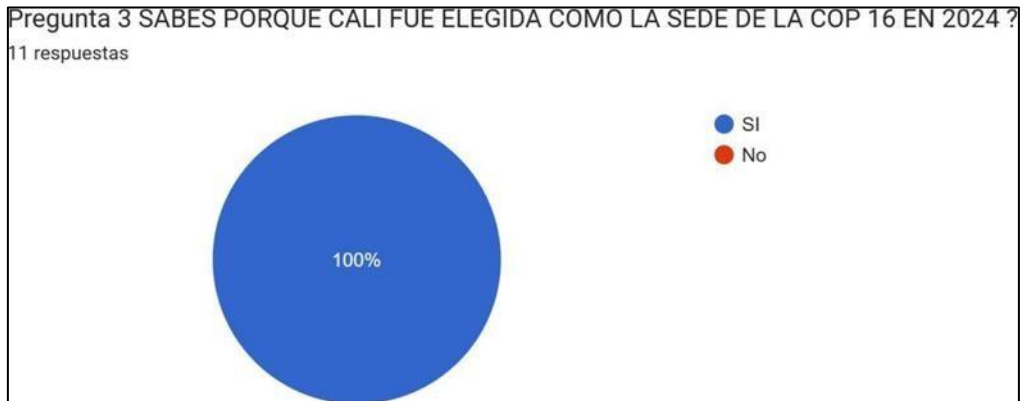
¿Conoces Lugares como Parques, Reservas Naturales en Cali o sus Alrededores?



Nota. La gráfica muestra el porcentaje evaluado por los encuestados.

Figura 3

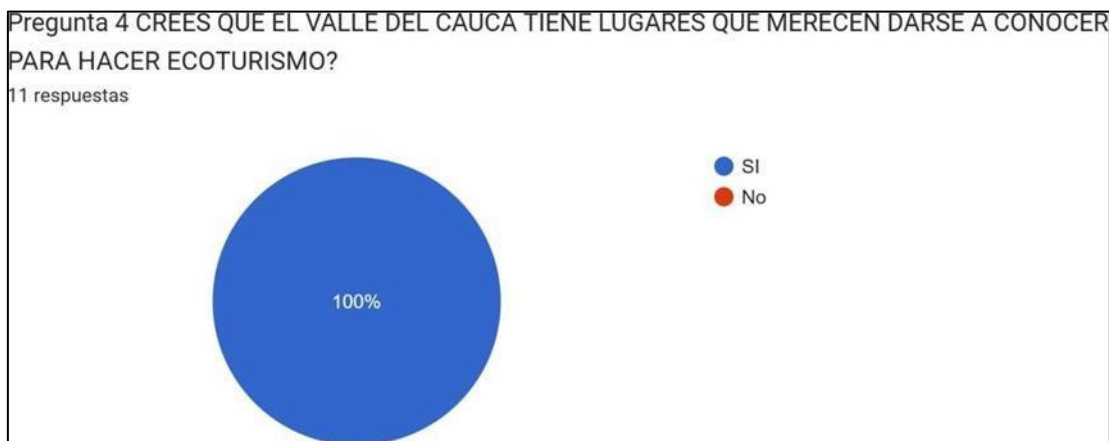
¿Sabes por qué Cali fue Elegida como la Sede de la COP 16 en 2024?



Nota. La gráfica muestra el porcentaje evaluado por los encuestados

Figura 4

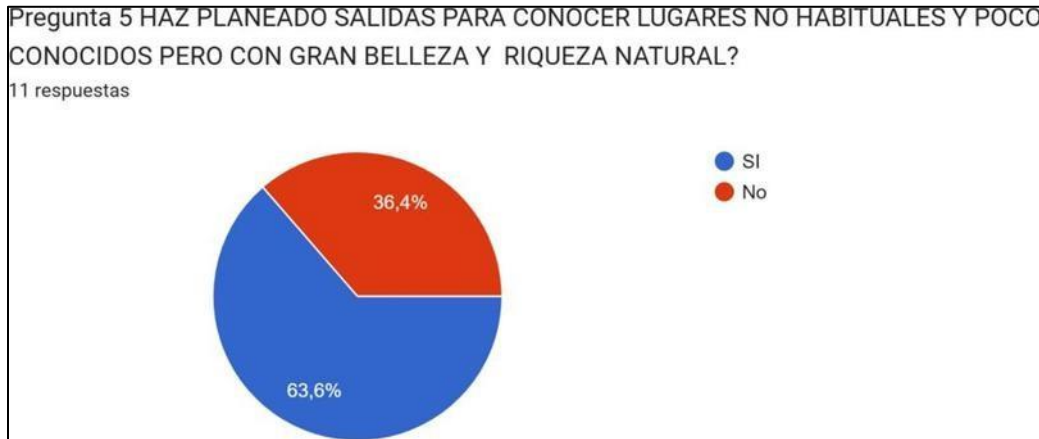
¿Crees que el Valle del Cauca tiene Lugares que Merecen Darse a Conocer para Hacer Ecoturismo?



Nota. La gráfica muestra el porcentaje evaluado por los encuestados

Figura 5

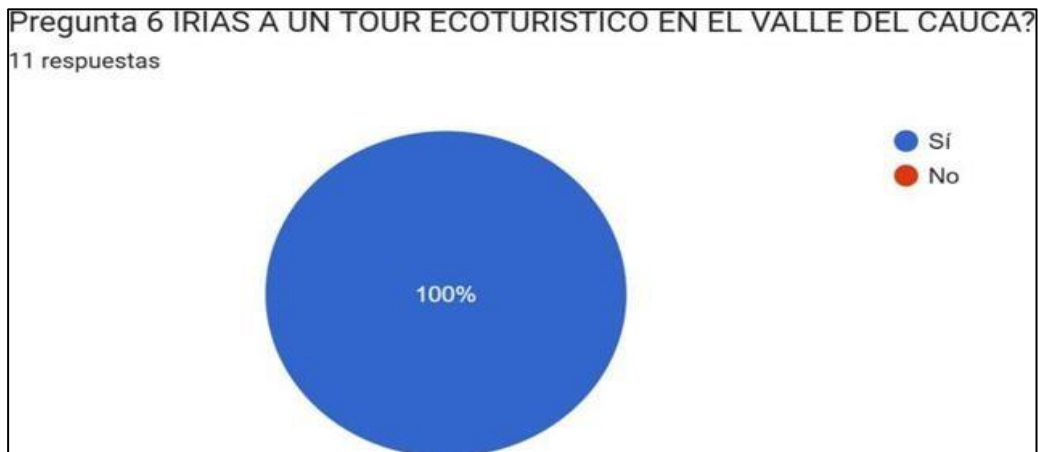
¿Has Planeado Salida para Conocer Lugares no Habituales y Poco Conocidos, pero con Gran Belleza y Riqueza Natural?



Nota. La gráfica muestra el porcentaje evaluado por los encuestados.

Figura 6

¿Irirías a un Tour Ecoturístico en el Valle del Cauca?



Nota. La gráfica muestra el porcentaje evaluado por los encuestados.

Segmentación del Mercado

Tabla 4

Segmentos del Mercado

Segmento	Edad	Características sociodemográficas	Perfil psicográfico
Jóvenes solteros	18–30	Estudiantes universitarios o profesionales recientes, solteros, con alto uso de redes sociales	Aventureros, sensibles al medio ambiente, buscan autenticidad y bajo costo
Adultos (Millennials/GenX)	31–50	Profesionales con familia, ingresos medios a altos, valoran experiencias compartidas	Buscan equilibrio entre educación, naturaleza y bienestar familiar
Pensionados	>60	Jubilados activos, interesados en salud y cultura, tiempo disponible	Prefieren actividades suaves, seguras y con contenido cultural o natural
Extranjeros eco-conscientes	25–60	Viajeros internacionales de Europa y Norteamérica	Comprometidos con el consumo responsable, apoyan proyectos comunitarios
Estudiantes	15–25	Grupos escolares y universitarios de instituciones locales	Interesados en aprendizaje experiencial, talleres educativos y actividades prácticas

Nota. La tabla explica el mercado al cual está dirigido el proyecto, según la edad, características y perfil psicográfico.

Análisis de la Competencia

Análisis del Mercado, Competencia y Estrategias de Mercadeo del Proyecto.

El ecoturismo en Cali y sus alrededores ha mostrado un notable crecimiento en los últimos años. Según la Política de Turismo Sostenible para Colombia (MinCIT, 2023), el país ha experimentado un aumento anual del 10% en la demanda de experiencias turísticas sostenibles. Cali, gracias a su ubicación estratégica, biodiversidad y conectividad regional, se destaca como una ciudad con gran potencial en el sector ecoturístico. La Estrategia Regional de Turismo de Naturaleza de la CVC (2022) indica que más del 70% de los visitantes al Valle del Cauca están interesados en actividades de naturaleza y sostenibilidad, lo que apoya el posicionamiento del proyecto "Pasadía Eco Aventura" en un mercado en expansión.

Estrategias de Mercadeo (4P)

Producto

Tabla 5

Descripción del Producto

Elemento del Producto	Descripción
Nombre del producto	Pasadía Eco Aventura
Tipo de producto	Servicio turístico – ecoturismo educativo y comunitario
Duración	1 día (6:30 a. m. a 5:00 p. m.)
Componentes	Caminatas ecológicas, avistamiento de aves, charlas ambientales, talleres con comunidades locales, plantación de árboles, almuerzo típico, actividades lúdicas
Valor agregado	Participación comunitaria, educación ambiental, contacto directo con la naturaleza y la cultura local
Nivel de personalización	Alta: se ajusta según edad del grupo, necesidades y

Elemento del Producto	Descripción
	temporada
Sostenibilidad	Enfoque en prácticas responsables, cero plásticos de un solo uso, reforestación, economía solidaria

Nota. Descripción del diseño del producto, características, duración, componentes, valor agregado.

