

**Turismo con identidad: emprendimiento social para la dinamización económica y cultural
de nueva colonia**

Alfredo Alonso Serna Pérez

Juan Felipe Quirama Moncada

María José Arrieta Villalobo

Natalia Martínez Ospina

Paula Andrea Villadiego Tirado

Asesor

Eliana Mairena Suárez Díaz

Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)

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

Gestión Comercial y de Negocios

2025

Resumen

El siguiente trabajo, aborda la creación, diseño, análisis y viabilidad de una propuesta de emprendimiento social, orientada a un modelo de turismo comunitario y ecológico en Nueva Colonia, corregimiento de Turbo en Antioquia, Colombia, nace de un proceso de investigación, escucha activa y participación social, donde se logra identificar problemáticas estructurales como el desempleo, la falta de formalidad en las ofertas laborales, la desconexión de las comunidades por procesos de desarrollo social y la falta de sentido de pertenencia por la historia del territorio. Debido a esto se plantea la creación de una empresa dedicada a ofertar servicios de turismo con conciencia social e identidad, a través de talleres de saberes históricos, gastronomía local, alojamiento rural en reservas naturales aliadas y experiencias vivenciales de la forma de vivir en dicho territorio, la metodología utilizada se enfoca en la percepción de las personas a través del Design Thinking, el análisis de marketing social, la utilización del modelo CANVAS y la proyección financiera tomando el punto de equilibrio y la proyección de la demanda como eje fundamental. Durante la elaboración del proyecto se llevaron a cabo encuestas, entrevistas, levantamiento de información a base de la historia del territorio, exploración de prácticas relacionadas y participación en distintos espacios para tener información sobre el comportamiento del turismo en la zona. El proyecto se construye tomando como referencia la participación activa de la comunidad de Nueva Colonia, las proyecciones sociales y la utilización de estrategias para generar interés nacional por visitar el territorio. A nivel técnico este modelo se caracteriza por haber sido de manera horizontal, teniendo un portafolio de servicios asequible con un alto índice de crecimiento y una estrategia de sostenibilidad bastante alta. Los resultados muestran que el ecoturismo, cuando es utilizado como estrategia social puede ser propulsor de la transformación comunitaria. La factibilidad de este modelo se centra en la consolidación de

capacidades locales, un acompañamiento integral en sus primeras fases de ejecución, la consecución de alianzas que se centren en la sostenibilidad, el bienestar y la equidad, este proyecto no responde a una necesidad social promueve transformación social y cultural.

Palabras claves: Emprendimiento, turismo, sostenible, comunidades

Abstract

The following work addresses the creation, design, analysis and feasibility of a social entrepreneurship proposal, oriented to a model of community and ecological tourism in Nueva Colonia, township of Turbo in Antioquia, Colombia, born from a process of research, active listening and social participation, where it is possible to identify structural problems such as unemployment, lack of formality in job offers, the disconnection of communities due to processes of social development and the lack of a sense of belonging due to the history of the territory. Due to this, the creation of a company dedicated to offering tourism services with social awareness and identity is proposed, through workshops of historical knowledge, local gastronomy, rural accommodation in allied nature reserves and experiential experiences of the way of living in that territory, the methodology used focuses on the perception of people through Design Thinking, the analysis of social marketing, the use of the CANVAS model and the financial projection taking the break-even point and the projection of demand as a fundamental axis. During the development of the project, surveys, interviews, information collection based on the history of the territory, exploration of related practices and participation in different spaces were carried out to have information on the behavior of tourism in the area. The project is built taking as a reference the active participation of the community of Nueva Colonia, social projections and the use of strategies to generate national interest in visiting the territory. On a technical level, this model is characterized by having been horizontal, having an affordable portfolio of services with a high growth rate and a fairly high sustainability strategy. The results show that ecotourism, when used as a social strategy, can be a driver of community transformation. The feasibility of this model focuses on the consolidation of local capacities, comprehensive accompaniment in its early phases of execution, the achievement of alliances that

focus on sustainability, well-being and equity, this project does not respond to a social need promotes social and cultural transformation.

Keywords: Community, tourism, entrepreneurship, sustainable

Tabla de contenido

Introducción	13
Propuesta de Emprendimiento Social	15
Descripción del grupo o población de beneficiada	16
Presentación de la Innovación Social	18
Empatizar	18
Definir	20
¿Qué experiencia se va a sistematizar?	20
¿Por qué queremos sistematizarla?	21
¿Para quién lo hacemos?.....	21
¿Desde qué enfoque o eje vamos a analizarla?.....	21
Objetivos	22
Objetivo General	22
Objetivos específicos.....	22
Idear	23
Digitalizar la zona	23
Prototipar.....	26
Evaluar	28
Aspectos positivos.....	28
Puntos de Mejora.....	29
Componente Práctico	30
Estudio del Mercado.....	30
Competencia	30

Oportunidades.....	30
Análisis del Mercado	32
¿Quiénes son mis principales competidores y cuáles son sus estrategias?	32
Competencia Directa.....	33
Corpoturismo Urabá.....	33
Ecoruta tours	33
¿Cuál es el tamaño y potencial de crecimiento del mercado?.....	33
¿Qué necesidades no están siendo satisfechas en el mercado?	34
¿Cuáles son las tendencias actuales y futuras del mercado?.....	34
¿Cuáles son las barreras de entrada y salida del mercado?	35
Estrategia de Marketing	37
Objetivo General	37
Bloggeros y Creadores de contenido	37
Modelo CANVAS.....	41
Análisis del Modelo CANVAS	41
Socios Claves	41
Actividades claves:.....	42
Propuesta de Valor	42
Elementos diferenciadores de la propuesta	43
Relación con los Clientes	44
Asistencia personalizada.....	44
Modelo autoservicio digital	45
Espacios de CO creación y retroalimentación.....	45

Segmentos de Clientes	45
Turistas nacionales e internacionales	46
Ecoturistas, senderistas y cicloturista.....	46
Instituciones educativas y académica.....	46
Entidades públicas ONG organizaciones de cooperación.....	47
Empresas o colectivos con enfoques de bienestar.....	47
Canales	47
Canales digitales	48
Redes sociales.....	48
WhatsApp Business.....	48
Sitio web oficial: D	48
Canales presenciales y de contacto físico	48
Ferias turísticas y eventos culturales.....	48
Alianzas estratégicas como canal directo.....	49
Recursos claves	49
Recursos Humanos.....	49
Recursos físicos y logísticos	50
Recursos culturales e identitario	50
Recursos digitales y tecnológicos	50
Estructura de costes.....	51
Costos fijos	51
Los costos variables.....	51
Inversión inicial.....	52

Costos de expansión	52
Cumplimiento legal y normativo.....	52
Fuentes de ingreso:.....	53
Paquetes turísticos integrales	53
Venta de productos y artesanías locales	53
Los servicios individuales	53
Actividades complementarias y eventos especiales	54
Alianza con entidades públicas y privadas.....	54
Proyección Operativa y Financiera.....	56
Capacidad Instalada.....	57
Ficha Técnica del Servicio	57
Sustentación de las Necesidades de Recursos Humanos, Tecnológicos y de Infraestructura Para la Prestación del Servicio o la Producción de los Bienes.....	58
Procesos Preoperativos	59
Ventajas y Desventajas de la Localización	61
Estructura de Costos.....	62
Equipo de Trabajo (Organigrama)	¡Error! Marcador no definido.
Descripción de Roles.....	64
Gerente.....	64
Contador	66
Jurídico	66
Supervisor de Ventas.....	67
Guía Turístico.....	69

	10
Atención al cliente.....	70
Gerente de Marketing.....	71
Community Manager.....	71
Cronograma de actividades.....	72
Proyecciones de Ingresos.....	74
Proyecciones de Ventas Anual.....	74
Proyecciones Ingresos por Ventas.....	76
Tabla X. Proyecciones de ingresos por ventas.....	¡Error! Marcador no definido.
Sustentación del Plan de Trabajo.....	80
Planeación Inicial.....	81
Ubicación Estratégica.....	81
Demanda Creciente.....	81
Tabla 12.....	86
Saldos acumulados.....	86
Saldos acumulados (en miles).....	¡Error! Marcador no definido.
Valor total de la Inversión.....	86
Inversión total.....	¡Error! Marcador no definido.
Fuentes de Financiamiento.....	88
Capitales Propios.....	88
Financiamiento Externo.....	88
Conclusión.....	90
Referencias Bibliográficas.....	91

Lista de tablas

Tabla 1 <i>plan de acción Cronograma de desarrollo</i>	398
Tabla 2 <i>cronograma de desarrollo</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 3 <i>Capacidad instalada</i>	57
Tabla 4 <i>Equipos oficina</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 5 <i>Ventajas y desventajas</i>	61
Tabla 6 <i>Estructura de costos</i>	62
Tabla 7 <i>Cronograma de actividades</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 8 <i>proyecciones de ingresos</i>	74
Tabla 9 <i>proyecciones de ventas</i>	74
Tabla 10 <i>Punto de equilibrio</i>	76
Tabla 11 <i>Ventas esperadas en miles</i>	78
Tabla 12 <i>Proyecciones de ingresos por ventas</i>	79
Tabla 13 <i>Flujo de caja mensual</i>	85
Tabla 14 <i>Saldos acumulados</i>	86
Tabla 14 <i>Inversión total</i>	86

Lista de figuras.

Figura 1 <i>Mapa de empatía</i>	188
Figura 2 <i>Tormenta de ideas</i>	25
Figura 3 <i>Prototipado</i>	27
Figura 4 <i>Modelo CANVA</i>	55
Figura 5 <i>Organigrama de elaboración propia</i>	64

Introducción

El siguiente trabajo se enmarca en el emprendimiento social y desarrollo sostenible de los territorios, busca construir una propuesta de inversión social para el territorio de Nueva Colonia, un corregimiento en el municipio de Turbo en el departamento de Antioquia, cuya economía depende en gran cantidad de la agricultura, por lo que se hace necesario buscar alternativas de impacto económico que visibilice la herencia cultural y tradicional que alberga esta zona.

Nueva Colonia se caracteriza por ser un territorio alegre con una historia de resiliencia y empuje, actualmente se construye la terminal portuaria más importante del país, Puerto Antioquia, razón que lo ha puesto como el epicentro de desarrollo de la región de Urabá, es una comunidad que creció gracias a la migración poblacional desde los departamentos vecinos en épocas de la violencia, cuenta con un arraigo étnico y una mezcla cultural que hacen de este lugar uno con un toque diferente, único en el país, desde la gastronomía, la música, las reservas naturales, los paisajes y las especies que aquí existen sin dejar de lado a sus habitantes, sin embargo, también se enfrentan miles de problemáticas sociales, desde el desempleo juvenil, la falta de oportunidades para la educación superior, la poca articulación público privado y la infravaloración del ámbito turístico son algunas de las barreras más notables que se encuentran actualmente en Nueva Colonia.

En este sentido el ecoturismo comunitario se presenta como una opción para impulsar la transformación social del territorio desde una herramienta que permite la exposición de lo local y propio de la zona. Este a diferencia de los típicos modelos de turismo prioriza lo social en vez del lucro personal, resaltando la protección ambiental y cuidado por el impacto social, se enfoca en lo ético, participativo e incluye la representación étnica, obteniendo un beneficio colectivo que permita promover prácticas responsables en un entorno natural.

La elección de esta herramienta no es al azar, se elige luego de un profundo análisis de las distintas herramientas y opciones que existen dentro de la comunidad y que permitirán un desarrollo integro, además de ello se tomó como ejemplo el comportamiento del turismo a nivel internacional y como a través de los años el turismo de naturaleza, el turismo comunitario ha tenido una tendencia de crecimiento bastante alta debido a que las personas buscan lugares más tranquilos y con historia para conocer y pasar unos días, este segmento de turistas que se enfocan en lo local e inspiracional permite que Nueva Colonia a través del senderismo, las caminatas ecológicas, los recorridos fluviales e históricos y visitas a reservas naturales pueda ofrecer una alta gama de servicios.

En el trabajo se desarrolla un análisis desde lo ético, el diagnóstico social del territorio sumándose al uso de herramientas como el design thinking y modelo canvas ideales para proyectar el funcionamiento oportuno de esta idea de negocio, también se hace una evaluación financiera del punto de equilibrio, clientes potenciales, proyecciones de ventas que ayudara a tener mejores resultados de la iniciativa permitiendo evaluar su durabilidad. Por otro lado, también se desarrollan las estrategias de marketing digital y uso de redes sociales que dará a conocer la iniciativa,

Finalmente, esta propuesta no busca ser solo lucrativa desde el modelo turístico busca ser una manera de generar empleo local, dinamizar los emprendimientos locales, generar un arraigo territorial y sentido de pertenencia por la historia de un territorio que ha tenido que trabajar muchísimos años para ser visibles en el mapa, este proyecto es hecho con vocación de servicio que articula herramientas sociales para brindar soluciones de crecimiento a través del emprendimiento social y con sentido.

Propuesta de Emprendimiento Social

Turismo con Identidad: Emprendimiento Social para la Dinamización Económica y Cultural de Nueva Colonia.

La creación de la empresa turismo y desarrollo Nueva Colonia, busca generar un impacto transformador tanto en la vida de la comunidad como en la economía local, esta iniciativa pretende posicionar al territorio como un referente de turismo social y comunitario en el Urabá Antioqueño, a través de una propuesta que integra rutas históricas, experiencias culturales, naturales y el relato de una comunidad que ha resistido y transformado sus realidades a través del tiempo.

Desde el punto de vista social se promoverá la identidad colectiva y el sentido de pertenencia mediante la recuperación de la memoria local el fortalecimiento del liderazgo Juvenil y la inclusión de diversos actores del territorio (Jóvenes, mujeres consejos comunitarios, liderazgos históricos, campesinos, sujeto de reparación colectiva, entre otros).

Económicamente la propuesta generará oportunidades laborales sostenibles en el sector turístico y creativo impulsará el emprendimiento local y activará el consumo interno de productos y servicios fomentando la articulación con redes regionales de turismo comunitario dándole así un nuevo aire a Nueva Colonia y una nueva oportunidad de mostrar lo que es este territorio más allá de un puerto.

Necesidad o desafíos a satisfacer Nueva Colonia enfrenta importantes desafíos sociales y económicos tales como el desempleo juvenil, la migración por falta de oportunidades, la falta de inversión en turismo local, una narrativa externa de estigmatización por su historia de conflicto y las nuevas realidades que tenemos en nuestro territorio que a pesar de estos obstáculos, la comunidad cuenta con un potencial turístico significativo, tales como, reservas naturales,

paisajes rurales, prácticas culturales, gastronomía tradicional, una comunidad pluriétnica que ha desarrollado capacidades de organización, resiliencia, hospitalidad y la calidad humana de las personas que aquí viven.