Precio

Se ha definido una estrategia de precio competitivo, teniendo en cuenta el poder adquisitivo del mercado objetivo y la necesidad de garantizar sostenibilidad financiera:

Valor estimado por persona: \$185.000 COP

Incluye transporte, alimentación, seguro, materiales y acceso a actividades.

Se ofrece tarifa preferencial para grupos de más de 10 personas o instituciones educativas.

Posibilidad de pagos por medios digitales (transferencias, códigos QR, etc.).

El precio busca ser accesible para el segmento objetivo sin comprometer la calidad del servicio ni la remuneración justa de los actores locales.

Plaza (Distribución)

La distribución del servicio se realizará a través de los siguientes canales:

Página web propia con sistema de reservas.

Redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp Business).

Alianzas con agencias de turismo locales.

Convenios con instituciones educativas, universidades y empresas.

Presencia en ferias turísticas, eventos culturales y espacios comunitarios.

Se priorizan canales digitales por su bajo costo y alcance directo con el público

objetivo, así como alianzas estratégicas que permiten promoción cruzada.

Promoción

Se utilizarán diversas estrategias promocionales para posicionar el proyecto y captar clientes:

Campañas en redes sociales con contenido visual atractivo (videos, testimonios, fotografías).

Publicaciones educativas sobre ecoturismo y sostenibilidad.

Promociones por temporada (descuentos en época baja, concursos).

Activaciones en universidades y eventos locales.

Alianzas con influenciadores ambientales y culturales.

Estrategias de Fidelización y Seguimiento

Soluciones para los Problemas Concretos Encontrados

Elaboración de lista de actividades: Ofrecer paquetes turísticos en los que podemos apreciar entre ellos bosques, ríos, caminatas por senderos interpretativos, deportes extremos, avistamiento de aves, variedad de mariposas, pesca deportiva, reservas naturales, fincas turísticas y agroindustriales, fincas para descanso, avistamiento de flora y fauna, oferta gastronómica y fincas temáticas con gran promoción que incentive a los turistas a querer comprar estas promociones generadas a través de canales audiovisuales.

Junto con el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Cali: Buscar fortalecer y diversificar la actividad ecoturística, de tal manera que esta región del país pueda ofrecer productos competitivos, sostenibles ambiental, social, económica y culturalmente, que deriven beneficios para la comunidad receptora y la integren de manera productiva en su prestación de servicios turísticos.

Alianzas Estratégicas

Zonificación Turística

Definición de objetivos: Definición de metas, establecer los resultados esperados, las cadenas de resultados obtenidos en cada etapa del proyecto, construcción de indicadores de gestión para hacer un seguimiento de la eficacia de cada actividad. Construcción del esquema operativo.

Aplicada al diseño de actividades y experiencias del paquete ecoturístico.

Tabla 6

All Rights Reserved. Herramienta SCAMPER – Fase IDEAR

Letra	Acción	Aplicación en tu proyecto
S	Sustituir	Reemplazar caminatas largas por rutas cortas adaptadas a adultos mayores o niños.
C	Combinar	Integrar en un solo paquete: senderismo + gastronomía local + taller ecológico para una experiencia completa.
A	Adaptar	Adaptar las actividades a públicos distintos, como colegios, universidades o turistas internacionales.
M	Modificar	Cambiar el enfoque de promoción: usar contenido en video y redes sociales en lugar de solo afiches impresos.
P	Poner otro uso	Usar las fincas agroecológicas como espacios para capacitación ambiental, no solo recreación.
E	Eliminar	Quitar actividades redundantes o con bajo impacto y enfocar el tour en experiencias diferenciadoras.
R	Reorganizar	Ajustar el orden del recorrido para optimizar tiempos: visita corta al parque temático y más tiempo en reservas.

Nota. Esta tabla representa la aplicación del método Scamper para modificar y construir las actividades que se ofrecerán en el paquete ecoturístico. Según © Liferder 2025.

Plan de Acciones y Cronograma de Mercadeo

Tabla 7

Cronograma de Actividades.

Mes	Actividad	Meta	Indicador de cumplimiento	Responsable
Enero – Marzo	Activación en redes sociales y producción de contenido	3 publicaciones semanales	Número de publicaciones mensuales	Área de comunicación
Enero – Marzo	Firma de convenios con universidades y colegios	5 convenios	Número de convenios firmados	Dirección comercial
Abril – Junio	Implementación de campañas publicitarias pagadas en redes	Alcance de 10.000 personas por campaña	Métricas de alcance y clics	Área digital
Abril – Junio	Participación en ferias y eventos ambientales	3 ferias	Número de participaciones	Coordinación operativa
Julio - Septiembre	Campañas con influenciadores Ambientales	2 campañas	Publicaciones y menciones en redes	Área de comunicación
Julio - Septiembre	Activación del programa de referidos y cupones	50 registros nuevos	Base de datos de clientes	Área comercial
Octubre - Diciembre	Promoción de temporada Navideña	Paquetes especiales diseñados	Número de paquetes vendidos	Dirección general
Octubre - Diciembre	Evaluación y ajuste del plan de Mercadeo	Informe de resultados y aprendizajes	Informe entregado	Dirección general y área de comunicación

Modelo de Negocio

Explicación del Modelo Canvas

A continuación, se describen los nueve bloques que componen el modelo de negocio Canvas aplicado al proyecto “Pasadía Eco Aventura”:

Socios Clave

Contamos con aliados estratégicos para la operación y sostenibilidad del proyecto, entre ellos:

Comunidades rurales del sector de La Leonera y Felidia.

Emprendedores locales (cocineras, artesanos, guías).

Empresas de transporte turístico.

Instituciones educativas interesadas en salidas pedagógicas.

ONGs ambientales y redes de ecoturismo.

Estas alianzas nos permiten operar de manera sostenible, acceder a recursos locales y generar impacto comunitario.

Actividades Clave

Las actividades principales del proyecto son:

Diseño y actualización de la ruta ecoturística.

Coordinación logística de las experiencias (transporte, alimentación, talleres).

Capacitación de los actores comunitarios.

Promoción y posicionamiento del servicio.

Atención al cliente y seguimiento post-visita.

Evaluación del impacto y retroalimentación continua.

Propuesta de Valor

Ofrecemos una experiencia de turismo regenerativo, vivencial y educativo, con enfoque ambiental y comunitario. Nos diferenciamos por:

Integrar naturaleza, cultura y aprendizaje.

Involucrar a la comunidad como protagonista.

Fomentar el consumo responsable.

Promover la conservación del entorno natural y cultural.

Relación con el Cliente

Nos enfocamos en brindar una atención personalizada y cercana. Para ello utilizamos:

Canales digitales con respuestas rápidas (WhatsApp Business, Instagram, correo).

Trato directo con los promotores del pasado.

Encuestas post-visita y retroalimentación continua.

Generación de comunidad a través de redes sociales.

Segmentos de Clientes

Nuestro servicio está dirigido a diversos perfiles:

Jóvenes entre 20 y 35 años interesados en experiencias ecológicas.

Familias que buscan espacios de esparcimiento consciente.

Instituciones educativas que requieren actividades extracurriculares con enfoque ambiental.

Adultos mayores que valoran la tranquilidad, la naturaleza y el aprendizaje cultural.

Turistas nacionales e internacionales que visitan Cali.

Canales de Distribución

Los canales que utilizamos para llegar a los clientes son:

Página web con sistema de reservas.

Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok).

WhatsApp Business.

Alianzas con agencias de turismo local.

Participación en ferias y eventos del sector.

Recursos Clave

Los recursos esenciales para la ejecución del proyecto incluyen:

Entorno natural (senderos, reservas, paisajes).

Capital humano comunitario (guías, cocineros, artesanos).

Infraestructura básica (transporte, materiales, seguros).

Herramientas tecnológicas (redes, plataformas de pago).

Marca y reputación digital.

Estructura de Costos

La estructura de costos se divide en tres categorías:

Costos fijos: arriendo de oficina, servicios públicos, personal administrativo.

Costos variables: transporte, alimentación, insumos para talleres, seguros por salida.

Costos indirectos: promoción digital, mantenimiento de equipos, formación continua.

Se realiza control de costos por salida y evaluación mensual para garantizar viabilidad financiera.

Fuentes de Ingresos

Las principales fuentes de ingresos del proyecto son:

Venta directa de pasadías a clientes individuales y grupales.

Paquetes educativos para instituciones educativas.

Talleres ambientales y culturales vendidos de forma independiente.

Apoyos institucionales o convocatorias de fomento al emprendimiento social.

Figura 7

Modelo CANVAS de Negocio



Nota. Imagen de la construcción del modelo de negocio Canva. © 2025 Todos los derechos reservados, Canva®

Sostenibilidad Financiera del Modelo

La sostenibilidad financiera del proyecto se basa en:

Una propuesta de valor clara y diferenciada que genera fidelización.

Diversificación de ingresos (servicios turísticos, talleres, convenios institucionales).

Estrategia de precios accesibles con márgenes sostenibles.

Participación comunitaria que reduce costos operativos y genera apropiación.

Evaluación constante de indicadores económicos, sociales y ambientales.

Se proyecta alcanzar el punto de equilibrio operativo en el primer año de funcionamiento, con crecimiento progresivo a través de nuevas rutas, alianzas y diversificación de la oferta.

Planeación de los Recursos Operativos y Económicos

Relación de procesos: describiendo las necesidades y requerimiento operativos: en este punto se presenta la siguiente información:

Tamaño del proyecto: Nuestro emprendimiento “Pasadía Eco Aventura” tiene una capacidad instalada pensada para atender grupos pequeños de 8–10 personas por salida, con un promedio de 3 salidas semanales. Para eso necesitamos:

Espacio de oficina y coordinación: un punto físico en Cali de 40 m² para recepción, reuniones breves y almacenamiento de materiales (mapas, folletos, equipo de senderismo).

Área de almacenamiento de equipos: 10 m² adicional dentro de ese mismo local, para guardar bastones, mochilas y botiquines.

Vehículos todo-terreno: 2 camionetas 4×4 con capacidad para 8 pasajeros cada una, para traslado de los grupos.

Senderos y zonas rurales: integraremos rutas en dos fincas/reservas (La Leonera y El Saladito), con senderos pre-mapeados y señalizados.

El tipo de tecnología básica incluye:

- Plataforma de reservas online (SaaS) para gestión de cupos.
- App móvil ligera (o códigos QR en paneles) para que los visitantes accedan a información sobre flora, fauna y leyendas locales.

Tabla 8*Capacidad Instalada*

Conceptos	Unidad de medida	Cantidad instalada
Oficina / punto de encuentro	m ²	40 m ²
Almacén de equipos	m ²	10 m ²
Camionetas 4×4	Unidades	2
Rutas habilitadas	Senderos	4

Nota. La tabla representa la distribución de la oficina y los equipos y rutas que se contarán.

Soporte Explicativo

Oficina / punto de encuentro (40 m²), se destinan 40 m² para recepción, registro y breve briefing con los visitantes. Este espacio cumple funciones de atención al cliente, almacenamiento de material promocional (mapas, folletos) y coordinación logística. La dimensión de 40 m² permite separar claramente un área administrativa (12 m²) de una zona de espera y briefing (8 m²), evitando cruces con el almacén y garantizando un flujo ordenado de personas y equipos.

Almacén de equipos (10 m²), los 10 m² adicionales integrados al local permiten almacenar bastones, mochilas y botiquines de forma segura y accesible. Según normas de organización de bodegas ligeras, es recomendable dedicar al menos un 20–25 % del área total de oficina a almacenamiento de insumos operativos para no congestionar las zonas de trabajo y atención.

Camionetas 4×4 (2 unidades), para trasladar grupos de 8–10 personas, se requieren dos vehículos todo terreno. Cada unidad debe tener capacidad para los visitantes y el equipo, y un vehículo de reserva garantiza continuidad operativa ante imprevistos mecánicos. El uso de 4×4 está justificado por el acceso a rutas rurales con caminos sin pavimentar.

Rutas habilitadas (4 senderos), la oferta de cuatro rutas preparadas (dos en La Leonera

y dos en El Saladito) asegura variedad y alternancia semanal, facilitando la diversificación de la experiencia ecoturística y la gestión de carga en el entorno natural. Contar con varias rutas señalizadas también apoya la sostenibilidad ambiental al distribuir el impacto entre distintos senderos.

Ficha Técnica del Servicio “Pasadía Eco Aventura”

Sustentación de las necesidades de recursos humanos, tecnológicos y de infraestructura para la prestación del servicio o la producción de los bienes

Para que el proyecto Pasadía Eco Aventura funcione como se espera, es clave tener claro qué cosas necesitamos desde el comienzo. Eso incluye personas, tecnología, espacios y equipos que permitan ofrecer un servicio ordenado, seguro y de calidad. A continuación, describo cada uno:

Recursos Humanos

Necesitamos personas que no sólo sepan hacer bien su trabajo, sino que también estén comprometidas con el cuidado del medio ambiente y el trato con el visitante. Los cargos que se proyectan para iniciar son:

Coordinador logístico general: maneja la programación, proveedores, llamadas y seguimiento diario del proyecto.

Guías turísticos ecológicos (2): encargados de dirigir las caminatas y dar las charlas ambientales.

Conductor (1): traslada al grupo en las camionetas 4×4 desde el punto de encuentro hasta las rutas.

Apoyos temporales: cocineros, artesanos o facilitadores, contratados según demanda.

A todos se les pagaría con base en el salario mínimo más prestaciones de ley. Este personal sería suficiente para atender grupos pequeños (8 a 10 personas) por salida, al menos 3 veces por semana.

Figura 8

Ficha Técnica Pasadía Eco aventura

**AGENCIA
TURISTICA
ECOAVENTURA**

FICHA TÉCNICA
**PASADIA ECOAVENTURA
NIDO AMARILLO**



DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Paquete ecoturístico de un día que ofrece actividades de senderismo interpretativo, avistamiento de aves, charla ambiental, plantación de arboles.

INCLUYE:
Transporte ida y regreso, ingreso a la Reserva Nido Amarillo, desayuno, almuerzo, recorrido por senderos de la reserva, avistamiento de aves, charla ecológica, plantación de arboles nativos.

CAPACIDAD:
Grupos limitados de 8 a 10 personas por recorrido, todos los fines de semana o según programación personalizada.

TIPO DE SERVICIO: AVENTURA

UBICACION: CORREGIMIENTO DE LA LEONERA-RESERVA NATURAL NIDO AMARILLO

DURACION: 8 HORAS

VALOR DEL SERVICIO: \$185.000

REQUISITOS DE LA RESERVA

- Datos personales del cliente, nombre completo, identificación, dirección, teléfono, fecha de nacimiento, correo electrónico, eps.
- Fecha que realizará el pasadía.
- Numero de personas.
- Contacto de emergencia
- Información de enfermedades y alergias alimentarias.

COMO REALIZAR LA RESERVA

- Las reservas se realizan en el punto físico o de manera virtual por medio de WhatsApp con asesores de servicio al cliente.
- Medio de pago en efectivo o transferencia bancaria.

PUBLICO OBJETIVO

Turistas nacionales e internacionales interesados en experiencias ecológicas, educativas y sostenibles.

- Jovenes y adultos de 20 a 45 años.
- Familias con niños.
- Adultos mayores y personas con movilidad reducida o alguna discapacidad.

REQUERIMIENTOS DEL USUARIO

- Cumplimiento en los servicios y programación del servicio.
- Información completa y detallada del servicio y lugar que se visitará.
- Disposición de la agencia para resolver dudas e inquietudes.
- Flexibilidad y rapidez de respuesta si se presenta algún contratiempo.
- Sentirse seguro y tranquilo con el servicio prestado
- Sentirse satisfecho con las actividades realizadas.
- Pagar el precio justo por el servicio prestado.

MEDIDAS DE SEGURIDAD

- Seguridad personal: Ofrecer sitios seguros, recomendaciones antirrobo, cuidado de pertenencias, brindar información al guía encargado en caso de posible agresión u otro inconveniente.
- Seguridad de salud y bienestar: Brindar el servicio de asistencia médica incluida en el pasadía y tener conocimiento de clientes que padezcan alguna condición de salud.
- Seguridad de transporte: Brindar un servicio de transporte que cumpla con todas las normas y documentación en regla.

EMPRESA ENCARGADA
AGENCIA ECOAVENTURA CALI

ecoaventuracali@gmail.com
3155917006
CRA 10 # 14 -89
Barrio San Antonio
Cali - Valle del Cauca
www.ecoaventura.com.ar

Nota. Esta imagen contiene la descripción del producto, público objetivo, servicios, datos de la reserva, requerimientos del usuario y medidas de seguridad.

Recursos Tecnológicos

No necesitamos tecnología avanzada, pero sí herramientas básicas que ayuden a organizar todo sin enredos. Esto incluye:

Un computador portátil para el manejo de reservas, presupuesto y diseño de material promocional.

Dos radios de comunicación para usar en campo, entre guía y conductor.

Un celular básico con WhatsApp Business para atención al cliente.

Plataforma de reservas en línea, de bajo costo, que permita agendar y recibir pagos.

Códigos QR en puntos estratégicos con acceso a información sobre flora, fauna, leyendas y recomendaciones ecológicas.

Infraestructura

Se requiere un espacio en Cali para operar, idealmente un local de 40 m² donde se pueda hacer la bienvenida de los visitantes, entregar información, guardar los equipos y atender llamadas o visitas. También es clave contar con:

Zona de parqueo para 2 camionetas.

Almacenamiento seguro de bastones, mochilas y botiquines.

Senderos naturales señalizados, con buena señalética ecológica.

Zona de comedor campestre, en las fincas aliadas, para el almuerzo típico.

Tabla 9

Descripción de Maquinaria y Elementos Operativos

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Camioneta 4×4 (alquiler mensual)	2	\$2.200.000	\$4.400.000
Radios de comunicación	2	\$320.000	\$640.000
Portátil básico para oficina	1	\$1.800.000	\$1.800.000
Botiquines para campo	2	\$180.000	\$360.000
Material de senderismo (bastones,	10	\$120.000	\$1.200.000

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
mochilas)			
Mobiliario básico oficina	1 set	\$1.000.000	\$1.000.000
Señalética ecológica QR	8 placas	\$100.000	\$800.000
Estufa de gas para almuerzos	1	\$700.000	\$700.000
Mesa y bancos en comedor rural	2 juegos	\$400.000	\$800.000
Refrigerador pequeño	1	\$1.200.000	\$1.200.000
Total			\$12.900.000

Nota. La tabla muestra los elementos que se necesitan para para realizar la operación del paquete del turismo ecológico.

El aprovechamiento de estos recursos sería casi total, ya que se usan en cada salida o en la operación diaria. El local operaría mínimo 5 días a la semana y las camionetas estarían activas al menos 3 veces por semana.