Uno de los retos más importantes o urgentes es visibilizar las dos versiones de Nueva Colonia, por un lado, su historia marcada por el desplazamiento forzado, el abandono estatal y la violencia que muchos de quienes viven aquí llevan marcadas, por otro lado, la versión de una comunidad que ha reconstruido su historia, que hoy está lista para mostrar sus procesos de transformación a través del turismo con sentido.

Esta propuesta nace como respuesta a la falta de infraestructura turística la desarticulación de fuerzas comunitarias y la escasa oferta de formación técnica y profesional para jóvenes en el área, así mismo busca evitar que el turismo extractivo llegue sin generar beneficios reales a las comunidades.

Descripción del grupo o población de beneficiada

La población beneficiaria directa estará conformada por al menos 100 personas del corregimiento de Nueva Colonia, priorizando así a jóvenes entre 18 y 28 años, madres cabezas de hogar, adultos mayores conocedores de la historia local, campesinos con prácticas tradicionales sostenibles, artesanos, entre otros.

Se contempla la creación de colectivos o nuevos nodos de trabajos, bien sean guías turísticos, narradores comunitarios, emprendedores gastronómicos, productores de productos insignias de la región como banano, plátano y demás.

La comunidad juvenil será uno de los principales focos de intervención pues representa un grupo con altas tasas de desocupación, bajo acceso educación superior, limitada participación en procesos de liderazgo, con esta propuesta se espera activar sus capacidades creativas, su

conocimiento del entorno, su vocación de servicio para que se convierta en embajadores del territorio, además el proyecto beneficiaría indirectamente a toda la población de Nueva Colonia al promover la apropiación del territorio, mejorar su imagen externa, atraer visitantes responsables y facilitaría procesos de formación técnica, red de colaboración y apoyo institucional.

Presentación de la Innovación Social

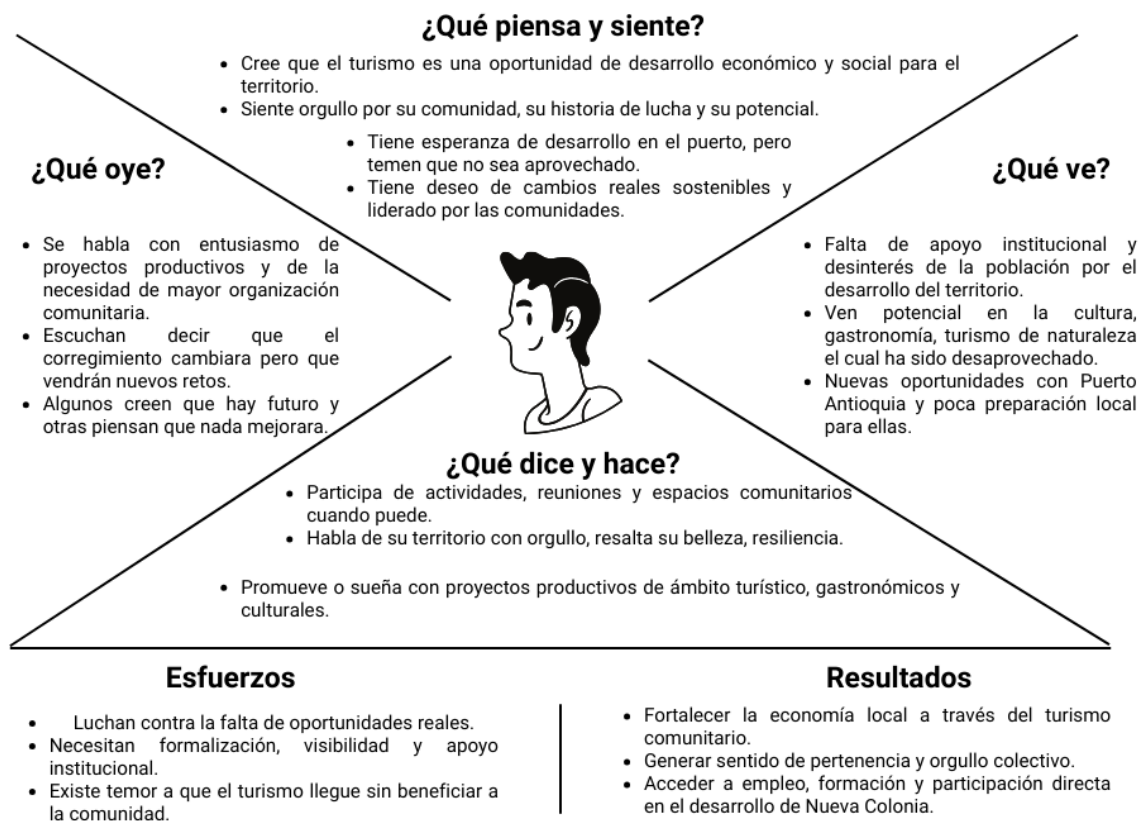
Consolidar las fases de desing thinking para el proyecto sustentando la propuesta de valor que aportaría su puesta en marcha.

Empatizar

Figura 1

Mapa de empatía.

Mapa De Empatía Turismo en Nueva Colonia



Nota. Autoría Propia

El mapa de empatía aplicado en el corregimiento de Nueva Colonia permitió identificar percepciones profundas sobre el territorio, su gente, y el papel del turismo comunitario como herramienta de transformación. La comunidad ve en el turismo una oportunidad para mejorar su calidad de vida y fortalecer la economía local.

Aunque manifiestes temores sobre una posible exclusión si no se generan procesos liderados desde adentro las personas sienten orgullo por su historia, su cultura y su resiliencia y a la vez reconocen la necesidad urgente de organización, formación y apoyo institucional, mientras algunos actores hablan con entusiasmo sobre proyectos productivos y nuevas oportunidades también se evidencian opiniones diferentes respecto al impacto real de los cambios que traerá el puerto, muchos habitantes participan en espacios comunitarios cuando les es posible, sueñan con iniciativas turísticas gastronómicas o culturales pero enfrentan barreras Como la falta de visibilidad recursos y formación, en resumen la comunidad desea ser protagonista de su propio desarrollo aprovechando el turismo como un camino para fortalecer la identidad del sentido de pertenencia y la inclusión económica de manera colectiva.

Definir

¿Qué experiencia se va a sistematizar?

Se va a sistematizar y analizar de forma de la vivencia del diseño, de una propuesta de turismo comunitario y solidario en Nueva Colonia, ubicado en el Urabá Antioqueño, orientada a crear un cambio significativo en la calidad de vida de las poblaciones locales y en la economía regional más inmediata, sin dejar de resaltar la esencia natural y autóctona del territorio.

Esta experiencia articula recorridos históricos, manifestaciones culturales, diversidad ecológica y la memoria viva de una comunidad que ha sabido resistir y transformarse. El análisis se centrará en cómo esta iniciativa turística ha funcionado como un instrumento para reconstruir el tejido social, reforzar las identidades colectivas y activar la economía local, desde una perspectiva de desarrollo comunitario y autogestión. Además, se considera que las personas participantes encontrarán en este programa beneficios tanto económicos como sociales.

La exclusión social y económica de la comunidad de Nueva Colonia, agravada por la falta de oportunidades para los jóvenes, la ausencia de infraestructura turística, la desarticulación comunitaria y una narrativa externa de estigmatización derivada de su historia de conflicto.

Este problema se manifiesta en varias formas concretas:

Desempleo juvenil y migración por falta de oportunidades.

Falta de inversión y formación en turismo.

Estigmatización del territorio debido a su pasado violento.

Turismo no planificado que podría convertirse en extractivo y no beneficiar a la comunidad.

¿Por qué queremos sistematizarla?

El ánimo de sistematizarla es fortalecer el modelo actual, identificar sus buenas prácticas, retos y oportunidades de mejora, y crear insumos que nos permitan replicar la experiencia en otros territorios, masificando la idea y generando más ganancias con menos insumos, así como compartirla con aliados, instituciones, comunidades y otros emprendimientos interesados en el desarrollo territorial desde una perspectiva transformadora, cultural y sostenible, de donde cualquier persona pueda participar sin importar su origen

¿Para quién lo hacemos?

Para las propias comunidades locales, nativos, otros emprendimientos sociales y colectivos comunitarios, organizaciones aliadas, entidades públicas y actores del sector turismo, que podrían apoyar la sostenibilidad y mantenimiento del proyecto

¿Desde qué enfoque o eje vamos a analizarla?

Transformación Social y Comunitaria. Cómo el turismo social ha fortalecido el tejido social, la identidad y la participación comunitaria.

Memoria, Cultura y Resistencia Territorial. Cómo el relato histórico de la comunidad se convierte en una herramienta para el turismo, la educación y la resignificación del territorio.

Economía Solidaria y Desarrollo Local. Cómo la iniciativa ha dinamizado la economía local, creado empleos e impulsado modelos colaborativos y sostenibles.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar una propuesta de turismo comunitario en Nueva Colonia que visibilice su proceso de transformación social, aproveche su potencial cultural y natural, y genere oportunidades económicas reales para la comunidad, especialmente para los jóvenes, evitando modelos de turismo extractivo.

Objetivos específicos

Identificar las necesidades, interés y percepciones de la comunidad de Nueva Colonia en relación con el turismo, para fundamentar el diseño de una propuesta pertinente y participativa.

Fortalecer las capacidades locales en gestión turística, mediante procesos formativos dirigidos a jóvenes, líderes comunitarios y emprendedores del territorio.

Diseñar una oferta turística sostenible e inclusiva, que integre rutas culturales, ecoturismo, gastronomía tradicional y patrimonio comunitario.

Fomentar la participación de la comunidad en la construcción del proyecto turístico, garantizando su apropiación, continuidad y la distribución equitativa de beneficios.

Prevenir prácticas de turismo extractivo, promoviendo criterios éticos y sostenibles y de respeto por el territorio y su gente.

Idear

Teniendo en cuenta lo anterior, la problemática inicial que se presenta es la falta de turismo en la zona, para esto hemos buscado algunas soluciones que nos pueden brindar una ayuda, para dar a conocer la zona y la importancia que esta tiene.

Creando una tormenta de ideas, pude destacar una de ellas, que puede ser la más fundamental para iniciar la solución de esta problemática.

Digitalizar la zona

En la actualidad, la visibilidad geográfica de un lugar en plataformas digitales es fundamental. Localizarlo correctamente en el mapa no solo facilita el acceso, sino que también incrementa su reconocimiento público. Esto permite que más personas descubran y valoren su cultura, sus atractivos y los aspectos positivos que ofrece. La presencia continua del lugar en redes sociales y medios digitales contribuye a posicionarlo como un destino accesible y de interés, fortaleciendo su identidad y proyección a nivel regional o global.

Este compendio de ideas deja ver un interés marcado por hacer del turismo un motor para el progreso de la comunidad, dejando atrás la simple noción de actividad lucrativa.

De entrada, el poner en marcha protocolos de turismo responsable y sostenible manifiesta un afán por proteger el ambiente y honrar a las comunidades que reciben a los turistas. Con esta acción se intenta fijar reglas claras para todos los que participan en el turismo, impulsando así una vivencia segura, atenta y que cuide el planeta.

La sugerencia de crear un fondo social de reinversión solidaria presenta una perspectiva de equidad económica, donde las ganancias que da el turismo no solo se quedan en manos privadas, sino que se reparten para mejorar áreas clave como la educación, la salud y las instalaciones. Esto muestra un modelo de avance incluyente y que se retroalimenta.

Por otro lado, las colaboraciones con el sector turístico y educativo dejan ver la necesidad de tejer redes de cooperación que aumenten las opciones de dar a conocer el destino, así como de profesionalización. Unir universidades, agencias de viaje y entes públicos robustece la validez y permanencia del proyecto turístico a futuro.

En lo que toca a la formación y profesionalización comunitaria, se recalca lo crucial de preparar a los pobladores para que tengan un papel activo en el crecimiento turístico. Al instruir a la gente en hospitalidad, primeros auxilios y gestión, se mejora la calidad del servicio y se crea empleo decente dentro de la propia comunidad.

La idea de establecer recorridos temáticos y relatos de identificación busca potenciar la identidad cultural del territorio. Estos itinerarios dan la opción de brindar al visitante una experiencia genuina, basada en la historia, la cultura, la biodiversidad y la fortaleza social, marcando la diferencia del destino en un mercado turístico reñido.

Para cerrar, la noción de digitalizar la zona responde a lo que pide el turismo de hoy. Promocionar el lugar en plataformas digitales y redes sociales da pie a extender su alcance, atraer nuevos públicos y asentarse con una imagen actual y llamativa.

En resumen, este conjunto de iniciativas refleja un planteamiento estratégico, sensato y que abarca muchas dimensiones para el desarrollo turístico. Se juntan acciones educativas, tecnológicas, económicas y culturales con el propósito de edificar un turismo más justo, sostenible y que gire en torno a la comunidad.

Teniendo en cuenta lo anteriormente propuesto, se puede considerar la digitalización de la zona como la opción principal y más relevante para comenzar a poner en marcha el proyecto.

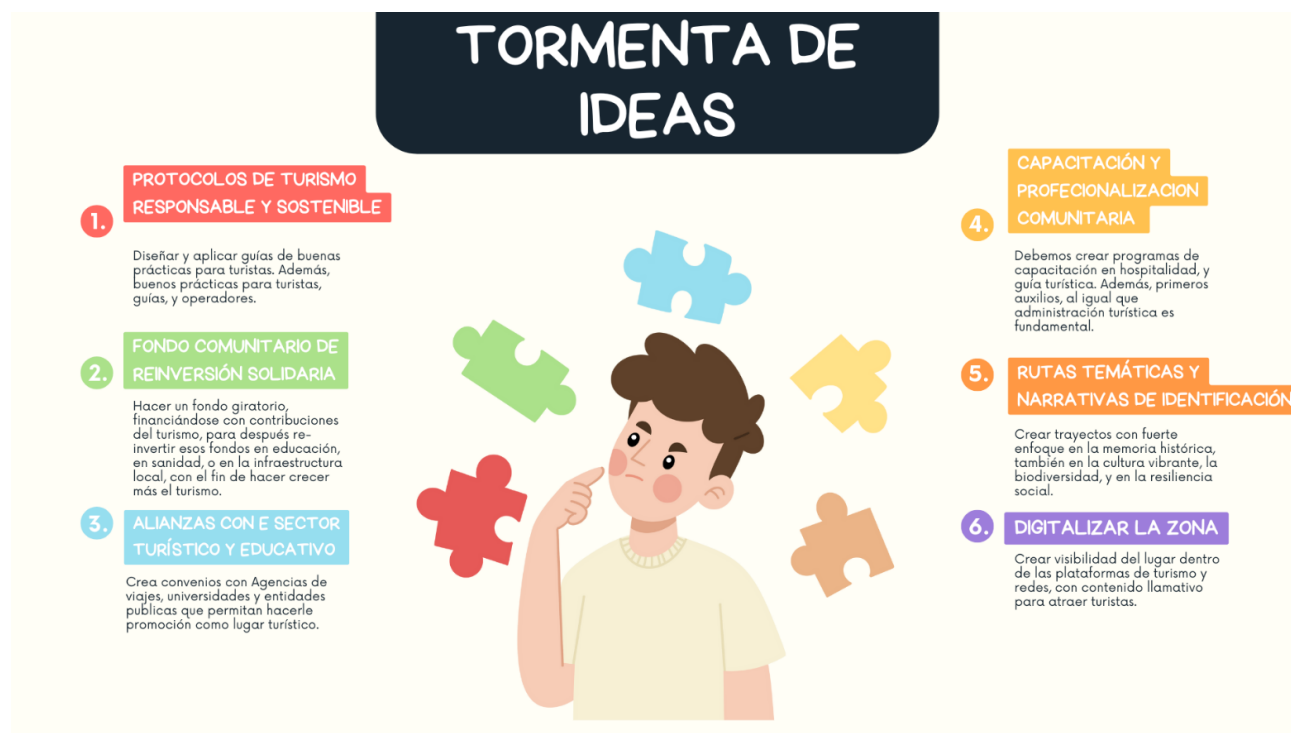
En la actualidad, la visibilidad geográfica de un lugar en plataformas digitales resulta esencial. Ubicar correctamente un destino en mapas digitales no solo facilita el acceso físico,

sino que también incrementa su reconocimiento público. Esta estrategia permite que un mayor número de personas descubran y valoren su cultura, sus atractivos y las cualidades positivas que ofrece.