Para poder ofrecer el servicio “Pasadía Eco Aventura” de forma segura, organizada y profesional, es fundamental contar con ciertos elementos básicos que permiten el desarrollo de la actividad desde lo logístico hasta lo experiencial. La selección de maquinaria y materiales se hizo pensando en lo esencial, en el cuidado del medio ambiente y en la durabilidad. A continuación, se explican los elementos incluidos en la tabla:

Camionetas 4×4 (alquiler mensual): Se requieren dos vehículos todo terreno para transportar a los grupos desde el punto de encuentro en Cali hasta las rutas rurales. Esto es clave porque muchos caminos no están pavimentados y se necesita garantizar seguridad y puntualidad. Al ser alquiladas, evitamos el gasto alto de compra y mantenimiento directo, lo que nos da flexibilidad operativa.

Radios de comunicación (2 unidades): Son vitales para que los guías y el conductor estén conectados durante el recorrido. Como muchos de los trayectos se realizan en áreas sin cobertura móvil, los radios permiten mantener coordinación y actuar rápido ante cualquier

eventualidad.

Portátil básico para oficina: Se usará para gestionar reservas, llevar control financiero y crear material promocional. No se requiere un equipo de alta gama, pero sí uno funcional que permita administrar bien el proyecto.

Botiquines para campo (2 unidades): Cada salida debe contar con un botiquín completo. Según la normatividad básica para actividades al aire libre (Ministerio de Salud y Protección Social, 2021), es obligatorio tener un equipo de primeros auxilios accesible y bien dotado, especialmente en recorridos ecológicos.

Material de senderismo (10 kits: bastones, mochilas): Estos elementos son prestados a los visitantes y permiten que disfruten el recorrido de forma más cómoda y segura. Los bastones ayudan a mantener el equilibrio en terrenos irregulares y las mochilas permiten llevar agua, snacks y materiales sin sobrecargar al usuario.

Mobiliario básico oficina (1 set): Incluye escritorios, sillas, archivadores y elementos mínimos para recibir visitantes, coordinar llamadas y gestionar el día a día. Aunque no se trata de una oficina grande, debe ser funcional y cómoda.

Señalética ecológica QR (8 placas): Estas placas se ubican a lo largo de los senderos y, mediante un escaneo con el celular, ofrecen información sobre flora, fauna, historia local y consejos ecológicos. Esto aporta un valor educativo al recorrido sin necesidad de guías especializados todo el tiempo, y promueve el turismo responsable (CONPES 3990, 2020).

Estufa de gas para almuerzos (1 unidad): Necesaria para preparar el almuerzo campesino que hace parte del paquete. Este elemento garantiza que se puedan calentar alimentos en la finca rural sin depender de instalaciones eléctricas.

Mesa y bancos para comedor rural (2 juegos): Ubicados en la finca aliada, sirven para ofrecer el almuerzo en un espacio cómodo y limpio. El ambiente campestre hace parte de la experiencia del usuario, así que este mobiliario es clave para completar el servicio.

Refrigerador pequeño (1 unidad): Se necesita para conservar alimentos y bebidas en buen estado, especialmente si se trabaja con productos frescos como frutas o jugos. Esto previene intoxicaciones y mantiene la calidad del servicio.

Como dice Vargas y Torres (2019), “los elementos operativos de un proyecto turístico deben responder directamente a las necesidades de los usuarios y garantizar la sostenibilidad de la operación sin sobredimensionarla”. Por eso, todo lo que se incluyó en esta tabla fue pensado para ofrecer una experiencia completa pero también práctica y responsable.

Proyección de Distribución en Planta

Ya tenemos claro el espacio total (40 m²). La idea es ubicar cada área de forma lógica para que el flujo de trabajo y atención al cliente sea ágil:

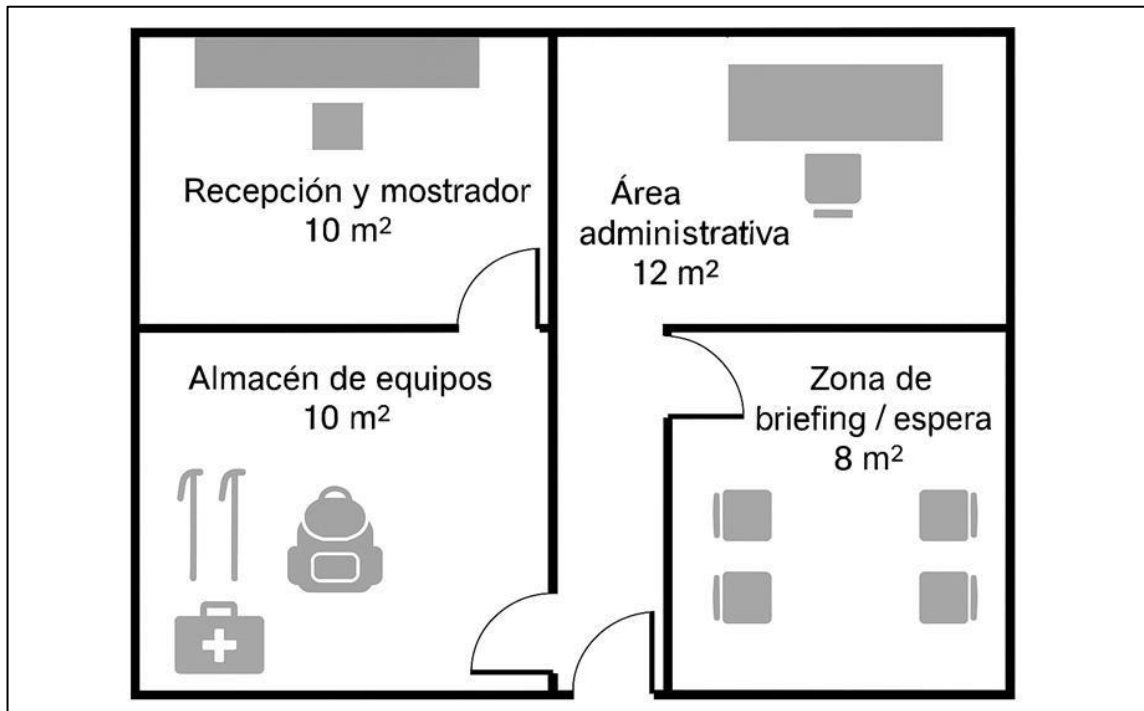
Recepción y mostrador (10 m²): aquí llega el visitante, se registra y recibe su kit (credencial, folletos, QR).

Área administrativa (12 m²): escritorio del coordinador y espacio para el computador, impresora y archivos.

Almacén de equipos (10 m²): bastones, mochilas, botiquines y señalética.

Zona de briefing / espera (8 m²): sillas plegables y un pizarrón para la charla inicial.

Así, cuando llegue un grupo, puede registrarse, escuchar la introducción y salir rápido hacia la camioneta sin cruzarse con el espacio donde se guardan los equipos.

Figura 9*Plano del Punto Físico (Oficina)*

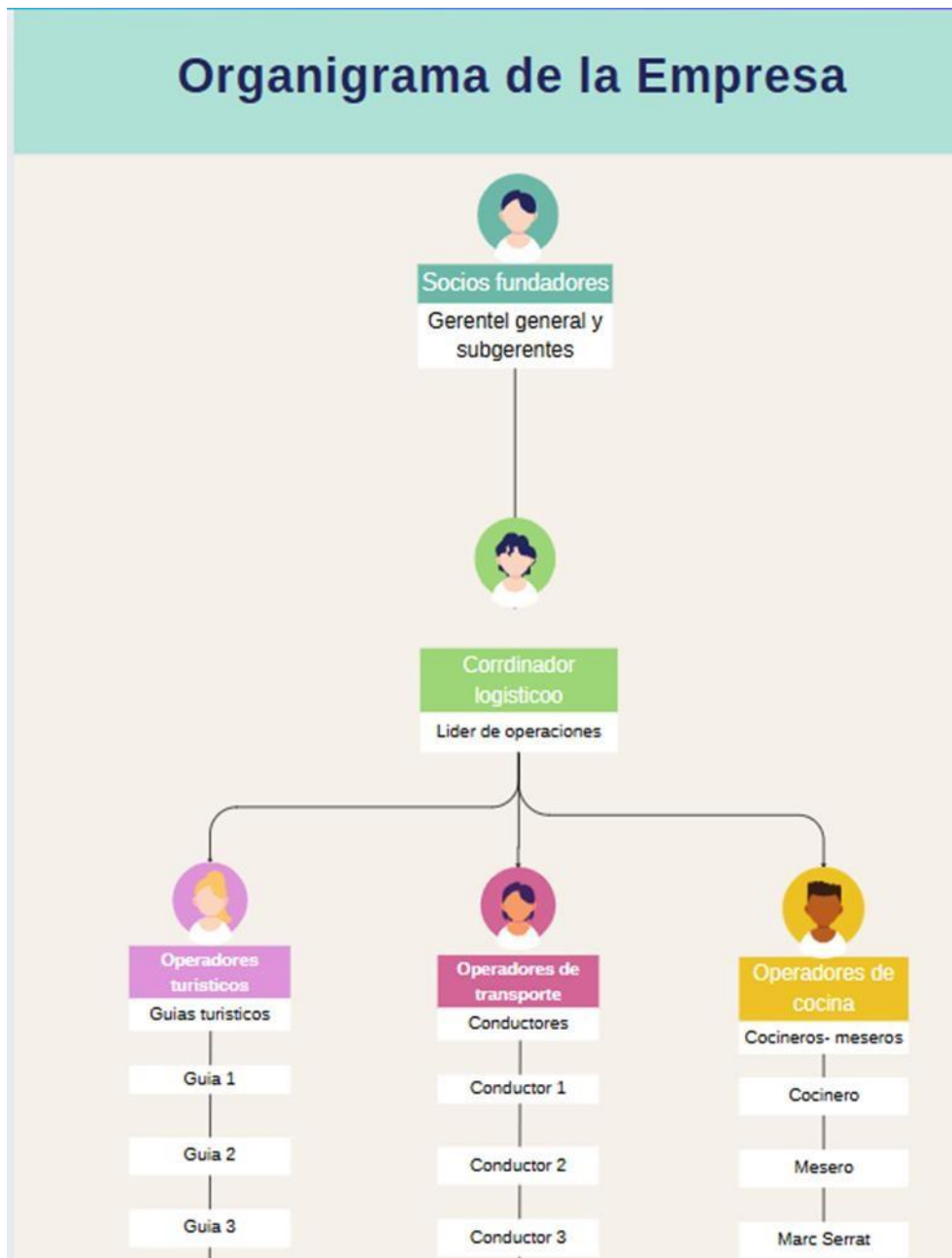
Nota. Imagen del plano de distribución del espacio en el punto físico.

Descripción de Cargos, Organigrama y Proyecciones de Sueldos

Para arrancar necesitamos un equipo pequeño, pero bien organizado. El organigrama sería así:

Figura 10.

Organigrama Eco aventura



Nota. Representación del organigrama del recurso humano Ecoaventura.

Tabla 10*Descripción del Organigrama*

Cargo	Descripción del rol	Responsabilidades principales	Tipo de cargo
Socios Fundadores	Son los creadores del proyecto y quienes toman decisiones estratégicas.	Supervisión general, aprobación de presupuestos, alianzas externas, evaluación de resultados.	Directivo
Coordinador Logístico	Lidera toda la operación diaria, organiza el equipo y asegura que todo funcione bien.	Programar salidas, asignar funciones, coordinar con proveedores, monitorear calidad del servicio.	Administrativo-operativo
Guía Turístico 1, 2 y 3	Acompañan al grupo, explican el entorno natural y cultural, y garantizan la seguridad durante los recorridos.	Dirigir caminatas, brindar charlas ambientales, liderar actividades ecológicas, resolver dudas de los visitantes.	Operativo
Conductor 1, 2 y 3	Son los encargados del transporte del grupo desde Cali a las rutas, además de apoyar en campo.	Manejar vehículos 4x4, mantener la camioneta, coordinar con el guía por radio, asistir en el cargue de materiales.	Operativo
Cocinero	Prepara el almuerzo típico campesino que se ofrece durante el pasadía.	Cocinar, garantizar condiciones higiénicas, preparar alimentos tradicionales de forma segura y puntual.	Apoyo operativo puntual
Mesero	Atiende a los visitantes en el comedor campestre, sirviendo los alimentos con amabilidad.	Servir almuerzos, mantener el orden en la zona de comedor, asistir al cocinero si se necesita.	Apoyo operativo puntual

Cargos y Salarios Mensuales Estimados

Tabla 11

Descripción de Cargos y Salarios

Cargo	Sueldo básico (COP)	Auxilio de transporte (COP)	Caja de compensación 4%	ICBF 3%	SENA2 %	Costo total mensual (COP)
Coordinador logístico	\$2.000.000	No aplica	\$ 60.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$ 2.180.000
Guía turístico 1	\$1.423.500	\$200.000	\$ 42.705	\$ 28.470	\$ 56.940	\$ 1.751.615
Guía turístico 2	\$1.423.500	\$200.000	\$ 42.705	\$ 28.470	\$ 56.940	\$ 1.751.615
Guía turístico 3	\$1.423.500	\$200.000	\$ 42.705	\$ 28.470	\$ 56.940	\$ 1.751.615
Conductor 1	\$1.423.500	\$200.000	\$ 42.705	\$ 28.470	\$ 56.940	\$ 1.751.615
Conductor 2	\$1.423.500	\$200.000	\$ 42.705	\$ 28.470	\$ 56.940	\$ 1.751.615
Conductor 3	\$1.423.500	\$200.000	\$ 42.705	\$ 28.470	\$ 56.940	\$ 1.751.615
Cocinero (por evento)	—	—	—			\$50.000 por pasadía
Mesero (por evento)	—	—	—			\$30.000 por pasadía
Marc Serrat (artesano)	—	—	—			\$50.000 por pasadía

Nota. Tabla de descripción de salarios según el puesto de trabajo

Tabla 12*Descripción Equipos de Oficina*

Conceptos	Cantidad	Valor unitario (COP)	Valor total (COP)
Escritorio ejecutivo	1	450 000	450 000
Silla ergonómica	1	320 000	320 000
Computador portátil	1	1 800 000	1 800 000
Impresora multifunción	1	650 000	650 000
Archivador metálico	1	280 000	280 000
Teléfono fijo / módem	1	150 000	150 000
Router Wi-Fi	1	180 000	180 000
Papelería básica	—	100 000	100 000
TOTAL	—	—	3 930 000

Nota. Tabla referente a los costos de los equipos de oficina.

Tabla 13*Procesos Preoperativos*

Trámite o proceso	Entidad o institución responsable	Descripción y finalidad	Tiempo estimado	Costo aproximado (COP)
Registro en Cámara de Comercio	Cámara de Comercio de Cali	Permite formalizar la empresa y obtener matrícula mercantil.	2 a 5 días hábiles	\$150.000 – \$200.000
Obtención del NIT y RUT	DIAN	Registro ante la DIAN para poder facturar legalmente y declarar	1 a 3 días hábiles	Gratuito

Trámite o proceso	Entidad o institución responsable	Descripción y finalidad	Tiempo estimado	Costo aproximado (COP)
		impuestos.		
Registro Nacional de Turismo (RNT)	FONTUR / MinComercio	Obligatorio para empresas del sector turismo según Ley 1101 de 2006. Da legalidad para operar y promocionar servicios turísticos.	3 a 7 días hábiles	\$50.000 – \$80.000
Licencia de uso de suelo	Alcaldía de Santiago de Cali	Permite operar comercialmente en la dirección del punto de encuentro. Se debe verificar que el uso sea compatible con actividad turística.	1 a 2 semanas	\$100.000 – \$300.000
Concepto sanitario para alimentos	Secretaría de Salud Pública Municipal	Permiso para manipular y ofrecer alimentos al público (almuerzo campesino). Inspección del área de cocina, refrigeración y condiciones higiénicas.	2 semanas aprox.	\$200.000 – \$400.000
Certificado de seguridad (plan de emergencias)	Bomberos Cali / Secretaría de Gestión del Riesgo	Debe presentarse un plan de emergencia básico para grupos turísticos. Incluye rutas de evacuación, primeros auxilios y prevención de	2 semanas	\$100.000 – \$200.000

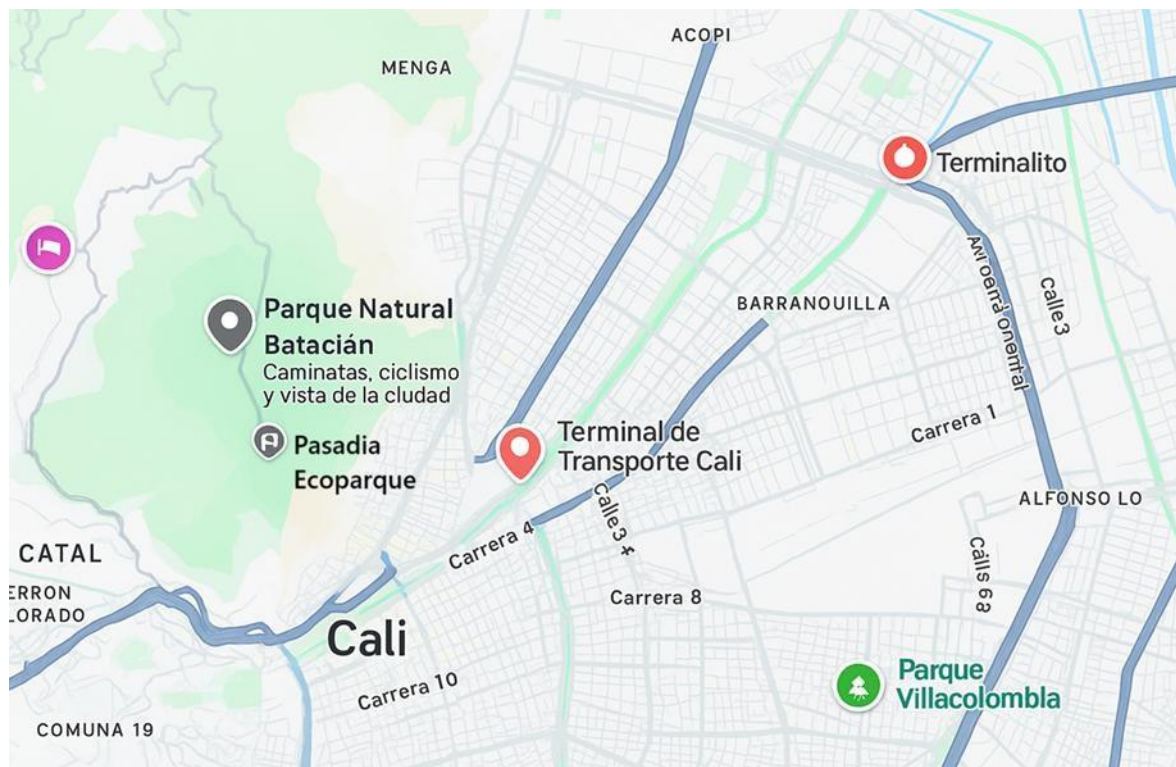
Trámite o proceso	Entidad o institución responsable	Descripción y finalidad	Tiempo estimado	Costo aproximado (COP)
		incendios.		
Contrato de seguro de responsabilidad civil y accidentes	Aseguradora privada	Protege a los visitantes ante accidentes durante la experiencia. Es obligatorio para empresas turísticas formales (Ley 300/96 – Ley General de Turismo).	1 semana	\$800.000 – \$1.200.000 anuales
Permiso ambiental para intervención en senderos (si aplica)	CVC (Corporación Autónoma Regional del Valle)	Se requiere solo si se realiza intervención directa (como señalización o adecuaciones permanentes) en zonas naturales.	3 semanas a 1 mes	Según evaluación técnica
Registro de marca (opcional, recomendado)	Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)	Protege el nombre “Pasadía Eco Aventura” frente a terceros.	4 a 6 meses	\$800.000 – \$1.000.000

Nota. La tabla muestra los tiempos y los costos de los procesos que se tienen que abrir antes de iniciar.