Además, la presencia constante del lugar en redes sociales y medios digitales contribuye a posicionarlo como un destino accesible y atractivo, fortaleciendo su identidad local y su proyección tanto a nivel regional como global.

Figura 2

Tormenta de ideas



Nota. Autoría Propia

Prototipar

En la fase de prototipar del proceso de Design Thinking, se desarrolló una propuesta concreta de turismo comunitario para Nueva Colonia, basada en experiencias auténticas que integran senderismo, gastronomía local, cultura, alojamiento rural y artesanías tradicionales.

Este prototipo refleja la identidad y la resiliencia del territorio, ofreciendo un modelo sostenible que involucra activamente a la comunidad en su diseño y operación. A través de la infografía y la estrategia estructurada, se evidencian elementos clave como la integración de actores locales, la protección del entorno natural y cultural, la diversificación de ingresos y la articulación con entidades públicas y privadas para su financiación. El modelo es escalable, adaptable y con alto valor agregado, al convertir el turismo en una herramienta para fortalecer la economía, recuperar la memoria colectiva y empoderar a los habitantes de Nueva Colonia como protagonistas de su propio desarrollo. Esta etapa permite avanzar hacia la validación de la propuesta con usuarios reales, ajustando detalles según su retroalimentación y preparando el camino hacia la implementación.

Figura 3

Prototipado

Nueva Colonia, un paraíso natural.



Senderismo

Gózate recorridos espectaculares, paisajes llenos de magia y naturaleza, hermosas aves y vegetación nativa, con espectaculares vistas panorámicas

Gastronomía



Disfruta una exquisita degustación típica de nuestra región, donde los sabores cuentan historias. Descubre una fusión de culturas hecha comida: quesos artesanales, dulces tradicionales, bebidas autóctonas y platos que reflejan nuestras raíces.

Cabañas

Ven y experimenta la magia de la naturaleza, en la más perfecta sintonía de descanso y relajación, con el suave susurro del viento entre los árboles, y las aves más exóticas entonando melodías



Turismo de aventura



Vive recorridos espectaculares por senderos naturales que te llevarán a través de selvas vírgenes, cruzando riachuelos cristalinos y descubriendo lagos naturales escondidos entre la exuberancia del paisaje. Una experiencia única para conectar con la naturaleza en su estado más puro

Cultura local




Aprende a elaborar las artesanías tradicionales más espectaculares de nuestra región, con expertos ancestrales que te guiarán por ese maravilloso mundo, mientras gozas de nuestra música y bailes típicos.



Evaluar

Para esta etapa se tiene en cuenta los aspectos positivos y negativos del prototipo presentado, es importante esta etapa de "Evaluar" ya que nos acerca más a la realidad del producto de Turismo con Identidad en Nueva Colonia y los resultados que tendrá.

<https://forms.cloud.microsoft/r/pe1fj5mAzt?origin=lprLink>

Esto fue lo que se encontró luego del desarrollo de este formulario tomando tantos aspectos positivos como puntos de mejora del emprendimiento presentado:

Aspectos positivos

Se reconoce la importancia de que se cuente la historia y cultura de Nueva Colonia, el senderismo por ejemplo puede usarse para mostrar lo que realmente son y no lo que dicen de ellos, de esta manera acercan a las personas externas a realidades e historia del corregimiento.

Al estar enfocado en la inclusión de jóvenes para que participen activamente en el desarrollo de la comunidad, esto hace que sean más arraigados a su cultura y que además adquieran experiencia laboral teniendo oportunidades de crecer en el mundo laboral.

La participación de mujeres y jóvenes en el proyecto es fundamental para el empoderamiento de la comunidad, se considera que se fortalecerá el empoderamiento femenino al permitir que mujeres tomen roles de liderazgo durante los recorridos, que tomen cargos administrativos y de jefes.

Promoviendo prácticas ecológicas como lo es la Conservación de la naturaleza mediante el uso de materiales biodegradables y la promoción del reciclaje entre los turistas se evita el deterioro de Nueva colonia, pues es importante que los turistas no denigren o afecten el territorio.

Puntos de Mejora

Se deben brindar capacitaciones en guianza turística y manejo de grupos ya que no todas las personas están capacitadas o saben interactuar con los visitantes, el prototipo se enfoca más en mostrar la oferta y no la logística.

Se debe tener en cuenta rutas inclusivas para personas con discapacidades como aquellas con movilidad reducida, ya que no se menciona en ningún momento este punto tan importante en la actualidad.

Se puede crear un espacio comunitario donde los visitantes puedan escuchar nuestras historias en un ambiente cómodo y accesible.

Preguntas que surgieron durante la evaluación son las siguientes:

¿Cómo se garantizará que los ingresos generados beneficien equitativamente a todos los miembros de la comunidad?

¿Habrá apoyo para la creación de contenido digital que promueva nuestras experiencias

¿Turísticas?

¿Habrá apoyo para la adquisición de equipos y utensilios necesarios para mejorar nuestras

¿Cocinas?

¿Cómo se garantizará que nuestras historias sean contadas con respeto y autenticidad?

Componente Práctico

Estudio del Mercado

El turismo comunitario en Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, consolidándose como una alternativa sostenible y generadora de ingreso para las comunidades locales. Según datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, al cierre del 2024 el país registró ingresos por más de 10,082 millones de dólares en conceptos de viajes y transportes aéreos de pasajeros, lo que representa un crecimiento del 12.8% frente a 2023, este auge se ha visto reflejado en el incremento del número de visitantes extranjeros alcanzando casi 7 millones en 2024 con un aumento del 9% respecto al año anterior, por lo que Colombia se posiciona como un destino altamente atractivo.

Competencia

El mercado turístico suele ser muy competitivo, sin embargo, Colombia es un país muy diverso, el cual cuenta con la capacidad de entrar en competencia con los otros países brindando de sí la diversidad cultural, el crecimiento por experiencias auténticas y la sostenibilidad del su posicionamiento.

Oportunidades

El turismo trae consigo muchas oportunidades para el país, como para sus habitantes, en este caso potencializar a Nueva colonia como un lugar turístico, generaría beneficios para el lugar como su comunidad.

En este contexto el turismo comunitario ha ganado protagonismo como una modalidad que promueve la participación activa de las comunidades en la gestión turística, fomentando la equidad económica y la conservación del patrimonio cultural y natural en 2022 el mercado global para el turismo comunitario representado US\$575,9 mil millones y se proyecta que

alcance US\$2,1 billones para este año, en Colombia se han mapeado más de 1700 organizaciones de base comunitaria con proyectos turísticos evidenciando así el potencial y la diversidad iniciativas en este sector

Nuevas colonia corregimiento de Turbo Antioquia en el Urabá, se perfila como un territorio con alto potencial para el desarrollo del turismo comunitario, con una población de más de 20,000 habitantes y una rica diversidad cultural y natural la región ha sido objeto de intervenciones integrales que mejoran la calidad de vida de sus habitantes. El proyecto “juntos por Urabá” liderado por grupo Argos y otras organizaciones ha beneficiado más de 800 personas mediante el mejoramiento de vivienda, acceso a agua segura y el fortalecimiento de la infraestructura comunitaria y las demás obras que se proyectan en el futuro, además la construcción de Puerto Antioquia en Nueva Colonia, uno de los megaproyectos más importantes del país generará más de 3000 empleos alrededor y posicionará a la región como un nodo logístico. Claro este desarrollo junto con la riqueza natural del territorio abra oportunidades para el ecoturismo, el avistamiento de aves y la promoción de la cultura local, consolidando a Nueva Colonia como un destino emergente en el panorama turístico nacional

En resumen, el crecimiento del turismo en Colombia y las iniciativas de desarrollo en Nueva Colonia Crean un entorno propicio para la implementación de proyectos de turismo comunitario que impulsan el desarrollo sostenible y la inclusión de la región

Análisis del Mercado

¿Quiénes son mis principales competidores y cuáles son sus estrategias?

El proyecto “Turismo con identidad” se desarrolla en un entorno regional con un creciente dinamismo turístico. Urabá, por su ubicación estratégica en el golfo, su cercanía con el Darién y su biodiversidad representa una región en expansión en el sector del con un enfoque fuerte hacia el ecoturismo, turismo de naturaleza y el turismo de aventura. Este entorno favorece la viabilidad del proyecto en la medida en que la propuesta busca integrar experiencias comunitarias, culturales y sostenibles que aún no ha sido explotadas plenamente por la competencia local.

Competencia Directa

Corpoturismo Urabá

Enfocado en el turismo sostenible con un fuerte componente de conservación ambiental y el fortalecimiento de la cultura local Suriki nature reserve: Cuya estrategia gira en torno a la conservación y protección del bloque húmedo tropical que lleva su nombre, promoviendo la educación, investigación y el desarrollo sostenible en la zona. Busca proteger la biodiversidad a través de la restauración de ecosistemas y la conexión con las comunidades locales. Su estrategia principal es el ecoturismo.

Ecoruta tours

con un enfoque centrado en la conexión con la naturaleza y la cultura, a través de experiencias responsables e inolvidables.

A pesar de su enfoque sostenible, estos actores se centran más en la conservación ambiental y en propuestas específicas en naturaleza. En contraste, el proyecto en Nueva Colonia incorpora no solo el componente ecológico, sino también la transformación social, la memoria histórica, la economía popular y la inclusión de jóvenes y emprendedores locales, lo cual le da un valor diferencial significativo en el mercado.

¿Cuál es el tamaño y potencial de crecimiento del mercado?

El sector turístico representa aproximadamente el 12.4% de la actividad económica en Urabá y continúa en expansión gracias al desarrollo de grandes proyectos portuarios como Puerto Antioquia, que traerá consigo inversión, visitantes, infraestructura y mayores niveles de visibilidad territorial. La región está proyectada como un nodo estratégico para el turismo de sol y playa, el ecoturismo, y la conexión internacional con países vecinos como Panamá.

En este contexto se confirma que el mercado tiene un alto potencial de crecimiento si se logra integrar a las comunidades locales en la oferta turística, fortaleciendo así la economía territorial y fomentando la apropiación de su identidad.

¿Qué necesidades no están siendo satisfechas en el mercado?

A pesar del crecimiento, existe una brecha importante en la oferta de paquetes turísticos integrales, especialmente aquellos relacionados con la experiencia de playa, alojamiento y actividades recreativas nocturnas. La mayoría de los operadores actuales se centran en recorridos naturales o educativos, sin ofrecer experiencias completas que incluyan descanso, entretenimiento, cultura local y gastronomía.

En este sentido, “Turismo con identidad” busca responder a esta necesidad, ofreciendo una experiencia integral que incluye rutas culturales, alimentación típica, alojamientos familiares, actividades nocturnas seguras y guianza local, combinando elementos de turismo rural y comunitario.

¿Cuáles son las tendencias actuales y futuras del mercado?

El mercado muestra una fuerte tendencia hacia el turismo sostenible y responsable, con énfasis en experiencias culturales auténticas, digitalización del servicio, conectividad, y respeto por el medio ambiente. Se espera un crecimiento en el uso de tecnologías para la gestión turística (Como reservas por WhatsApp Bussiness o plataformas de promoción), así como el desarrollo de nueva infraestructura turística: Hoteles, centros culturales, restaurantes y puntos de información.

La propuesta de Nueva Colonia se alinea con estas tendencias, especialmente al integrar herramientas digitales, formación comunitaria y un enfoque étnico en la gestión del turismo.

¿Cuáles son las barreras de entrada y salida del mercado?

Importante y fundamental también en el mercado turístico de Urabá, tener en cuenta las barreras de entrada, las cuales incluyen:

La necesidad de inversiones iniciales significativas en infraestructura

La falta de recursos humanos calificado

La necesidad de superar la percepción negativa de la región.

Altos niveles de informalidad en la operación turística.

Las barreras de salida son más difíciles de cuantificar, pero podrían incluir:

La alta dependencia económica del turismo en algunas zonas de la región.

La dificultad para liquidar o reorientar inversiones en infraestructura física.

La escasa diversificación de alternativas laborales fuera del sector turístico.

Frente a estas barreras, el proyecto plantea estrategias de mitigación como la capacitación del talento local, alianzas institucionales, generación de empleo formal y la gestión participativa de los recursos.

El proyecto “Turismo con Identidad” demuestra ser viable y pertinente dentro del contexto actual del Urabá Antioqueño. Su enfoque comunitario, integrador y transformador le permite diferenciarse de otras ofertas en la región, respondiendo a necesidades reales del mercado y alineándose con las tendencias del turismo sostenible. A través de la articulación con actores locales, la digitalización del servicio, el fortalecimiento del tejido social y la puesta de valor del patrimonio cultural, el proyecto no solo es factible, sino también estratégico para el desarrollo económico y social de Nueva Colonia.

En síntesis, Urabá tiene un gran potencial turístico que debe ser aprovechado de manera sostenible y responsable para garantizar el desarrollo económico y social de la región. Para ello,

es necesario abordar los desafíos de la seguridad y la sostenibilidad, así como fomentar la participación de las comunidades locales en el desarrollo de este sector. Tener en cuenta también que el alto índice de informalización de empleos y la falta de implementación de una estrategia de seguridad en la región, afectan, entre otros aspectos, la sostenibilidad en el mediano plazo, con graves repercusiones en la economía de la región.

Estrategia de Marketing

Objetivo General

Posicionar a Nueva Colonia como un destino turístico comunitario, que permita visibilizar la zona y dar a conocer el potencial de experiencias auténticas sostenibles y culturales que esta puede brindar.

Público Objetivo

Turistas nacionales e internacionales Se estima la importancia de llamar la atención de jóvenes entre los 18 y 30 años, pero también de los adultos entre los 30 y 60 años con intereses de conocer lugares nuevos y vivir experiencias que puedan recordar siempre de manera positiva.

Operadores turísticos o agencias de viaje: Es importante tener la atención de empresas dedicadas al ecoturismo y al turismo rural, ya que esto permite que estas siempre presenten como opción interesante a los visitantes, al tiempo que permiten la visibilidad de la zona dentro de sus plataformas digitales, lo cual puede atraer a personas al lugar.

Bloggeros y Creadores de contenido

Este público es importante de atraer, debido a que en la actualidad las redes se volvieron fundamentales para la vida cotidiana, lo que permite obtener una gran presencia e influencia durante la toma de decisiones, en este caso influiría para visitar el lugar.

Propuesta de valor

Nueva Colonia es un destino auténtico, donde el turismo se vive con el corazón. A través de su riqueza natural, su herencia afrodescendiente y la calidez de su gente, este territorio ofrece una experiencia transformadora que conecta a los visitantes con la esencia de Colombia real y profunda.

Aquí, cada recorrido, es una historia, cada plato típico una tradición, y cada encuentro una oportunidad de aprender, sentir y construir lazos con una comunidad resiliente que abre sus puertas al mundo. Más que visitar un lugar, el viajero se convierte en parte de una vivencia colectiva que impulsa el desarrollo local, la memoria y la sostenibilidad.

Propuesta de estrategias de Marketing Detalladas

Desarrollo de la Marca

Crear una marca que refleje la autenticidad e identidad cultural y natural que tiene Nueva colonia, de manera que permita ver este lugar como una zona llamativa e interesante para el público, creando consigo un logotipo y un eslogan que sean memorables y permitan ser identificados de manera más fácil.

Contenido Digital

La presencia en las zonas digitales en la actualidad es vital para ser recorrido, por lo que resulta fundamental la creación de páginas web y perfiles en redes sociales, lo que ayuda a obtener una visibilidad en un gran nivel, siempre y cuando estas sean manejadas de maneras creativas y activas.

Para que este método funcione, es muy importante mantener un contenido de alta calidad, fotografías, videos, relatos, entre otras publicaciones, para así brindar conocimientos que permitan destacar las riquezas de la zona, la autenticidad de su cultura, comunidad y sus alrededores.

Alianzas y Colaboraciones

Para el crecimiento potencial del proyecto, es fundamental acuerdos de colaboraciones con operadores turísticos o agencias de viajes, ya que esto permite estas puedan brindarle un reconocimiento progresivo, estas Alianzas permiten dar un reconocimiento a Nueva Colonia

como un lugar ecoturístico, el cual podrían tener presente en su catálogo.

Organizar eventos y actividades culturales: Es importante tener presente que la práctica de actividades y eventos en la zona, de alguna manera vuelve llamativo el lugar, debido a que esto hace un llamado a la participación de otras personas a estas, dentro de este tipo de actividades podemos evidenciar las ferias, concursos culturales, demostración del países entre otras.

Tabla 1

Plan de Acción

Desarrollo de la marca y contenido digital	2 meses
Lanzamiento de campañas de promoción en redes o vallas publicitarias	3 meses
Establecer alianzas y colaboraciones beneficiosas para la marca	4 meses
Crear eventos y actividades	6 meses

Presupuesto

Desarrollo de la marca y contenido digital: \$5.000.000

Promoción en redes sociales: \$3.000.000

Alianzas y colaboraciones: \$2.000.000

Eventos y actividades: \$10.000.000

Nota. Detalla el cronograma de actividades a 6 meses

Tabla 2*Cronograma de desarrollo*

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes 6
Desarrollo de marca y manual visual	✓	✓				
Sitio web y redes sociales, campañás de promoción en redes	✓	✓	✓			
Establecimiento de alianzas	✓	✓	✓	✓		
Organización de eventos y experiencias	✓	✓	✓	✓	✓	

Nota. Describe un cronograma de desarrollo a 6 meses

En resumen, la estrategia de marketing del proyecto de turismo comunitario en Nueva Colonia incluye desarrollo, tecnología, promoción y vivencia sustentables y culturales. Una narrativa genuina y la intervención activa de la comunidad no solo va a atraer a los turistas al lugar, sino que también proporcionarán beneficios reales y a largo plazo para la población local.

Modelo CANVAS

Análisis del Modelo CANVAS

El modelo CANVAS. Desarrollado para el proyecto de ecoturismo comunitario en nueva Colonia, constituye nuestra estructura estratégica sólida que permite consolidar esa iniciativa como alternativa viable y sostenible y desarrollo local. Esta propuesta se basa en el diseño y la implementación de experiencias turísticas auténticas que integran la riqueza natural. La identidad cultural y la participación de la Comunidad.

El portafolio de servicios incluye actividades como senderismo, gastronomía tradicional, talleres culturales y alojamiento rural, lo cual permite ofrecer una vivencia transformadora y con sentido social. El modelo identifica segmentos claves como turistas, consientes, instituciones educativas y empresas interesadas en el turismo con enfoque comunitario y sostenibles.

Así mismo, plantea canales de comunicación efectivos como WhatsApp, Business, redes sociales y plataformas digitales, complementados con alianzas locales e institucionales que fortalecen en su operación, visibilidad y escala. Escalabilidad las fuentes de ingreso son diversas y se combinan con una estructura de costos diseñada. Para garantizar la rentabilidad y la sostenibilidad, priorizando siempre el talento local y la apropiación del territorio. En conjunto, este modelo de negocio refleja el compromiso de la Comunidad de nueva Colonia con la construcción de un turismo participativo, transformador y alineado con los principios del desarrollo sostenible.

Socios Claves

Los socios claves identificados son instituciones públicas como la alcaldía de turbo y la Secretaría de Desarrollo económico. Entidades privadas como Puerto Antioquia, hoteles y cooperativas de transporte y actores comunitarios como artesanos, emprendedores gastronómicos

y organizaciones locales. Este ecosistema de alianza garantiza respaldo institucional, soporte logístico y sostenibilidad social. Las reservas naturales también se incluyen como aliados estratégicos, en tanto son el escenario principal de la oferta ecoturística.

Estas alianzas permiten generar una red sólida de apoyo para la ejecución del proyecto. Movilizar recursos. Y facilitar procesos legales y logísticos. La articulación con instituciones educativas, ONG ofrece oportunidades de formación y proyección social. Este es una herramienta clave para el éxito del modelo de turismo comunitario en Nueva Colonia.

Actividades claves

Las actividades estratégicas del proyecto incluyen el desarrollo de productos turísticos con identidad local, la promoción digital, la capacitación continua del talento humano y la evaluación constante de la experiencia. Se prioriza el fortalecimiento de rutas locales, talleres vivenciales y espacios comunitarios como eje de la experiencia turística que le permitan a los visitantes disfrutar de una experiencia nunca vista en otra región debido a la pluriculturalidad que encontrará en Nueva Colonia.

Estas actividades no solo van a garantizar una calidad en el servicio, sino que también nos permitirá tener sostenibilidad de la propuesta en el tiempo invertido en el desarrollo del talento local y el mejoramiento constante permita adaptarse a las necesidades del mercado, construir una marca sólida que permita ofrecer productos y servicios de calidad a todo aquel que lo necesite, de manera que no solo se vea reflejado en ingresos económicos para la empresa, sino que fortalezca la economía local de Nueva Colonia.

Propuesta de Valor

La propuesta de valor del proyecto de ecoturismo en Nueva Colonia se fundamenta en ofrecer experiencias auténticas, transformadoras y sostenibles, construidas desde la identidad

cultural y natural del territorio, con la participación de su Comunidad. Se trata de una iniciativa que va más allá del turismo tradicional al poner en el centro el bienestar colectivo, la memoria histórica y el respeto por el entorno que aquí prevalece. Nueva Colonia cuenta con un legado cultural afrodescendiente profundamente arraigado, una riqueza natural privilegiada con paisajes, senderos, biodiversidad y tradiciones vivas, además, una mezcla pluriétnica de todas las poblaciones que han llegado a ese territorio de los departamentos cercanos como el Chocó, Córdoba, Bolívar y cualquier zona del país que las personas no creerían, pero transforman la cultura y la tradición de este entorno sea distinta a cualquier otro territorio Afrodescendiente. Es una comunidad resiliente que ha transformado sus desafíos sociales en oportunidades de desarrollo. El proyecto se propone hacer visible ese potencial a través de rutas culturales, experiencias gastronómicas, caminatas ecológicas, talleres comunitarios, hospedajes rurales y espacios de interacción social diseñados con y para la gente del territorio. Donde el eje fundamental sea que la economía local del territorio se desarrolle.

Elementos diferenciadores de la propuesta

Turismo con identidad: Una actividad que refleja las raíces culturales de Nueva Colonia, permitiendo al visitante conocer su historia de lucha, sus sabores, sonidos, paisajes y saberes.

Participación comunitaria. La Comunidad es protagonista. En la creación, operación y mejora continua del servicio turístico, generando empleo, formación y sentido de pertenencia.

Experiencia personalizada e inmersiva el visitante puede vivir la cotidianidad del territorio, compartir con sus habitantes, participar en prácticas locales y disfrutar de un entorno poco intervenido.

Compromiso con la sostenibilidad. Todas las experiencias están diseñadas con criterios éticos, ambientales y sociales que promueven el respeto por el medio ambiente y los derechos de

la comunidad anfitriona. Valor emocional y educativo, la propuesta no solo entretiene, sino que es, sensibiliza, enseña y deja una huella significativa en quienes la viven.

Hoy la esencia del proyecto es ofrecer más que un destino turístico, una vivencia con propósito que conecta al visitante con el alma del territorio y genera beneficios tangibles e intangibles para sus pobladores. Esta propuesta de valor se convierte así. En el principal activo del emprendimiento, capaz de posicionarlo como una alternativa real de desarrollo local y de turismo consciente en subregión de Urabá, en el departamento de Antioquia.

Relación con los Clientes

Se centra en construir vínculos basados en la confianza, la cercanía, la participación y la experiencia significativa. La naturaleza del turismo comunitario exige ir más allá de una transacción comercial. Implica establecer una conexión emocional entre los visitantes y el territorio mediada por la comunidad anfitriona. Esta relación se estructura en 3 niveles.

Asistencia personalizada

Desde el primer contacto con el visitante, ya sea de manera digital, a través de las páginas web o WhatsApp, o de manera presencial, se ofrece una atención directa, amable y orientada a resolver sus dudas, personalizar su experiencia de acuerdo con sus gustos. El tiempo que estará en el territorio y orientada a resolver sus dudas, personalizar su experiencia y garantizar comodidad y seguridad. Durante el recorrido se brinda acompañamiento constante por parte de guías locales formados. No solo en contenido turístico, sino también en empatía, pedagogía y servicio. Después de la visita se mantiene el vínculo mediante mensajes de agradecimiento, encuestas de satisfacción, posible futuras experiencias y ofrecerle paquetes de descuentos y ofertas que lo animen a seguir vinculado. con el territorio, con la empresa y en este caso, que sea el portavoz para que otras personas se animen vivir la experiencia.

Modelo autoservicio digital

Reconociendo las tendencias actuales del turismo, el proyecto también habilitará canales de autoservicio en línea páginas web, redes sociales, WhatsApp, donde el cliente podrá no solo consultar, cotizar, reservar y pagar sus experiencias de manera autónoma, sino que recibir información y contenido que lo hagan sentir. que ya está en territorio sin haber vivido la experiencia, esto favorece la agilidad a la mejora de la experiencia del usuario y proyecta una imagen profesional del servicio.

Espacios de CO creación y retroalimentación

Uno de los diferenciadores clave de esta propuesta es que e invita a los visitantes a ser parte activa de la experiencia a través de dinámicas como un cuaderno de viaje que le permita tener imágenes, mensajes, historias propias de lo que vive en el territorio, una retroalimentación colectiva, actividades colaborativas como cocinar con personas propias del territorio, sembrar un árbol o compartir saberes, se escriben una relación emocional y transformadora que nunca va a olvidar. Este turista no solo va a consumir una experiencia, sino que va a construir una.

En conclusión, la relación con los clientes en este modelo de negocio específico no es superficial ni fugaz, es un vínculo real que se hace basado en el respeto de la autenticidad, la participación mutua. Esto va a generar fidelización, el marketing de boca en boca, como lo llamamos en territorio la reputación del proyecto y la posibilidad de consolidar una Comunidad de viajeros conscientes que regresen, recomienden y se conviertan en aliados del desarrollo local de Nueva Colonia.

Segmentos de Clientes

El proyecto de ecoturismo en nueva Colonia reconoce la importancia de definir y comprender claramente a sus públicos objetivos para ofrecer experiencias personalizadas,

relevantes y sostenibles. A partir del análisis territorial y de mercado. Se han identificado varios segmentos de clientes estratégicos agrupados según sus características, intereses y comportamientos y consumo.

Turistas nacionales e internacionales

Con interés en experiencias culturales y de naturaleza es el principal segmento del proyecto se trata de viajeros que busquen conocer lugares con autenticidad, conocer comunidades y conectar con ellas, aprender de otras culturas y disfrutar de la diversidad, son personas que valoran las experiencias responsables y están dispuestas a pagar por servicios que generen un impacto positivo en los territorios. Dentro de este grupo se incluyen mochileros, parejas, familias y adultos mayores con conciencia ambiental y social.

Ecoturistas, senderistas y cicloturista

Este es un grupo está conformado por personas que viajan con el propósito específico de explorar entornos naturales, realizar caminatas ecológicas, avistar aves, hacer ciclismo rural o capturar momentos y fotografías paisajísticas. Este público requiere servicios seguros, rutas bien señalizadas, guías especializadas y experiencias que combinen aventura con interpretación ambiental.

Instituciones educativas y académica

Los colegios, universidades y los centros de formación técnico profesional interesado en experiencias pedagógicas, culturales y ambientales para sus estudiantes. Este segmento busca espacios para salidas académicas, pasantías, salidas de campo o prácticas de aprendizaje experiencial. También representa la oportunidad para ofrecer paquetes grupales y fortalecer el componente formativo del proyecto.

Entidades públicas ONG organizaciones de cooperación

Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que apoyan procesos de desarrollo local, turismo comunitario, educación ambiental o inclusión social. clientes institucionales al contratar servicios turísticos, eventos o procesos de sensibilización sobre los territorios en los que hacen presencia.

Empresas o colectivos con enfoques de bienestar

Son empresas que buscan desarrollar actividades de integración, retiros corporativos o acciones de responsabilidad social empresarial. Este grupo puede contratar paquetes turísticos como parte de su estrategia de bienestar laboral, formación en sostenibilidad o voluntariado corporativo. Buscan unas experiencias auténticas, pero con un propósito diferenciador que les permita no solo tener contentos a sus empleados. Sino también dejar huella social.