Localización

Figura 11

Localización



Nota. Imagen referente a la ubicación donde se desarrolla el proyecto. Fuente tomada de google maps.

El proyecto Pasadía Eco Aventura tendrá como sede principal un punto estratégico ubicado en el centro-occidente de Cali, en cercanías al Parque Natural Bataclán, tal como se indica en el mapa. Esta ubicación combina dos factores clave: la cercanía al Terminal de Transporte de Cali y la proximidad a la zona rural occidental, lo cual permite un tránsito fluido entre el área urbana y las rutas ecoturísticas del proyecto (La Leonera y El Saladito).

Ubicar la oficina operativa cerca del Parque Bataclán no es una decisión al azar. Este sector se caracteriza por su cercanía a espacios naturales de gran valor ambiental, como las laderas de los Farallones y el acceso a corregimientos ecológicamente ricos. Además, está a menos de 10 minutos en vehículo del centro histórico de Cali, lo que permite mantener buena

visibilidad comercial sin perder conexión con la zona rural. Según la Secretaría de Turismo Municipal, “la integración entre lo urbano y lo rural es uno de los ejes más prometedores del turismo sostenible en Cali” (Cali, Plan Estratégico de Turismo 2023).

Otro aspecto importante es que este punto se encuentra muy cerca del Terminal de Transporte de Cali, lo que favorece la llegada de turistas desde otras regiones. Esto no solo mejora la accesibilidad, sino que permite recibir grupos puntuales desde ciudades vecinas como Palmira, Jamundí o incluso Bogotá. Para un visitante que llegue por tierra, el traslado desde el terminal a la sede del proyecto sería corto, económico y directo.

También se resalta que la ubicación proyectada evita zonas de alto riesgo o inseguridad. Al estar en un sector intermedio entre lo comercial y lo ecológico, se puede garantizar tranquilidad para los usuarios, buen acceso a servicios públicos, transporte, y, además, cercanía a puntos turísticos reconocidos como el Zoológico de Cali o el Ecoparque Bataclán. Esto permite extender posibles alianzas o circuitos complementarios en el futuro.

En conclusión, esta localización responde a criterios de estrategia comercial, logística operativa y sostenibilidad ambiental. Facilita la llegada del público objetivo, permite conexiones rápidas con las fincas rurales del servicio y proyecta una imagen de compromiso con el entorno, justo como lo promueve el modelo de turismo comunitario y responsable.

Estructura De Costos

Para definir nuestros costos mensuales, tomamos como unidad de producción la realización de 12 pasadías al mes (3 salidas semanales). Así podemos ver qué gastos quedan fijos, aunque hagamos más o menos tours, y cuáles cambian.

Tabla 14*Estructura de Costos*

Tipo de costo	Descripción	Monto mensual (COP)
	Arriendo oficina/punto logístico	\$1.200.000
Costos fijos	Nómina completa (coordinador, 3 guías, 3 conductores)	\$12.430.690
	Alquiler camionetas 4×4 (2 unidades)	\$4.400.000
	TOTAL	\$18.030.690
Costos Variables	Combustible y peajes para 12 salidas (zonas rurales)	\$720.000
	Insumos de campo (agua, refrigerios, gas, kits de apoyo)	\$780.000
	TOTAL	\$1.500.000
Costos Indirectos	Servicios públicos e Internet	\$350.000
	Servicio de contabilidad y asesoría legal	\$400.000
	Mantenimiento de equipos y mobiliario	\$200.000
	TOTAL	\$950.000
Costos directos	Insumos de almuerzo para 8–10 personas x 12 pasadías	\$2.400.000
	Honorarios x 12 pasadías cocinero	\$600.000
	Honorarios x12 pasadías mesero	\$360.000
	Honorarios x12 pasadías artesano	\$600.000
Total, costos		\$24.440.690

Nota. En esta tabla se incluye la especificación de la estructura de costos del proyecto.

La estructura de costos de *Pasadía Eco Aventura* está organizada en cuatro categorías: costos fijos, variables, indirectos y directos, lo que permite entender cómo se comportan los diferentes gastos mensuales del proyecto. Los costos fijos corresponden a aquellos que se mantienen estables meses a mes, como el arriendo, los salarios del personal y el alquiler de vehículos. Los variables dependen del número de pasadías realizadas, como el combustible,

los refrigerios y el uso de materiales de campo. Los costos indirectos incluyen los gastos que apoyan el funcionamiento general, como los servicios públicos, la asesoría contable y el mantenimiento básico de equipos. Finalmente, los costos directos están relacionados con la experiencia del visitante, como la alimentación y los honorarios de los colaboradores culturales. Esta estructura permite proyectar con claridad cuánto se necesita generar mensualmente para cubrir todos los gastos del servicio y mantener la operación en condiciones óptimas.

Conformación del Equipo de Trabajo

Para que “Pasadía Eco Aventura” funcione con fluidez, necesitamos un equipo pequeño, pero bien definido. A continuación, se detallan los cargos, sus funciones y la proyección de salario mensual, incluyendo prestaciones de ley:

Tabla 15.
Proyección de Salario Mensual

Cargo	Descripción breve	Sueldo básico	Auxilio de transporte	Cesantías 8%	Intereses de cesantías 0.0833%	Prima de servicios 8.33%	Vacaciones 4.17%	Total
Coordinador logístico	Planifica rutas, gestiona proveedores y responde por la operación diaria.	\$2 00000	—	\$ 166.600	\$ 1.667	\$ 166.600	\$ 83.400	\$ 2.418.267
Guía turístico (x3)	Conduce caminatas, explica flora/fauna local y lidera actividades ecológicas.	\$1 423 500	\$200 000	\$ 118.578	\$ 1.186	\$ 118.578	\$ 59.360	\$ 1.921.201
Conductor (x3)	Transporta al grupo, cuida los equipos y apoya la logística del campo.	\$1 423 500	\$200 000	\$ 118.578	\$ 1.186	\$ 118.578	\$ 59.360	\$ 1.921.201
Cocinero	Prepara el almuerzo típico durante el pasadía (servicio por evento).	—	—	—	No aplica (prestación de servicios eventuales)	\$50 000 por pasadía	Variable	
Mesero	Atiende a los visitantes durante el almuerzo en la finca rural.	—	—	—	No aplica (prestación de servicios eventuales)	\$30 000 por pasadía	Variable	

Nota. Valores expresados en moneda colombiana. Incluye prestaciones de ley. Proyecciones del 2025. Está sujeto a cambio

Detalle de cada cargo según el blog descripción del puesto Trujillo Perú:

Coordinador logístico: persona con habilidades de organización y gestión, que centraliza toda la planificación y comunica con socios y aliados.

Guías turísticos: deben tener formación básica en ecología o turismo y capacidad para hablar en público de forma clara y cercana.

Conductor: con experiencia en manejo de vehículos 4×4 en caminos de montaña y habilidades de atención al cliente.

Cocinero/Artesano: perfil flexible, contrato puntual según salidas; aporta el componente cultural y gastronómico del tour.

Todos los cargos fijos (coordinador, guías y conductor) generan un costo mensual estable que se clasifica dentro de los costos fijos, mientras que el cocinero/artesano se considera costo variable, pues solo se paga cuando se realiza un pasadía.

Con esta estructura, sabemos exactamente qué costos de nómina necesitamos cada mes y cómo varían si hacemos más o menos tours, lo que nos ayuda a planificar el presupuesto y garantizar que cada miembro del equipo reciba un pago justo y acorde con la ley.

Definición de un Cronograma de Actividades y Metas Alcanzables

Figura 12

Cronograma de Actividades

Definición de un cronograma de actividades y metas alcanzables:

Turismo Ecológico en la Ciudad de Cali y sus Alrededores

Fecha de inicio del proyecto: 15/07/2025

Incremento de desplazamiento: 1

Descripción del hito	Categoría	Asignado a	Progreso	Inicio	Días
Registro en Cámara de Comercio y DIAN	Objetivo	Socios	50%	15/07/2025	7
Trámite RNT y licencias locales	Objetivo	Socios	50%	17/07/2025	7
Contratación del equipo base	Objetivo	Socios	70%	15/07/2025	30
Alquiler de vehículos y oficina	Objetivo	Cordinador	10%	5/08/2025	10
Compra de equipos y señalética	Objetivo	Socios	60%	29/07/2025	7
Adecuación de rutas y puntos ecológicos	Según lo previsto	Guías y personal operativo	1%	12/04/2025	6
Simulacro interno de pasadía (prueba piloto)	Riesgo medio	Todo el presonal	10%	17/07/2025	7
Diseño y publicación del material promocional	Objetivo	Coordinador y diseñador externo	50%	23/07/2025	13
Inicio oficial de operaciones (1er pasadía)	Según lo previsto	Todo el equipo	%	1/10/2025	9

Nota. La imagen muestra las fechas en las cuales se van a realizar las actividades y cuando iniciará a operar la empresa.