En síntesis. esta segmentación permite al proyecto no solo construir una oferta diversa que, sino que sea escalable y que se pueda adaptar a distintos públicos al entender los intereses y las necesidades de cada segmento. Podemos desarrollar productos específicos, estrategias de comunicación personalizadas y servicios que generen satisfacción fidelización, asegurándonos de la sostenibilidad económica y el impacto social del emprendimiento, así como la durabilidad.

Canales

Los canales de comunicación, distribución y atención son fundamentales. Para conectar al proyecto en sus diferentes segmentos de clientes, en el caso de ecoturismo en Nueva Colonia, se ha diseñado una estrategia multicanal que no solo integra los medios digitales presenciales y tradicionales, con el fin de garantizar la sensibilidad, visibilidad y cercanía con los usuarios desde el momento del primer con. Contacto hasta el servicio postventa.

Canales digitales

Los medios digitales representan la principal herramienta de promoción y reserva en ese proyecto, especialmente por su bajo costo, amplio alcance y la creciente digitalización del sector turístico, los canales claves serán:

Redes sociales

Facebook Instagram, YouTube, TikTok utilizadas para mostrar la experiencia en tiempo real, publicar contenido visual atractivo, interactuar con seguidores, captar nuevos visitantes y consolidar una comunidad digital en torno al turismo con identidad.

WhatsApp Business, Plataforma Central para la atención directa, el envío de catálogos de servicios, la gestión de reservas, consultas frecuentes y el seguimiento a los visitantes. Este canal permite una relación más cercana y flexible con los usuarios.

Sitio web oficial: Diseñado como un espacio informativo, funcional e interactivo, contendrá la presentación del proyecto, el portafolio de servicios, galería multimedia, medios de pago en línea, formularios de contacto y acceso a mapas de ruta y recomendaciones turísticas. Permitirá gestionar la experiencia desde cualquier parte del Mundo.

Canales presenciales y de contacto físico

Además de los medios digitales, el proyecto prevé canales que faciliten el contacto directo con visitantes potenciales y aliados estratégicos. Además de los medios digitales, el proyecto prevé canales que faciliten el contacto directo con visitantes potenciales y aliados estratégicos.

Ferias turísticas y eventos culturales. Esos espacios permiten visibilizar el proyecto ante un público especializado, fortalecer la marca turística y establecer relaciones con agencias, entidades y organizaciones afines.

Alianzas estratégicas como canal directo. El proyecto contempla establecer alianzas con agencias de viajes sostenibles, plataformas de turismo alternativo, instituciones educativas, cooperativas y fundaciones que ya tienen contacto con el público objetivo. Estas alianzas funcionarán como canales indirectos de difusión y comercialización, facilitando la llegada de grupos organizados por voluntarios, estudiantes o viajeros conscientes.

La estrategia de canales del proyecto combina herramientas digitales modernas con presencia territorial e institucional. Esta combinación garantiza que la oferta turística llega a sus públicos de forma clara, atractiva, al tiempo que refuerza la identidad del proyecto, su profesionalismo y su sostenibilidad cooperativa. Dando así un foco para que ninguno de nuestros segmentos de clientes se quede sin información que permita que en el futuro sean clientes.

Recursos claves

El éxito del proyecto de ecoturismo comunitario en Nueva Colonia depende en gran medida de los recursos disponibles para diseñar, ofrecer y mantener una experiencia turística de calidad, sostenible e inclusiva estos recursos no solo deben garantizar la operación del proyecto, sino también reflejar su identidad comunitaria, su compromiso con la sostenibilidad, y su capacidad de innovación. Para este modelo se han clasificado los recursos claves en cuatro categorías, humanos, físicos, culturales y digitales.

Recursos Humanos

Es la principal fortaleza del proyecto. En su capital humano comunitario, los guías turísticos, los cocineros tradicionales, los artesanos, los narradores orales, los jóvenes emprendedores y los líderes sociales del territorio son quienes, con sus conocimientos, historias, habilidades, harán posible que la experiencia turística tenga un sello auténtico y emocional. Su formación, su compromiso y su participación son esenciales para el éxito del proyecto. Además,

se contempla vincular el personal de apoyo en logística, Atención al Cliente, administración y sostenibilidad ambiental, que también sean propios del territorio.

Recursos físicos y logísticos

El proyecto hace uso de espacios estratégicos dentro del territorio como senderos ecológicos, cocinas comunitarias, alojamientos rurales, miradores naturales, plazas públicas y centros culturales. Esos lugares serán adecuados para garantizar comodidad, seguridad y atractivo turístico. También se requerirá dotación de elementos como mobiliario, señalización, utensilios de cocina, medios de transporte, materiales para talleres, baños ecológicos y equipos de primeros auxilios.

Recursos culturales e identitario

Uno de los valores diferenciales del proyecto, de su capacidad de ofrecer experiencias con identidad para ello se apoyará en recursos intangibles como los saberes ancestrales, las prácticas tradicionales, la historia oral, las festividades afrocolombianas, la música, la gastronomía típica, las expresiones artísticas locales, elementos que lo requieren de grandes inversiones, pues son el corazón de la propuesta turística.

Recursos digitales y tecnológicos

Para garantizar la promoción, la comercialización, la relación con los clientes el proyecto se apoya en recursos tecnológicos como una página web funcional, redes sociales, WhatsApp, plataformas de pago digital, software de reservas. También se consideran herramientas para la creación de contenido visual. Como fotografías, video, diseño gráfico, así como dispositivos telefónicos o computadores para el equipo administrativo, esos recursos permitirán proyectar profesionalismo, facilitar la gestión operativa del proyecto y posicionar la marca.

Los recursos claves del proyecto no solo responden a necesidades operativas, sino que representan el compromiso con la identidad, a la sostenibilidad y el desarrollo territorial. Su adecuada gestión, articulación, fortalecimiento continuo será fundamental para lograr un modelo de turismo comunitario de exitoso replicable y perdurable en el tiempo.

Estructura de costes

La estructura de costo del proyecto de ecoturismo comunitario nueva Colonia contempla todos aquellos gastos necesarios para poner en marcha, operar y hacer sostenible la iniciativa en el tiempo extra. Esa estructura ha sido diseñada con un enfoque realista y responsable.

Considerando el contexto territorial, la capacidad comunitaria y la naturaleza progresiva del proyecto, los costos se han clasificado en 5 categorías, los costos fijos, variables de inversión inicial, expansión y cumplimiento legal.

Costos fijos

Corresponden a aquellos gastos que ven a asumirse de manera periódica, sin importar la cantidad de visitantes que se reciba. Estos incluyen honorarios o salarios del personal base, como son guías turísticos, los cocineros comunitarios, los gestores logísticos o administrativos, los servicios públicos de los espacios con agua, energía e Internet, el mantenimiento preventivo de las rutas, la señalización, los alojamientos y los mobiliarios. Las pólizas de seguros de accidente, responsabilidad civil e infraestructura, los costos de gestión administrativa, contabilidad básica y coordinación general.

Los costos variables

Estos gastos dependen del número de visitantes y del tipo de servicios contratados. Pueden ajustarse según las temporadas altas o bajas. Incluyen los insumos para la preparación de alimentos, los ingredientes, los utensilios y demás los materiales para los talleres vivenciales. O

actividades culturales, el transporte interno para los recorridos y traslados comunitarios, el personal eventual en picos de alta demanda.

Inversión inicial

Se refiere a esos costos de implementación del proyecto en su fase de apertura. Esto incluye la adecuación de los senderos y la señalización preventiva, la compra de los mobiliarios como mesas, sillas, estanterías, la dotación de cocinas tradicionales, comedores y puntos de atención, los equipos básicos de primeros auxilios. Seguridad y herramientas y el diseño y puesta en marcha de la página web, perfiles digitales y catálogos.

Costos de expansión

Pensado para el crecimiento a mediano plazo del proyecto, comprenden el desarrollo de nuevas rutas o paquetes turísticos temáticos, la producción de material audiovisual profesional y multilingüe, formación avanzada en idiomas, hospitalidad, sostenibilidad y manejo de plataformas digitales y la ampliación de la infraestructura turística.

Cumplimiento legal y normativo

Considera. Los gastos asociados a operar legalmente de forma segura en el sector turístico, tales como las licencias y permisos turísticos, la afiliación a Cámaras de Comercio, asociaciones de turismo comunitario, protocolos de bioseguridad, salud ocupacional y prevención de riesgo, y trámites para el uso legal de espacios públicos o reservas naturales.

La estructura de costos del proyecto ha sido diseñada como una visión escalonada y flexible, permitiendo iniciar con recursos básicos pero sólidos e ir creciendo progresivamente según la respuesta del mercado y las capacidades de la Comunidad. Un equilibrio adecuado entre ingresos, gastos e inversión social garantizará la sostenibilidad del del emprendimiento y su impacto positivo a largo plazo.

Fuentes de ingreso:

El negocio del proyecto de ecoturismo nueva colonia se sustenta en un esquema de ingresos diversificado y escalable, pensado para garantizar la sostenibilidad económica del proyecto, al mismo tiempo que contribuir a la economía local y que sea de manera equitativa para la Comunidad. Cada fuente de ingresos ha sido diseñada para responder a los segmentos de clientes identificados y al portafolio de servicios que se ofrece desde el territorio.

Paquetes turísticos integrales

Son la principal fuente de ingresos del proyecto. Estos paquetes pueden incluir recorrido por ruta ecoturística, alojamientos en casas rurales, alimentación tradicional, talleres vivenciales de danza, cocina, artesanía y actividades culturales. Se ofrecerán en versiones básicas, medias y premium, dependiendo del nivel de personalización y duración. Que el cliente solicite.

Venta de productos y artesanías locales

Durante las visitas, los turistas tendrán la posibilidad de adquirir productos elaborados por la Comunidad, como alimentos procesados, bebidas tradicionales, artesanías en maderas, tejidos o cerámicas. Esta venta no solo genera ingresos directos, sino que fortalece el emprendimiento individual de los habitantes.

Los servicios individuales

Son para clientes que no deseen adquirir paquetes completos. Son servicios que serán ofrecidos por separado de alimentación, transporte, hospedaje y guías especializadas o talleres específicos. Esta flexibilidad facilita la inclusión de diferentes perfiles de clientes y niveles de ingreso.

Actividades complementarias y eventos especiales

El proyecto podrá organizar caminatas temáticas, encuentros culturales, festivales comunitarios, eventos corporativos con enfoque social y programas de voluntariado turístico. Estas actividades generan ingresos adicionales y fortalecen el posicionamiento del proyecto.

Alianza con entidades públicas y privadas

Algunas fuentes de ingreso pueden venir de la contratación de servicios turísticos por parte de instituciones educativas o n g de entidades del sector público en el marco de proyectos educativos, ambientales o de responsabilidad social. Se proyecta un margen de rentabilidad del 20 al 30% sobre los costos operativos con reinversión comunitaria progresiva para garantizar la sostenibilidad. Social del modelo.

El modelo de negocio basado en el canvas para el proyecto de ecoturismo comunitario nueva Colonia representa una propuesta coherente, sostenible e innovadora, construida es de y para el territorio a través de una oferta turística con identidad canales de comunicación accesibles. Recursos Humanos y culturales sólidos y una estructura de ingresos diversificada, el proyecto busca consolidarse como una alternativa real para el desarrollo local.

Cada 1 de los 9 bloques del Canvas ha sido diseñado estratégicamente para fortalecer la participación comunitaria, fomentar el empoderamiento económico, promover la conservación ambiental y mejorar la calidad de vida de los habitantes. Además, responde a las dinámicas actuales del turismo sostenible y a las oportunidades derivadas del crecimiento del sector. En el Urabá Antioqueño, este modelo no solo planta un camino viable para la operación turística nueva colonia, sino que también ofrece una herramienta replicable para otros territorios con potencial cultural y natural que deseen desarrollar turismo responsable desde una perspectiva comunitaria.

Figura 4

Modelo CANVA

ECOTURISMO EN NUEVA COLONIA

<p>Socios claves</p> <ul style="list-style-type: none"> Alcaldía de Turbo y secretaria de desarrollo económico. Puerto Antioquia y Fundaciones del entorno Hoteles y cooperativas de transporte local. Emprendimientos locales de artesanías, comidas, productos locales y demás. Instituciones educativas, ONGS y más. Reservas naturales y lugares turísticos de las zonas donde se pueda hacer turismo. 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de productos turísticos con identidad Promoción y posicionamiento digital Capacitación constante al talento local Evaluación, mantenimiento y mejora de propuesta local. 	<p>Propuestas de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> Experiencias auténticas que mezclan cultura, naturaleza y tradición. Portafolio amplio, que incluye gastronomía, senderismo, talleres culturales. Personal capacitado, amable y propio del territorio. Promesa de una experiencia transformadora e inolvidable. Valor agregado en cada servicio lleno de historia e identidad. 	<p>Relación con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> Asistencia con los clientes, antes, durante y después del viaje. Modelo de autoservicio online Espacios de cocreación con ellos. 	<p>Segmentos de clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> Turistas nacionales e internacionales interesados en turismo y cultura. Nichos como ecoturistas, caminantes y viajeros. Mercados de masa como escuelas, empresas, investigadores y mas. Institucional, entidades interesadas en turismo con enfoque social. Empresarial, entidades corporativas con interés turísticos.
<p>Estructura de costes</p> <ul style="list-style-type: none"> Costos fijos: Salarios, seguros, mantenimiento, servicios. Costos variables: Insumos, logística, alimentación, transporte. Inversión inicial: Adecuación de rutas, señalización, mobiliario. Expansión: Desarrollo de nuevos productos, capacitación del talento humano. Cumplimiento legal: Licencias, permisos y protocolos de seguridad. 		<p>Fuentes de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> Paquetes turísticos personalizados según el interés del cliente. Venta de productos y artesanías locales Margen de ganancia entre el 20 y 30% sobre el total de ingreso Actividades complementarias, como talleres, mentorías, experiencias inmersivas, recorridos y mas. Venta directa de servicios turísticos que incluyen alimentación, transporte y hospedaje. 		

Nota. Autoría propia

Proyección Operativa y Financiera

El proyecto de Turismo con Identidad: Emprendimiento Social para la Dinamización Económica y Cultural de Nueva Colonia dispondrá de un local comercial como sede principal, inicialmente en arriendo, ya que después la idea es adquirir un local propio.

El turismo comunitario en Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, consolidándose como una alternativa sostenible y generadora de ingreso para las comunidades locales. Según datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, al cierre del 2024 el país registró ingresos por más de 10,082 millones de dólares en conceptos de viajes y transportes aéreos de pasajeros, lo que representa un crecimiento del 12.8% frente a 2023, este auge se ha visto reflejado en el incremento del número de visitantes extranjeros alcanzando casi 7 millones en 2024 con un aumento del 9% respecto al año anterior, por lo que Colombia se posiciona como un destino altamente atractivo.

En la actualidad, la visibilidad geográfica de un lugar en plataformas digitales es fundamental. Localizarlo correctamente en el mapa no solo facilita el acceso, sino que también incrementa su reconocimiento público. Esto permite que más personas descubran y valoren su cultura, sus atractivos y los aspectos positivos que ofrece. La presencia continua del lugar en redes sociales y medios digitales contribuye a posicionarlo como un destino accesible y de interés, fortaleciendo su identidad y proyección a nivel regional o global.

Este compendio de ideas deja ver un interés marcado por hacer del turismo un motor para el progreso de la comunidad, dejando atrás la simple noción de actividad lucrativa.

De entrada, el poner en marcha protocolos de turismo responsable y sostenible manifiesta un afán por proteger el ambiente y honrar a las comunidades que reciben a los turistas. Con esta acción se intenta fijar reglas claras para todos los que participan en el turismo, impulsando así

una vivencia segura, atenta y que cuide el planeta. En la actualidad, la visibilidad geográfica de un lugar en plataformas digitales resulta esencial. Ubicar correctamente un destino en mapas digitales no solo facilita el acceso físico, sino que también incrementa su reconocimiento público. Esta estrategia permite que un mayor número de personas descubran y valoren su cultura, sus atractivos y las cualidades positivas que ofrece. Además, la presencia constante del lugar en redes sociales y medios digitales contribuye a posicionarlo como un destino accesible y atractivo, fortaleciendo su identidad local y su proyección tanto a nivel regional como global.

Capacidad Instalada

Se proyecta que la empresa inicie con una oficina principal donde los turistas puedan hacer parada técnica en Nueva Colonia antes de empezar a hacer recorridos turísticos con el fin de integrarlos con un poco de historia y reconocimiento del mismo, ya que nuestro fuerte será vincular a 3 no enfocarnos en alojarlos en nuestras instalaciones.

Tabla 3

Capacidad instalada

Conceptos	Unidad de medida
Oficina-Sede Principal	60 m ²
% de espacio utilizado:	100%

Nota. Muestra dimensión de la primera oficina de la empresa

Ficha Técnica del Servicio

Nuevas colonia corregimiento de Turbo Antioquia en el Urabá, se perfila como un territorio con alto potencial para el desarrollo del turismo comunitario, con una población de más de 20,000 habitantes y una rica diversidad cultural y natural la región ha sido objeto de

intervenciones integrales que mejoran la calidad de vida de sus habitantes. El proyecto “juntos por Urabá” liderado por grupo Argos y otras organizaciones ha beneficiado más de 800 personas mediante el mejoramiento de vivienda, acceso a agua segura y el fortalecimiento de la infraestructura comunitaria y las demás obras que se proyectan en el futuro, además la construcción de Puerto Antioquia en Nueva Colonia, uno de los megaproyectos más importantes del país generará más de 3000 empleos alrededor y posicionará a la región como un nodo logístico. Claro este desarrollo junto con la riqueza natural del territorio abra oportunidades para el ecoturismo, el avistamiento de aves y la promoción de la cultura local, consolidando a Nueva Colonia como un destino emergente en el panorama turístico nacional

En resumen, el crecimiento del turismo en Colombia y las iniciativas de desarrollo en Nueva Colonia Crean un entorno propicio para la implementación de proyectos de turismo comunitario que impulsan el desarrollo sostenible y la inclusión de la región.

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

Debido a que inicialmente la empresa se encargara de ofrecer servicios turísticos se prioriza que se puedan obtener implementos para que estos sean de calidad, además de poder tener un local físico donde hacer parada técnica en territorio, este debe cumplir con todos los lineamientos legales que permitan un funcionamiento optimo y de calidad. Estos se detallan en las siguientes tablas.

Tabla 4*Equipos de oficina*

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesas plegables	4	\$150,000	\$600,000
Señalización turística	15	\$20,000	\$300,000
Botiquín de primeros auxilios	3	\$150,000	\$450,000
Sillas plásticas	20	\$50,000	\$1,000,000
Mesas plegables	4	\$150,000	\$600,000
Extintores	2	\$180,000	\$360,000
Linternas o faroles	6	\$50,000	\$300,000
Chalecos reflectivos	6	\$30,000	\$180,000
Capas impermeables	6	\$40,000	\$240,000
Guías impresas/mapas	100	\$5,000	\$500,000
Carpa tipo toldo	2	\$300,000	\$600,000
Kit de herramientas básicas	1	\$250,000	\$250,000
Bombillos/lámparas solares	4	\$60,000	\$240,000
Dominio y hosting web	1	\$250.000	\$250,000
Servicio de diseño/redes sociales (mensual)	6	\$300.000	\$1,800,000

Nota. Describe necesidades básicas de la oficina

Procesos Preoperativos

Antes de empezar a ofrecer servicios a través de la empresa se deben tomar en cuenta todas las herramientas necesarias para garantizar la calidad y seguridad de la misma, de manera que se tome en cuenta todos los lineamientos, legales, ambientales y normativos vigentes

ayudando a minimizar riesgos de ilegalidad y por el contrario garantizar transparencia en todo momento en el servicio. Para ello se detalla a continuación el proceso a seguir.

Creación de empresa

Registro ante cámara de comercio

Obtener cuenta bancaria institucional

Registro como prestador de servicios de turismo ante la RNT

Registro en la secretaria de desarrollo económico de Turbo

Permisos ambientales para rutas ecológicas ante CORPOURABA

Licencia de funcionamiento y seguridad ante los bomberos.

Obtener pólizas de seguro para empleados, visitantes e infraestructura.

Los detallados anteriormente describen aquellos pasos necesarios de manera inicial para empezar a operar sin dejar de lado que también se debe organizar las adecuaciones físicas, entre otras las cuales se mencionan a continuación

Adecuación de punto físico con identidad cultural

Señalización de puntos ecológicos al mismo tiempo que lugares que hacen parte del portafolio de servicios de la empresa, restaurantes, hoteles, artesanos entre otros.

Elaboración del portafolio de servicios.

Organización y alianzas con grupos culturales y característicos del territorio para contenido de atracción

Definición de precios, rutas, entre otros.

Diseño de logotipo, estrategia de mercadeo, página web y redes sociales.

Capacitación y entrenamiento de personal de la empresa y aliados en atención a turistas y guianza.

Todo lo anteriormente mencionado nos permitirán tener una atención integral y de calidad capaz de ofrecer todo tipo de servicios y atender de manera adecuada a todos nuestros clientes.

Ventajas y Desventajas de la Localización

Este se desarrolla en Nueva Colonia en el distrito de Turbo, en la subregión de Urabá en Antioquia, un territorio cerca al golfo de Urabá y en una ubicación estratégica que actualmente se perfila como potencial de desarrollo económico, cuenta con una gran trayectoria social y cultural que le permite tener una identidad propia que lo hace único y diferente, a continuación, se muestra

Tabla 5

Ventajas y desventajas

Ventajas	Desventajas
Proximidad a Puerto Antioquia: Esto atrae personas con interés de conocer la infraestructura más importante del país actualmente.	Percepción de inseguridad: A pesar de los avances en materia de seguridad aún se tiene el estigma de ser una zona altamente insegura lo que podría generar barreras con los clientes.
Riqueza Natural del entorno: Manglares, reservas naturales, especies endémicas y más nutren a Nueva Colonia de un pote	Limitación de infraestructura turística: Es una zona en crecimiento que aún carece de una amplia gama de servicios por lo que la empresa tendría que consolidar alianzas solidas desde el inicio con las pocas opciones u optar por acomodación en casas en arrendamiento y demás.
Vías de acceso: Aunque es un corregimiento se cuenta con una vía de acceso en condiciones de transitabilidad conectando a Nueva Colonia con Turbo y Apartado, además de vías terciarias que lo conectan con veredas y territorios vecinos.	Clima: Al ser una zona tropical donde no se tienen temporadas establecidas de verano o invierno se debe prever alternativas en lugares cerrados o rutas que soporten la transitabilidad en épocas de lluvias,
Disposición comunitaria: Emprendedores con intención de articular y hacer alianzas	Conectividad digital baja: En algunas zonas del territorio la conectiva es deficiente por lo

	que se tendrían que establecer puntos de acceso para que los turistas se mantengan conectados.
Compromiso social: Interés de la comunidad por fortalecer los procesos sociales del territorio por lo que se facilita el Desarrollo de la iniciativa.	Falta de formación en turismo: Son pocas las personas que actualmente están capacitadas en esta área por lo que se optara por buscar alianzas con entidades académicas para formar al personal.

Nota. Se realiza un comparativo de la percepción inicial del territorio

Estructura de Costos

Se detalla los costos fijos, variables y directos, que se tendrán inicialmente en el proyecto, el cual nos garantizara un oportuno funcionamiento de la empresa en su fase inicial, estos se detallan a continuación:

Tabla 6

Estructura de costos

Tipo de costo	Descripción	Mensual	Anual
Costos fijos			
Renta	Alquiler de oficina/local	1'800,000	21'600,000
Salarios	Salario fijo de administrativos y guías turísticos	21'320.000	255'840,000
Servicio Públicos	Luz, gas, agua, alcantarillado	950,000	11'400.000
Conectividad	Internet, teléfono, televisión	200.000	2'400.000
Licencias y permisos	Permisos de operación y licencias locales	245,000	2'940.000

Marketing	Publicidad continua en página web, redes sociales física.	1'500.000	18'000.000
Total, Fijos		26'015.00	312'180.000
Costos variables			
Actividades turísticas	Pago a proveedores (Entradas a reservas, actividades y parques)	150.000	1'800.000
Total, variables		150.000	1'800.000
Costos indirectos			
Costos de viajes de prospección	Viajes de exploración, investigación de nuevas rutas y destinos turísticos	50.000	600.000
Total, indirectos		50.000	600.000
Costos directos			
Equipamiento de actividades		100.000	1'200.000
Equipamiento de seguridad		25.000	300.000
Total, directos		125.000	1'500.000
Total, costos		26'340.000	316'080.000

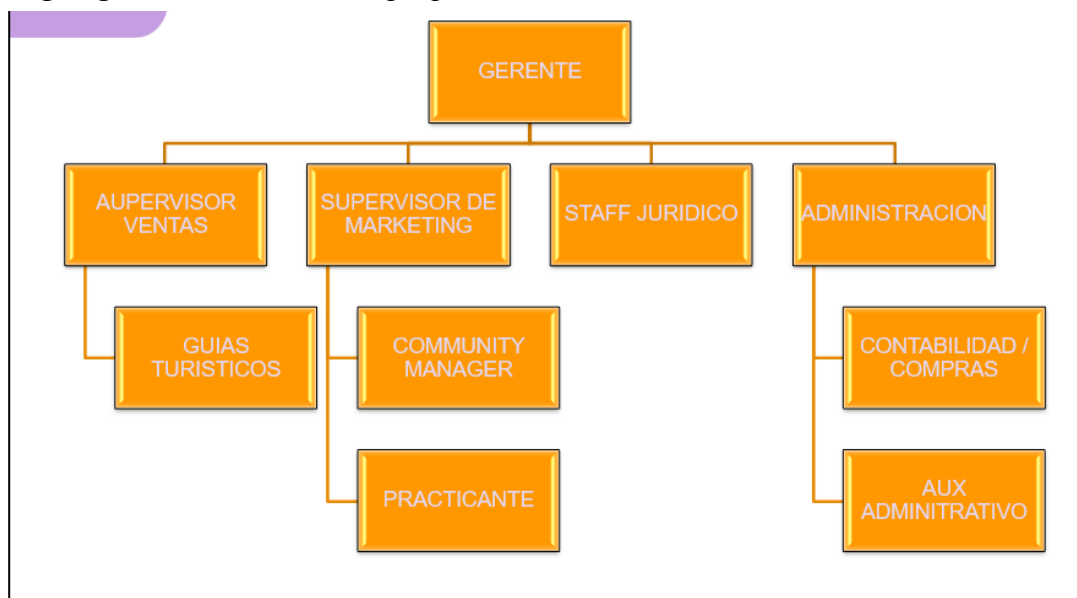
Nota. Describe la estructura de costos a detalle de la empresa

Equipo de Trabajo (Organigrama)

Se detalla inicialmente los roles que se requerirán para poner en funcionamiento la empresa, también se describe de manera clara y organizada los roles, salarios y funciones que tendrán

Figura 5

Organigrama de elaboración propia



Nota. Autoría Propia

Descripción de Roles

Gerente

Persona seleccionada y encargada de tomar decisiones estratégicas, coordinar todas las áreas y representar legalmente a la empresa, en cuanto a toma de decisiones y ejecución de estas

Perfil del Cargo. Profesional en áreas Administrativas o afines.

Experiencia mínima de 2 años como Gerente liderando equipos de Turismo o ventas intangibles

Conocimientos en liderazgo de equipos comerciales y funciones de interlocución con clientes.

Dominio de conceptos operativos y de negocio (MB, ebita, cov y demás).

Funciones:

Liderar, motivar y dirigir la gestión del equipo en el cumplimiento de metas y objetivos de la empresa

Desarrollar acciones que contribuyan a mantener ambientes de colaboración, disciplina y respeto en el equipo.

Controlar y medir periódicamente los objetivos definidos para el personal a cargo.

Evaluar de forma permanente y formal el desempeño del personal.

Proporcionar retroalimentación sobre objetivos, éxitos y aprendizajes a lograr por parte de los colaboradores.

Resolver conflictos, negociando y fidelizando al equipo a cargo.

Promover alcances y trabajo en equipo por encima de desempeños individuales.

Te ofrecemos:

Salario \$ 3.600.000 + Prestaciones legales vigentes

Contrato indefinido.

Ambiente laboral dinámico y multicultural.

Oportunidad de crecimiento y desarrollo profesional.

Salario emocional.

Horarios. Turnos de Lunes a viernes desde la 08:00 AM hasta las 15:00 PM.

Contador

Persona con capacidades y habilidades contables que estará enfocada en mantener, garantizar y administrar el capital de la empresa

Perfil del Cargo. Profesional en áreas contables o financieras.

Experiencia mínima de 4 años como llevando procesos contables de pequeños y medianos negocios

Dominio total de temas financieros (costos, gastos, ingresos, Gestión fiscal y tributaria, cámara de comercio y demás).

Funciones. Registrar todas las operaciones contables

Ejecutar los estados financieros de la empresa cada que aplique según la ley (balance general, estado de resultados, flujo de caja)

Supervisar el flujo de caja y la disponibilidad de fondos.

Garantizar el debido pago de nóminas y proveedores (Cada que aplique)

Liquidar prestaciones sociales (cesantías, primas, vacaciones, etc.).

Revisar los procesos contables y financieros para detectar errores o riesgos.

Te ofrecemos:

Salario \$ 2.500.000 + Prestaciones legales vigentes

Contrato indefinido.