Proyecciones de Ingresos

Para estimar nuestras ventas, primero analizamos quién podría estar interesado en un “Pasadía Eco Aventura” y con qué frecuencia:

Tabla 16*Cálculo de la Demanda*

Población objetivo	Valor
Habitantes de Cali y turistas eco-conscientes	500 000 personas
Consumo promedio (anual): tours por persona	0,2 pasadías
Total, consumo anual potencial	100 000 pasadías
Porcentaje de captura (objetivo de mercado)	0,1 %
Total, demanda potencial anual	100 pasadías

Nota. El cálculo se basa en estimación que se hacen por el número de personas.

Estimamos que dentro de la población interesada (500 000), cada persona hace en promedio 0,2 pasadías al año (uno cada cinco años); de ahí surge un mercado anual de 100 000 pasadías. Apuntamos a capturar el 0,1 % de ese mercado, es decir, 100 pasadías anuales, cifra coherente con nuestra capacidad inicial.

Tabla 17*Proyecciones de Ventas (Unidades)*

	Año 1
Total	
Enero	6
Febrero	8
Marzo	10
Abril	12
Mayo	12
Junio	12
Julio	12
Agosto	12
Septiembre	12
Noviembre	12

	Año 1
Diciembre	12

Nota. Tabla de proyección de ventas del Pasadía Ecoaventura en el primer año.

Arrancamos con menos pasadías en enero (6) y vamos subiendo conforme se corre la voz y se cumplen los pilotos.

Mantenemos un ritmo de 12 pasadías mensuales (capacidad instalada) a partir de abril, el total proyectado de 130 pasadías supera ligeramente la demanda objetivo (100) porque prevemos un buen lanzamiento y picos en temporada alta.

Estacionalidad

Marzo–Abril: Semana Santa y vacaciones de primera mitad atraen a las familias. Junio–

Julio: Temporada de colegios y vacaciones, ideal para grupos estudiantiles. Diciembre:

Fin de año, turistas nacionales e internacionales buscan planes ecológicos.

Con estas cifras y la apertura gradual de las ventas, podemos ver que la capacidad instalada (12 pasadías/mes) está bien alineada con un mercado realista. A medida que crezca la reputación, podremos explorar aumentar la frecuencia o abrir nuevas rutas para aprovechar mejor la demanda estacional.

Precio de Venta

Para definir el precio del “Pasadía Eco Aventura”, tuvimos en cuenta varios factores:

Nuestros costos fijos y variables (ya definidos): el precio debe cubrir estos gastos y además dejar una ganancia.

El precio promedio de planes similares: en Cali y alrededores, un tour ecológico de un día con transporte, alimentación y guía cuesta entre \$160.000 y \$200.000 COP.

Lo que estaría dispuesto a pagar el cliente: según encuestas informales que hicimos entre conocidos y visitantes, un precio “justo” ronda los \$180.000 COP.

Estrategia de mercadeo: el precio también refleja la calidad del servicio y apoya el

posicionamiento como un plan sostenible, comunitario y completo, no sólo recreativo.

Por eso, fijamos el precio de venta final en \$185.000 COP por persona, con IVA incluido.

Tabla 18

Punto de Equilibrio

	Año 1
Total, costos fijos	\$13.034.845
Total, costos variables	\$1.200.000
Número de unidades	130 pasadías anuales (≈ 11 por mes)
Costo total promedio unitario	$\$17.184.845 / 11 \approx \$1.562.258$
Costo promedio unitario	\$142.932 por posada (por persona)
Costo variable unitario	$\$1.200.000 / 11 \approx \109.091
Precio de venta sin IVA	\$160.504
Precio de venta con IVA	\$185.000
Margen de utilidad promedio	\$42.000 por persona
Punto de equilibrio en unidades	95 pasadías al año

Nota. Los datos presentados en esta tabla corresponden a la recopilación realizada durante el periodo de [indicar periodo]. Los valores están expresados en [moneda/unidad]. Se utilizó una muestra de [número] participantes para el análisis.

Nuestro punto de equilibrio es de 95 pasadías anuales, lo que significa que a partir de esa cantidad ya empezamos a generar utilidad real.

Como proyectamos 130 pasadías en el primer año, estaríamos por encima del mínimo

necesario, lo que nos da una zona de seguridad.

El precio de \$185.000 nos mantiene competitivos, cubre todos los costos y permite invertir en mejoras o promociones sin perder rentabilidad.

Este análisis nos confirma que el precio está bien calculado y que el proyecto puede sostenerse en el tiempo si mantenemos la calidad y promocionamos bien la experiencia.

Proyecciones Ingresos por Ventas

Tabla 19

Proyecciones de Ingresos por Ventas (Mensual)

Mes	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D	Total
Total, ventas	1.110	1.480	1.850	2.220	2.220	2.220	2.220	2.220	2.220	2.220	2.220	2.220	25.430
Descuentos por ventas (5 %)	55	74	92	111	111	111	111	111	111	111	111	111	1.320
Ventas netas	1.055	1.406	1.758	2.109	2.109	2.109	2.109	2.109	2.109	2.109	2.109	2.109	24.110
% de ventas a contado	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	—
% de ventas a crédito	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	—
Ventas esperadas miles													

Nota. Los datos presentados en esta tabla son proyecciones de ingresos por ventas para el periodo, expresados en miles de unidades monetarias. Se aplicó un descuento del 5% sobre las ventas totales. Las proyecciones no incluyen ventas a crédito, lo que puede afectar la interpretación de los resultados.

Tabla 20*Proyecciones de Ingresos por Ventas*

Concepto	Valor (COP)
Total, ventas	\$25.430.000
Descuentos por ventas	\$1.320.000
Ventas netas	\$24.110.000
% de ventas a contado	80 %
% de ventas a crédito	20 %
	Año 1

Nota. Descripción de los ingresos de ventas en el primer año de ejecución.

Sustentación del Plan de Trabajo

Aunque el proyecto “Pasadía Eco Aventura” se active en el primer mes con toda la operación lista, sabemos que el dinero no entra inmediatamente, ya que algunas ventas se hacen a crédito y hay gastos que se deben cubrir incluso antes de recibir los primeros pagos. Por eso es fundamental contar con capital de trabajo, que es como una “almohada financiera” que nos permite funcionar con tranquilidad los primeros meses.

Este capital nos sirve para no quedarnos cortos mientras el negocio va tomando ritmo.

Lo usamos para cubrir:

Salarios (coordinador, guías, conductor)

Servicios públicos (agua, luz, internet)

Arriendo del local

Gastos operativos básicos (combustible, refrigerios, gas, utensilios)

Publicidad digital inicial (lanzamiento del servicio)

Gastos legales o administrativos pendientes

Imprevistos menores

La idea es tener al menos 2 meses de operación asegurados sin depender de ingresos inmediatos, para no andar “ahogados” ni detener los tours por falta de plata.

Estimación de Capital de Trabajo Necesario (2 Meses)

Tabla 21

Proyección de Capital de Trabajo - 2 Meses

Concepto	Costo mensual (COP)	2 meses (COP)
Sueldos y prestaciones	\$7.434.845	\$14.869.690
Arriendo local	\$1.200.000	\$2.400.000
Servicios públicos e internet	\$350.000	\$700.000
Combustible y operación básica	\$600.000	\$1.200.000
Insumos (alimentación, utensilios)	\$600.000	\$1.200.000
Publicidad y marketing	\$500.000	\$500.000
Imprevistos	\$500.000	\$500.000
Total, capital de trabajo	—	\$21.369.690

Nota. Proyección de Capital de Trabajo - 2 Meses Esta tabla muestra el capital de trabajo proyectado para los primeros dos meses de operación. Se recomienda realizar una revisión periódica de estas cifras.

Con un fondo así asegurado, el proyecto puede arrancar y mantenerse en marcha mientras empezamos a cobrar, cerrar ventas y lograr equilibrio financiero. Este colchón también nos da tranquilidad frente a cualquier gasto inesperado.

En resumen, el capital de trabajo es lo que sostiene al proyecto en ese momento crítico entre abrir puertas y empezar a ver resultados económicos, y por eso es uno de los puntos más importantes para que todo funcione desde el inicio.

Flujo de Caja Mensual – Año 1

La siguiente tabla muestra cómo se moverá el dinero mes a mes. Aquí se reflejan los

Concepto	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
financieros												
Marketing y publicidad	500	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Otros gastos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total, egresos	8.48	9.78	11.31	11.26	11.26	11.26	11.26	11.26	11.26	11.26	11.26	11.26
	5	7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Flujo mensual -	-	-										
(Ingresos - Egresos)	7.37	8.30	-9.464	-9.044	-9.044	-9.044	-9.044	-9.044	-9.044	-9.044	-9.044	-9.044

Nota. Todos los valores están expresados en miles de pesos colombianos (COP)

Como vemos, durante los primeros meses el flujo de caja es negativo, porque los gastos superan lo que se gana, especialmente al inicio mientras aumentan las ventas, esto confirma la necesidad de un capital de trabajo fuerte, al menos para cubrir los primeros dos a tres meses hasta que se empiece a equilibrar.

Se debe asegurar una reserva mínima de \$20 a \$25 millones COP para poder funcionar tranquilamente el primer trimestre sin depender de créditos ni improvisaciones.

Tabla 23.

Saldos Acumulados (en Miles)

Concepto	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Flujo mensual	-	-8.307	-9.464	-9.044	-9.044	-9.044	-9.044	-9.044	-9.044	-9.044	-9.044	-9.044
	7.375											
Flujo mensual acumulado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	7.375	15.682	25.146	34.190	43.234	52.278	61.322	70.366	79.410	88.454	97.498	106.542

Nota. Se identifica los flujos de caja y sus saldos.

El saldo acumulado indica que, al final del primer año, si no se hicieran ajustes, el negocio requeriría aproximadamente \$106.542.000 COP para cubrir todos los egresos frente a los ingresos proyectados.