Salario emocional.

Horarios. Turnos de Lunes a viernes desde la 08:00 AM hasta las 15:00 PM.

Jurídico

Persona con capacidades y habilidades contables que estará enfocada en mantener, garantizar y administrar el capital de la empresa.

Perfil del Cargo. Profesional en áreas contables o financieras.

Experiencia mínima de 4 años como llevando procesos contables de pequeños y medianos negocios

Dominio total de temas financieros (costos, gastos, ingresos, Gestión fiscal y tributaria, cámara de comercio y demás).

Funciones. Evalúa la legalidad de decisiones corporativas, contratos y operaciones y da el GO para las mismas

Elabora y revisa contratos comerciales, laborales, de arrendamiento, prestación de servicios, etc.

Identifica y previene posibles riesgos jurídicos en operaciones o decisiones estratégicas de los superiores

Asesora sobre contratación, terminación laboral, sanciones y cumplimiento de normas laborales.

Se anticipa a situaciones legales que puedan poner en riesgo la organización por tomas de decisiones

Te ofrecemos:

Salario \$ 2.500.000 + Prestaciones legales vigentes

Contrato indefinido.

Salario emocional.

Horarios. Turnos de Lunes a viernes desde la 08:00 AM hasta las 15:00 PM.

Supervisor de Ventas

Persona encargada de coordinar, apoyar y controlar el trabajo de los guías turísticos, esta persona deberá estar completamente capacitada para asegurar que los servicios turísticos

ofrecidos cumplan con los estándares de calidad, seguridad y satisfacción del cliente, según lo ofertado en las diferentes publicidades de la empresa.

Perfil del Cargo. Tecnólogo en comercio y Turismo en áreas Administrativas o afines.

Experiencia mínima de 2 años liderando equipos de Turismo o ventas intangibles

Conocimientos en liderazgo de equipos comerciales

Funciones. Coordinar los turnos, rutas y asignaciones de los guías según la programación de servicios.

Enseñar, Guiar y Supervisar el desempeño de los guías turísticos en campo o de forma remota

Ejecutar controles que permitan detectar y analizar retroalimentación de los clientes para mejorar el servicio

Reportar novedades, incidentes o mejoras al área de operaciones.

Apoyar la selección y vinculación de nuevos guías turísticos cuando sea requerido.

Te ofrecemos:

Salario \$ 2.000.000 + Prestaciones legales vigentes + Comisiones del 20% de lo vendido por los Guías asignados

Contrato indefinido.

Ambiente laboral dinámico y multicultural.

Oportunidad de crecimiento y desarrollo profesional.

Salario emocional.

Horarios. Turnos de Lunes a domingo desde la 08:00 AM hasta las 15:00 PM. Día de descanso rotativo

Guía Turístico

Persona encargada de asegurar acompañamiento, orientación y atención a los turistas durante recorridos, visitas guiadas o actividades programadas, proporcionando información veraz, interesante y segura sobre los destinos visitados, con el fin de garantizar una experiencia satisfactoria y enriquecedora.

Perfil del Cargo. Persona con experiencia en ATC y preferiblemente turismo

Experiencia mínima de 1 año

Funciones. Dar la bienvenida y orientar al grupo de turistas

Explicar desde el inicio del recorrido la dinámica del día, explicar el itinerario, normas de comportamiento, seguridad y uso del tiempo.

Conducir visitas guiadas

Ceñirse a los cronogramas asignados por la empresa

Garantizar la seguridad del grupo

Mantener el control del grupo

Responder preguntas de los turistas y resolver dudas de forma clara, respetuosa y profesional.

Promover el turismo responsable y sostenible

Te ofrecemos:

Salario \$ SMLV + Prestaciones legales vigentes + Comisiones sin techo

Contrato por obra o labor.

Ambiente laboral dinámico y multicultural.

Oportunidad de crecimiento y desarrollo profesional.

Salario emocional.

Horarios. Turnos de Lunes a domingo desde la 08:00 AM hasta las 15:00 PM. Día de descanso rotativo

Atención al cliente

Este cargo estará compuesto por un equipo responsable de interactuar directamente con los clientes para brindar soporte, resolver inquietudes, gestionar solicitudes y garantizar la satisfacción del cliente antes, durante y después de la compra o uso del servicio.

Perfil del Cargo. Persona con experiencia en ATC y preferiblemente turismo

Experiencia mínima de 1

Funciones. Resolver dudas

Brindar información requerida

Aclarar inconvenientes generados por comerciales o algún integrante de la empresa

Escuchar t atender reclamos y sugerencias de los clientes

Aplicar encuestas de satisfacción o insatisfacción

Sugerir nuevos tours o rutas a clientes

Te ofrecemos:

Salario \$ SMLV + Prestaciones legales vigentes

Contrato por obra o labor.

Ambiente laboral dinámico y multicultural.

Oportunidad de crecimiento y desarrollo profesional.

Salario emocional.

Horarios. Turnos de Lunes a sábado desde la 08:00 AM hasta las 15:00 PM.

Gerente de Marketing

Persona encargada y designada de planificar, ejecutar y supervisar todas las estrategias de mercadeo de la empresa con el fin de aumentar las ventas, e incrementar contratos con empresas para vacacionar, posicionar la marca y atraer nuevos clientes.

Perfil del Cargo. Profesional en mercadeo

Experiencia mínima de 2 años en empresas de Turismo o ventas intangibles

Funciones. Definir y crear estrategias para posicionar la marca y atraer clientes.

Planificar campañas en medios tradicionales y digitales.

Generar uso de redes sociales, página web y publicidad online

Analizar tendencias, o rutas más solicitadas o en tendencia

Trabajar con ventas para generar y calificar prospectos.

Te ofrecemos:

Salario \$ 2,500.000 + Prestaciones legales vigentes

Contrato Indefinido

Ambiente laboral dinámico y multicultural.

Oportunidad de crecimiento y desarrollo profesional.

Salario emocional.

Horarios. Turnos de Lunes a viernes desde la 08:00 AM hasta las 15:00 PM.

Community Manager

Persona encargada de facilitar tendencias y estar siempre a la vanguardia del mundo publicitario en el mercado del turismo

Perfil del Cargo. Profesional en mercadeo (Graduado recientemente)

Funciones. Administrar las cuentas oficiales (Instagram, Facebook, TikTok, X/Twitter, LinkedIn, etc.).

Publicar contenido relevante, creativo y alineado con la identidad de la marca

Responder mensajes, comentarios generados en redes por las publicaciones siempre buscando interacción con el cliente

Manejar quejas, críticas o crisis digitales con empatía

Redactar textos atractivos y coherentes que llamen la atención de los consumidores de turismo

Revisar métricas clave como alcance, interacciones, seguidores y clics.

Detectar tendencias en redes sociales.

Analizar lo que hace la competencia y generar estrategias de contingencia

Te ofrecemos:

Salario \$ 2,000.000 + Prestaciones legales vigentes

Contrato Indefinido

Ambiente laboral dinámico y multicultural.

Oportunidad de crecimiento y desarrollo profesional.

Salario emocional.

Horarios. Turnos de Lunes a viernes desde la 08:00 AM hasta las 15:00 PM.

Cronograma de actividades

Durante los primeros 6 meses de funcionamiento de la empresa se propone establecer una ruta de trabajo que permita solidificar la empresa, generando un oportuno funcionamiento desde la parte legal y operativa garantizando un check list mensual de esas actividades obligatorias en los primeros meses de vida de una entidad.

Tabla 7*Cronograma de actividades*

Mes	Actividad	Meta
Mes 1	Constituir la empresa ante cámara de comercio, obtener el RUT ante DIAN, Registro ante RNT, cuenta bancaria empresarial y gestión de permisos legales ante CORPOURABÁ	Gestión documental en regla y que cumpla con los lineamientos establecidos.
Mes 2	Adecuación de senderos, puntos ecológicos, compra de mobiliario	Infraestructura básica necesaria para empezar a operar
Mes 3	Formación al personal en turismo, primeros auxilios, gastronomía local e historia	Tener capital humano capacitado para ofrecer el mejor servicio
Mes 4	Creación y diseño de página web, redes sociales y lanzamiento de marca con una estrategia hecha al detalle	Posicionamiento digital que genere reconocimiento de la marca
Mes 5	Ajuste y mejora de los servicios, contacto con agencias y alianzas estratégicas con entidades de turismo	Alianzas solidas con agencias y primeros servicios turísticos.
Mes 6	Lanzamiento oficial de operación por medio de una primera campana turística en temporada alta de vacaciones que nos dé un indicador del primer mas	Proyecto en funcionamiento con los primeros visitantes en territorio.

Nota. Describe las actividades previstas durante los primeros 6 meses

Proyecciones de Ingresos

Con una población objetivo de turistas de 10000 en promedio se espera que por lo menos el 10% de estos accedan a nuestros servicios teniendo así 100 servicios mensuales que nos ayudaran a obtener el punto de equilibrio de la empresa.

Tabla 8

Proyecciones de ingresos

Público objetivo	Turistas nacionales e internacionales
Consumo promedio mensual	1000 turistas
Total, consumo	1
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	15%
Total, demanda potencial	150

Nota. Realiza una muestra del porcentaje de ventas que se proyecta como potencial.

Proyecciones de Ventas Anual

Se espera que el comportamiento mensual de la empresa este relacionado a distintas festividades y acciones que se llevan a cabo en territorio, tales como vacaciones, carnavales y demás. También se toma en cuenta el comportamiento del turismo a nivel nacional como referencia.

Tabla 9

Proyecciones de ventas

	Año 1
TOTAL	2460 turistas Aprox

Enero	200	
Febrero	140	temporada baja
Marzo	240	temporada alta
Abril	240	temporada alta
Mayo	180	
Junio	260	vacaciones escolares
Julio	200	
Agosto	140	temporada baja
Septiembre	140	temporada baja
Octubre	200	
Noviembre	280	carnavales novembrinos
Diciembre	240	temporada alta

Nota. Proyección de ventas detallado mes a mes

Los meses de marzo y abril teniendo en cuenta las fechas de la semana santa de 2026 regularmente atrae a turistas nacionales e internacionales hacia destinos rurales que conservan identidad y cultura arraigada.

En junio y diciembre las vacaciones escolares y festivos aumentan las ganas de los turistas por visitar territorios alejados que los saquen de sus rutinas normales

Agosto y septiembre son meses más tranquilos en cuanto a turismo comunitario por lo que se prevé que serán fechas más tranquilas.

Lista 10*Punto de equilibrio*

	Año 1
Total costos fijos	391.775.376
Total costos variables	1.800.00
Número de unidades	2.460 paquetes turísticos
Costo total promedio unitario	160.012,76
Costo fijo unitario	159.281,06
Costo variable unitario	731,71
Precio de venta sin IVA	208.016,59
(30% Utilidad)	
Precio de venta con IVA	247.540,70
Margen de utilidad promedio	23.08%
Punto de equilibrio en unidades	1.890 paquetes turísticos

Nota. Reformula el punto de equilibrio de esta empresa

Proyecciones Ingresos por Ventas

A continuación, se muestra la proyección de ingresos por ventas mensuales y anual. Para esta proyección se tiene en cuenta el Cálculo de la demanda y la Proyecciones de ventas (unidades), teniendo presente los meses del año que se consideran temporada baja (febrero, agosto y septiembre) y temporada alta (marzo, abril y diciembre) para poder realizar una correcta estimación.

Por otro lado, y para poder captar clientes en los meses de temporada baja, se ofrece un 10% de descuento en los paquetes buscando no afectar las ventas y el flujo de caja, así se garantiza una buena ganancia en todos los meses del año.

Por último y para obtener el porcentaje de pagos de contado y a crédito se tiene en cuenta lo siguiente:

Diciembre, Junio, Julio, Enero: Son meses con altas compras por temporada, lo que significa que los bancos suelen aumentar las tasas de interés, esto ocasiona que los clientes prefieran realizar pagos de contado.

Marzo, Abril, Mayo, Septiembre, Noviembre: Son meses donde se ofrecen tasas de interés bajo, esto hace que el pagar a crédito sea una opción tentadora para el cliente.

Teniendo en cuenta lo anterior se realizó la proyección por meses de la cantidad de porcentaje y el total del valor de ventas que se realizarán a crédito y de contado.

Tabla 11*Ventas esperadas en miles*

Ventas esperadas miles												
	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Total, ventas	\$ 41.350.000	\$ 39.860.000	\$ 42.650.000	\$ 45.500.000	\$ 44.970.000	\$ 49.200.000	\$ 50.320.000	\$ 35.200.000	\$ 34.300.000	\$ 42.890.000	\$ 36.440.000	\$ 46.320.000
Descuentos por ventas	\$ 0	\$ 3.986.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 3.520.000	\$ 3.430.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Ventas netas	\$ 41.350.000	\$ 35.874.000	\$ 42.650.000	\$ 45.500.000	\$ 44.970.000	\$ 49.200.000	\$ 50.320.000	\$ 31.680.000	\$ 30.870.000	\$ 42.890.000	\$ 36.440.000	\$ 46.320.000
% de ventas a contado	55%	55%	50%	52%	53%	60%	60%	58%	56%	55%	54%	62%
ventas a contado	\$ 22.742.500	\$ 21.923.000	\$ 21.325.000	\$ 23.660.000	\$ 23.834.100	\$ 29.520.000	\$ 30.192.000	\$ 20.416.000	\$ 19.208.000	\$ 23.589.500	\$ 19.677.600	\$ 28.718.400
% de ventas a crédito	45%	45%	50%	48%	47%	40%	40%	42%	44%	45%	46%	38%
ventas a crédito	\$ 18.607.500	\$ 16.143.300	\$ 21.325.000	\$ 21.840.000	\$ 21.135.900	\$ 19.680.000	\$ 20.128.000	\$ 13.305.600	\$ 13.582.800	\$ 19.300.500	\$ 16.762.400	\$ 17.601.600

Nota. Describe la proyección de ventas anual

Tabla 12*Proyecciones de ingresos por ventas*

	Año 1
Total, ventas	\$ 509.000.000
Descuentos por ventas	\$ 10.936.000
Ventas netas	\$ 498.064.000
% de ventas a contado	\$ 284.806.100
% de ventas a crédito	\$ 219.412.600

Nota. Proyecta el primer año de ingresos de la empresa

Sustentación del Plan de Trabajo

Una vez se pone en marcha un proyecto, se presenta diferencia de tiempo de producción, venta y cobro que hace que la empresa no siempre empiece a recibir dinero desde su apertura, sin embargo, si necesita recursos para responder a los costos y gastos presentes, así que es necesario contar con un de flujos de caja, que permita solventarlos.

Contablemente el capital de trabajo es la diferencia entre activos y los pasivos corrientes. Entonces, para calcularlo, simplemente siga la fórmula: $NWC = CA - CL$. Los activos corrientes se refieren al efectivo en caja, inversiones financieras, cuentas por pagar y por cobrar, acciones, gastos, materias primas, valores, depósitos bancarios, transacciones bancarias y gastos prepagos. Por lo tanto, son los activos y derechos que pueden convertirse en efectivo a corto plazo. Los pasivos corrientes son todas las obligaciones que normalmente deben pagarse dentro de un año, como préstamos bancarios, deudas con proveedores internos y externos, provisiones y ciertas cuentas por pagar.

El capital de trabajo es un presupuesto inicial necesario para realizar las operaciones cotidianas antes de obtener ingresos suficientes que sirvan para cubrir los egresos. En general, entre otros, los recursos del capital de trabajo servirán para pagar los siguientes gastos:

Remuneraciones del personal

Materias primas e insumos

Agua, electricidad

Alquiler local

Teléfono

Internet

Seguros

Comisiones

Publicidad

Otros

El capital de trabajo se determinará elaborando el flujo de caja mensual para el primer año del negocio:

El plan de trabajo se basa en llevar a cabo gradualmente y de manera ordenada tareas específicas, estas mismas son esenciales para permitir el fortalecimiento del proyecto de turismo comunitario en nueva Colonia (Turbo, Antioquia), para esto de completan algunos aspectos clave.

Planeación Inicial

Ubicación Estratégica

Nueva Colonia se considera una zona especial, ya que cuenta con una naturaleza abundante y acompañada de gente acogedora que hacen de la zona un lugar agradable, lo que la convierte en un lugar competitivo para el turismo. La puesta en marcha de grandes proyectos como lo es Puerto Antioquia permite que la zona establezca conectividades y se convierta en un centro logístico, el cual permite que Nueva Colonia pueda verse como un lugar perfecto para impulsar el desarrollo sostenible.

Demanda Creciente

El aumento del turismo impulsa el proyecto, podemos observar que, en la actualidad, Colombia presenta un aumento significativo en el turismo, lo cual permite ver de manera positiva la posibilidad de presentar nuevos proyectos de turismo en el país, tratando de que estos sean innovadores para así lograr obtener la atención de los visitantes. Aportar por Nueva Colonia puede ser muy funcional, ya que esta es una región que puede tener un mercado en crecimiento

con respaldo certero y proyección internacional.

Infraestructura y Logística

La visión del proyecto nos permite ver que la idea principal sobre la sede principal donde se encontraría este se proyecta en un espacio de aproximadamente 60m², teniendo en que el plan principal de este, es iniciar en arriendo, con la idea de que a futuro este pueda adquirir con propiedad, para así brindar estabilidad y seguridad a quienes en este se interesen, mientras se logra esto nos permitirá dar inicio a las operaciones de forma rápida y eficaz, brindando seguridad y agilidad.

Para poner en marcha el proyecto es importante contar con el equipamiento necesario que este requiere para dar inicio a las funciones que este brinda, dentro de las cuales podemos encontrar inmobiliaria, aparatos electrónicos, señalización y puntos y ubicación exactos, entre otras cosas, es importante invertir en estos, ya que de los mismo depende mucho el funcionamiento de todo; Hay tener en cuenta que en la actualidad la digitalización es un punto fundamental para todo, ya que esto nos permite observar más el desarrollo de todo, esto nos permite ayudarnos a brindar de manera puntual visibilización geográfica a nuestra ubicación por medio de líneas virtuales las cuales den un punto exacto para hallarnos, tales como: (Google Maps, Waze, entre otros). Estos permiten brindar confiabilidad en los clientes y facilita la accesibilidad.

Talento Humano

Para que el proyecto funcione, es importante que este cuenta con una organización sólida. En este caso se dispondrá de un personal administrativo comprendido, personal operativo, guías turísticos locales, personal de mercadeo y asesoramiento legal, al igual que servicio al cliente, este estaría a disposición de cubrir las necesidades y brindar un funcionamiento eficaz de

todo, para así lograr obtener un buen crecimiento y éxito del proyecto.

Para el funcionamiento y rendimiento del proyecto, es importante tener presente la importancia de mantener condiciones laborales competitivas.

Dentro del proyecto los salarios competitivos serán la ley, con prestaciones sociales, según la legislación actual. También es importante velar por el bienestar de quienes hacen parte de este proyecto, brindando beneficios emocionales que ayuden a su bienestar y motivaciones para el equipo.

Operación

Es importante tener en cuenta que para el desarrollo beneficioso del proyecto, es necesario crear estrategias que permitan vender el producto, en este caso es fundamental crear rutas de turismo y sostenibilidad que le permitan a los visitantes disfrutar de todo el lugar, sin dejar de un lado la importancia de que pueda mantenerse el proyecto, por otra parte mantener

dentro de estos las zonas de servicios culturales, gastronómicos y ecológicos vigentes que permitan a los visitantes tener experiencias más agradables y que puedan acceder a esto.

Control Financiero

Se considera importante mantener un flujo de caja mensual muy detallado durante por lo menos un año, de manera que este permita observar los movimientos que se presentan dentro del proyecto y garantizar la funcionalidad de este, así esto nos permite monitorear todo lo que ocurra alrededor de las finanzas, ingresos, egresos y necesidades que se presenten dentro del capital del trabajo.

También hay que tener en cuenta un buen manejo del punto de equilibrio, evidenciando así cual puede ser el nivel mínimo de ingresos que permita la sostenibilidad para cubrir los costos fijos y variables dentro del proyecto. Este cálculo es fundamental para establecer metas de ventas

realistas y evaluar la viabilidad económica, especialmente en los primeros meses de operación, cuando los riesgos financieros suelen ser más altos.

Tabla 13*Flujo de caja mensual*

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Ingresos												
Ventas	\$ 41.350.000	\$ 39.860.000	\$ 42.650.000	\$ 45.500.000	\$ 44.970.000	\$ 49.200.000	\$ 50.320.000	\$ 35.200.000	\$ 34.300.000	\$ 42.890.000	\$ 36.440.000	\$ 46.320.000
Total, ingresos	\$ 41.350.000	\$ 39.860.000	\$ 42.650.000	\$ 45.500.000	\$ 44.970.000	\$ 49.200.000	\$ 50.320.000	\$ 35.200.000	\$ 34.300.000	\$ 42.890.000	\$ 36.440.000	\$ 46.320.000
Egresos												
Compra material prima e insumos	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Remuneración personal operativo	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000
Gastos generales de operación	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Remuneración administrativos	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000
Gastos de administración	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Gastos financieros	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Gastos de marketing	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Otros gastos	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Total, egresos	\$ 27.850.000	\$ 27.850.000	\$ 27.850.000	\$ 27.850.000	\$ 27.850.000	\$ 27.850.000	\$ 27.850.000	\$ 27.850.000	\$ 27.850.000	\$ 27.850.000	\$ 27.850.000	\$ 27.850.000
Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	\$ 13.500.000	\$ 12.010.000	\$ 14.800.000	\$ 17.650.000	\$ 17.120.000	\$ 21.350.000	\$ 22.470.000	\$ 7.350.000	\$ 6.450.000	\$ 15.040.000	\$ 8.590.000	\$ 18.470.000

Nota. Muestra el flujo anual de la empresa en las diferentes áreas

Tabla 14*Saldos acumulados*

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Flujo mensual	\$ 13.500.00 0	\$ 12.010.00 0	\$ 14.800.00 0	\$ 17.650.00 0	\$ 17.120.00 0	\$ 21.350.00 0	\$ 22.470.00 0	\$ 7.350.000	\$ 6.450.000	\$ 15.040.00 0	\$ 8.590.000	\$ 18.470.00 0
Flujo mensual acumulado	\$ 13.500.00 0	\$ 25.510.00 0	\$ 40.310.00 0	\$ 57.960.00 0	\$ 75.080.00 0	\$ 96.430.00 0	\$ 118.900.00 00	\$ 126.250.00 00	\$ 132.700.00 00	\$ 147.740.00 00	\$ 156.330.00 00	\$ 174.800.00 00

Nota. Evidencia el flujo mensual y acumulado mes a mes

Valor total de la Inversión

Inversión inicial, descripción los conceptos que incluyen este rubro y presentar su respectiva tabla. Por ejemplo, inversión en activos fijos, inversión en gastos de instalación y puesta en marcha e inversión en capital de trabajo.

Tabla 15*Inversión total*

Rubro	Concepto	Valor
	Maquinaria y equipo	
Activos fijos	Equipo de oficina	\$ 15.620.000
	Terrenos	
	Muebles y enseres	\$ 8.700.000
	Equipo de transporte	

Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	\$ 1.500.000
	Adecuación del local o espacio de producción	\$ 3.200.000
	Gastos legales de constitución	\$ 5.600.000
	Marketing	\$ 1.500.000
	Arriendo	\$2.500.000
	Sueldos	\$27.252.948
Capital de trabajo		\$ 65.620.896
Total		\$131.493.844

Nota. Presupuesto de la inversión total de la empresa

Fuentes de Financiamiento

Fuentes de capital de inversión donde se relaciona cuáles las opciones para la conformación del dinero necesario para empezar a operar. Es decir, si será capital propio o a través de un tercero y si es éste último proyecciones de costo de capital.

Capitales Propios

El financiamiento inicial de socios fundadores o emprendedores es fundamental para el lanzamiento de cualquier negocio. Estos aportes reflejan la convicción de los creadores del proyecto, al tiempo que cubren las necesidades principales del mismo dentro de las que podemos encontrar la formación legal del proyecto junto a las indagaciones del mercado para respaldar el modelo de negocios en el cual se están adentrando, también se trabaja en el desarrollo de la marca. El apoyo de inversionistas permite hallar innecesaria la necesidad de encontrar financiamientos externos, logrando así construir una base sólida que permita impulsar el negocio a futuro.

Financiamiento Externo

Créditos Bancarios

La gestión de créditos a mediano plazo con tasas preferenciales, mediante líneas especializadas, estas opciones habilitan el acceso a un capital de trabajo adaptable a la idea principal del proyecto el cual puede permitir que este se efectúe sin afectar el desarrollo, basado en el flujo previsto de la caja, garantizando la viabilidad de la deuda sin afectar la operatividad de este.

Atracción de Inversionistas

Este proyecto según su enfoque social, económico y cultural, la posibilidad de atraer inversionistas es considerable, dentro de estos posibles, puede estar fondos de impactos, ya que

estos más allá de ofrecer inversiones pequeñas, pueden brindar grandes recursos financiero que permiten una estabilidad dentro del proyecto con la finalidad de obtener bienes estratégicos, no obstante, estos son proveedores de conocimiento estratégico, redes de contactos, incluso apoyo gerencial.

Financiamientos Colectivos y Ciudadanos

Para estas se puede tener en cuenta la recepción de donaciones, orientadas a involucrar tanto a públicos nacionales como internacionales interesados en promover el turismo sostenible y el desarrollo local. Esta modalidad no solo genera recursos, sino que fortalece la visibilidad y el sentido de pertenencia hacia el proyecto, al posicionarlo como una iniciativa abierta y participativa.

Conclusión

El Proyecto de ecoturismo en Nueva Colonia demuestra que es viable construir alternativas sostenibles e inclusivas que pongan como eje central a las comunidades, su desarrollo y la participación de sus habitantes, salvaguardando su identidad, la cultura y su riqueza natural, ambiental y tradicional. Por medio de dicho proceso se incluyó el diagnóstico territorial y comunitario, diseño del modelo de negocio, evaluación y proyección financiera, que dio lugar a la consolidación de una propuesta viable que da respuesta a las necesidades locales y reales del territorio.

La iniciativa formulada propone una empresa turística con sentido social que articula servicios de caminatas ecológicas, mezclas gastronómicas, culturales, recorridos, talleres y más los cuales se alinean en prácticas sostenibles con un enfoque de economía solidaria. Pese a que se identificaron retos sociales, económicos y de la oferta turística actual, la proyección económica, la demanda y el punto de equilibrio nos muestran que el proyecto es viable para llevarse a cabo en la comunidad.

En conclusión, este proyecto no solo es una alternativa lucrativa es una estrategia que brinda a Nueva Colonia la posibilidad de mostrar el arraigo cultural y la historia de resiliencia, valorando la riqueza de saberes propios que hacen diferente el territorio que se habita. Dando respuesta así a los objetivos de desarrollo sostenible, al mismo tiempo que brinda una alternativa a una zona que se visualiza con un alto crecimiento económico y el turismo es una posibilidad para ayudar a sus habitantes, generar empleo local y compartir con el mundo que Nueva Colonia existe más allá del cemento.

Referencias Bibliográficas

- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2022). Turismo comunitario: oportunidades para las comunidades rurales en América Latina. <https://www.iadb.org/es>
- Camacho, L. D. (2020). *Empresas sociales*. [Objeto_virtual_de_Informacion_OVI]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31810>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social* (capítulo 1 y 2). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/191619>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social* (p.p. 11-64). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=12>
- Ecoruta Tours. (s.f.). Conoce nuestras experiencias. <https://ecorutatour.notion.site/ECORUTA-TOURS-db9fb9fb90a042dfa1efdbcfb6d0a50c>
- El País. (2025, enero 21). *Colombia rompe su récord de turismo con casi siete millones de visitantes en 2024*. <https://elpais.com/america-colombia/2025-01-21/colombia-rompe-su-record-de-turismo-con-casi-siete-millones-de-visitantes-en-2024.html>
- Galindo, G. (2019). *El Design Thinking: una técnica que conquista nuevos mercados; Desing Thinking: a technique that conquers new markets*. Grado Cero, 1 (2019) <https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/grado/article/view/858>
- Grupo Argos. (2024, mayo 28). *Más de 800 personas en el corregimiento de Nueva Colonia en Turbo, Antioquia, ahora cuentan con una vivienda digna*. <https://www.grupoargos.com/noticias/mas-de-800-personas-en-el-corregimiento-de-nueva-colonia-en-turbo-antioquia-ahora-cuentan-con-una-vivienda-digna/>

Level Communications, H. Maciá, F. (Dir.) & Santoja, M. (Dir.). (2018). *Marketing en redes sociales*. Difusora Larousse - Anaya Multimedia. [https://elibro-](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932)

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2024). *Boletín de cifras de turismo en Colombia 2023-2024*. <https://www.mincit.gov.co/>

PNUD Colombia. (2023). *Turismo sostenible como motor de desarrollo rural en Colombia* <https://www.undp.org/es/colombia>

ProColombia. (2024, febrero). *Colombia alcanza cifras récord en ingresos por turismo y transporte aéreo en 2024*. <https://procolombia.co/sala-de-prensa/noticias/colombia-alcanza-cifras-record-en-ingresos-por-turismo-y-transporte-aereo-en-2024>

Suriki Nature Reserve. (s.f.). *Nuestro propósito*. <https://surikinature.com/>

UNWTO. (2023). *Tourism for Sustainable Development in Least Developed Countries*.

Organización Mundial del Turismo. <https://www.unwto.org/tourism-for-sustainable-development>