Esto representa el capital de trabajo total necesario para mantener la operación durante todo el año sin quedar en déficit.

Este valor sirve como base para gestionar recursos iniciales, ya sea con capital propio, financiamiento externo o apoyo institucional.

Para demostrar que Pasadía Eco Aventura es financieramente viable, realizamos una proyección basada en una operación promedio de 12 pasadías al mes, con grupos de 8 a 10 personas por salida, lo que nos da un rango de entre 96 y 120 visitantes mensuales. El valor por persona es de \$185.000 COP, lo que representa un ingreso mensual promedio estimado entre \$17.760.000 y \$22.200.000 COP. Esto significa que con una ocupación del 80 % ya estaríamos muy cerca de cubrir los costos mensuales y, con grupos llenos, obtendríamos una ganancia operativa razonable.

Nuestros costos mensuales totales, como se explicó en la tabla detallada, ascienden a \$24.440.690 COP, incluyendo sueldos, alquiler de vehículos, insumos, servicios, alimentación, honorarios por evento y otros gastos operativos. Con esto en cuenta, el punto de equilibrio del proyecto se alcanza con aproximadamente 133 visitantes al mes, es decir, unas 16–17 salidas completas. Aunque nuestro plan base parte de 12 pasadías al mes, el modelo es flexible y permite aumentar a 16 con solo programar una salida adicional por semana. Esto hace que, con una estrategia de marketing básica, alianzas con hoteles y promoción en redes sociales, sea totalmente factible llegar al punto de equilibrio en los primeros tres meses de operación.

Además, al tratarse de un servicio intensivo en capital humano y bajo en inversión de activos fijos, la mayoría de los gastos están centrados en la operación directa, lo que nos

permite ajustar fácilmente la capacidad según la demanda sin perder el control financiero. A mediano plazo, el proyecto puede escalar, aumentando el número de rutas, pasadías o alianzas comunitarias, lo que mejora su potencial de rentabilidad.

En conclusión, la proyección financiera demuestra que Pasadía Eco Aventura no solo puede cubrir sus gastos con una ocupación moderada, sino que además tiene capacidad de generar utilidades, reinvertir y crecer sosteniblemente, siempre que se mantenga una buena gestión operativa y un control de costos constante.

Valor Total de la Inversión

Inversión en activos fijos: Incluye la compra de los elementos físicos necesarios para prestar el servicio: equipos, mobiliario, herramientas de senderismo y oficina, además del alquiler de transporte para movilizar a los turistas.

Inversión en gastos de instalación y puesta en marcha: Son los costos que se deben cubrir antes de empezar a operar formalmente: adecuación del local, registros legales, licencias, primera campaña de publicidad y arriendo inicial.

Inversión en capital de trabajo: Es el monto necesario para cubrir los primeros meses de operación sin depender directamente de los ingresos. Este fondo permite pagar sueldos, arriendo, servicios, insumos y otros gastos mientras el proyecto se estabiliza.

Tabla 24*Inversión Total*

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo (botiquines, bastones, señalética, radios)	\$4.000.000
	Equipo de oficina (computador, escritorio, impresora)	\$3.930.000
	Terrenos	No aplica
	Muebles y enseres (sillas, mesa rural, estufa)	\$1.500.000
	Equipo de transporte (alquiler mensual 2 camionetas x 2 meses)	\$8.800.000
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	Incluidos en planificación
	Adecuación del local y señalética	\$1.200.000
	Gastos legales de constitución (Cámara de Comercio, RNT, etc.)	\$800.000
	Marketing inicial (lanzamiento y redes)	\$500.000
	Arriendo local por 2 meses (inicio)	\$2.400.000
	Sueldos operativos y administrativos (2 meses)	\$14.869.690
	Flujo mínimo necesario para 12 meses (déficit acumulado)	\$106.542.000
Capital de trabajo		
Total, inversión inicial		\$144.541.690

Nota. Se hace un balance de cuánto dinero se necesita para dar inicio al proyecto

Fuentes de Financiamiento

Para cubrir el total de la inversión inicial, proponemos una combinación entre capital propio y recursos de terceros. Esto permite reducir el nivel de endeudamiento, pero también aprovechar oportunidades de financiamiento externo sin afectar el flujo de caja en el primer año.

A continuación, se explican las fuentes:

Capital propio (aportado por los socios)

Los tres socios del proyecto se comprometen a aportar recursos personales y familiares equivalentes a \$54.541.690 COP, distribuidos equitativamente. Este monto cubrirá principalmente la compra de activos fijos y parte de los gastos de instalación.

Monto: \$54.541.690 COP

Porcentaje del total: 38 %

Ventaja: no genera intereses ni plazos de pago.

Uso estimado: compra de equipo, adecuaciones, publicidad inicial y licencias.

2. Crédito blando (entidad financiera o fondo de emprendimiento)

Se gestionará un crédito de \$90.000.000 COP con alguna entidad que apoye iniciativas de turismo sostenible (por ejemplo, Bancóldex, Fondo Emprender del SENA o Finagro).

Monto: \$90.000.000 COP

Porcentaje del total: 62 %

Condiciones proyectadas:

Tasa de interés anual estimada: 1 % mensual (12 % anual)

Plazo de pago: 36 meses

Cuota mensual estimada: \$3.000.000 COP aprox.

Uso estimado: cubrir capital de trabajo y sueldos iniciales.

Tabla 25*Estructura de Financiación*

Fuente	Tipo	Monto (COP)	Porcentaje del total	Observaciones
Aporte de los socios	Capital propio	\$54.541.690	38 %	Sin intereses, sin plazo de pago
Crédito blando / Fondo emprender	Financiamiento externo	\$90.000.000	62 %	12 % anual, plazo de 3 años
Total	—	\$144.541.690	100 %	

Nota. Esta tabla muestra la composición de las fuentes de financiación para la fase inicial del proyecto.

Con esta combinación de capital propio y financiación externa, el proyecto puede empezar con una base sólida sin comprometer su estabilidad. Además, al estar enfocado en ecoturismo y sostenibilidad, se abre la posibilidad de aplicar a convocatorias o subvenciones adicionales en el futuro para seguir creciendo sin depender tanto de deuda comercial.

Conclusión

El proyecto “Pasadía Eco Aventura” se consolida como una respuesta real, viable e innovadora frente a los desafíos sociales, ambientales y económicos que enfrentan muchas comunidades rurales en Cali y sus alrededores. Más allá de ser una propuesta turística, representa una herramienta de transformación territorial, construida desde la colaboración con actores locales y el uso de metodologías creativas como el Design Thinking.

A lo largo del desarrollo del proyecto, se cumplió con el objetivo general: estructurar un modelo de emprendimiento social centrado en la sostenibilidad, la participación comunitaria y la conservación del patrimonio natural y cultural. Del mismo modo, los objetivos específicos se vieron reflejados en logros concretos como el diseño de rutas ecoturísticas con enfoque educativo, el fortalecimiento de capacidades en las comunidades anfitrionas, la creación de alianzas estratégicas y la evaluación preliminar de impactos positivos, tanto para los visitantes como para quienes los reciben.

Los resultados obtenidos evidencian que el ecoturismo comunitario es una alternativa real y prometedora para dinamizar economías solidarias, reforzar la identidad local y fomentar una conciencia ambiental colectiva. La implementación de “Pasadía Eco Aventura” demuestra que es posible desarrollar actividades económicas rentables sin poner en riesgo el equilibrio ambiental ni excluir a las comunidades del proceso. Al contrario, su participación activa es parte central del éxito.

En ese sentido, esta propuesta no solo responde a una necesidad, sino que abre la puerta a nuevas formas de hacer turismo en Colombia: más consciente, más justo y más conectado con los territorios. Así, “Pasadía Eco Aventura” se proyecta como un referente de innovación social en turismo responsable, con alto potencial de ser replicado y adaptado en otras regiones del país que buscan desarrollarse sin perder su esencia.

Bibliografía

Cámara de Comercio de Cali. (s.f.). Registro y matrícula mercantil. <https://www.ccc.org.co/>

Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca (CVC). (2022). Estrategia regional de turismo de naturaleza en el Valle del Cauca.

Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente - DAGMA. (2023). Plan de educación ambiental para Santiago de Cali. Alcaldía de Santiago de Cali.

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). (s.f.). Registro Único Tributario – RUT. <https://www.dian.gov.co/>

Fonatur Colombia. (s.f.). Requisitos legales para prestadores de servicios turísticos.

<https://www.fonatur.com.co/>

Gobernación del Valle del Cauca. (2021). Plan departamental de turismo 2021–2025.

Secretaría de Turismo.

Instituto Distrital de Turismo de Bogotá. (s.f.). Manual de buenas prácticas para el turismo sostenible. <https://www.idt.gov.co/>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2021). Plan nacional de negocios verdes 2021–2030.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022). Política de turismo sostenible para Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). Política de turismo de naturaleza en Colombia. <https://www.mincit.gov.co/>

Naciones Unidas. (2023). Informe sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

<https://sdgs.un.org/goals>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (s.f.). Turismo sostenible para el desarrollo.

<https://www.unwto.org/es>

ProColombia. (2020). Ecoturismo en Colombia: oportunidades de negocio con sostenibilidad.

Red de Reservas Naturales de la Sociedad Civil – Nodo Valle del Cauca. (2022). Turismo comunitario y conservación: Experiencias en la región Pacífica y Andina del Valle del Cauca.

Secretaría de Turismo de Cali. (s.f.). Rutas ecoturísticas en Cali y sus alrededores. Alcaldía de Santiago de Cali. <https://www.cali.gov.co/turismo/>

Unidad de Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2020). Parque Nacional Farallones de Cali: Guía del visitante.