

**Paraíso escondido: emprendimiento social y turismo comunitario en territorios rurales de
Colombia**

Alexander Trujillo

Celena María Mejía

Bibiana López Cano

Juan Carlos Flórez

Asesor

María Alejandra Calderón Ortiz

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

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

Gestión de Obras Civiles y Construcciones, Gestión Industrial, Gestión Comercial y de

Negocios, Gestión del Transporte

2025

Resumen

Paraíso Escondido es un proyecto de emprendimiento social orientado al turismo comunitario sostenible, desarrollado en las comunidades rurales de Norcasia (Caldas) y Nariño (Antioquia). Estos territorios se caracterizan por una alta riqueza ambiental, expresada en ecosistemas con abundante fauna y flora, cuerpos de agua naturales y paisajes rurales; sin embargo, también enfrentan problemáticas sociales como el desempleo, la limitada infraestructura vial y la escasez de oportunidades económicas para las familias campesinas. A partir de este contexto, el proyecto surge como una alternativa para generar ingresos complementarios en la comunidad, fortalecer el arraigo cultural y promover la conservación del medio ambiente mediante experiencias de turismo comunitario. La propuesta se enfoca en ofrecer a las visitantes vivencias auténticas, como el hospedaje en fincas campesinas, talleres de cocina tradicional, recorridos ecológicos y la experiencia Un día como campesino, permitiendo un acercamiento real a las dinámicas rurales y a los saberes locales.

El diseño del proyecto se fundamenta en la metodología Design Thinking, la cual permitió comprender las necesidades de la comunidad y de los turistas, y estructurar una propuesta conectada con la realidad del territorio. A su vez, el plan de mercadeo busca posicionar a Norcasia y Nariño como destinos de turismo comunitario, destacando su identidad cultural y natural, mientras que el modelo de negocio, apoyado en el modelo Canvas, facilita la visualización integral del emprendimiento y su coherencia económica, social y ambiental.

Finalmente, las proyecciones financieras permiten evaluar la viabilidad del proyecto mediante el análisis del comportamiento de la demanda, la definición de precios, los ingresos esperados y el punto de equilibrio. De esta manera, Paraíso Escondido se consolida como una propuesta

alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente los ODS 8, 11 y 15, contribuyendo al desarrollo rural y a la mejora de la calidad de vida de las familias participantes.

Palabras clave: Turismo comunitario, Desarrollo rural, Emprendimiento social, Sostenibilidad, Innovación.

Abstract

Paraíso Escondido is a social entrepreneurship project focused on sustainable community-based tourism, developed in the rural communities of Norcasia (Caldas) and Nariño (Antioquia). These territories are characterized by high environmental richness, expressed through ecosystems with abundant flora and fauna, natural water sources, and rural landscapes. However, they also face social challenges such as unemployment, limited road infrastructure, and a lack of economic opportunities for farming families. Within this context, the project appears as an alternative to generate complementary income for the community, strengthen cultural identity, and promote environmental conservation through community tourism experiences. The proposal focuses on offering visitors' authentic experiences, such as accommodation on rural farms, traditional cooking workshops, ecological tours, and the experience A Day as a Farmer, allowing a real connection with rural dynamics and local knowledge.

The project design is based on the Design Thinking method, which made it possible to understand the needs of both the community and tourists, and to structure a proposal connected to the reality of the territory. Likewise, the marketing plan seeks to position Norcasia and Nariño as community tourism destinations, highlighting their cultural and natural identity, while the business model, supported by the Canvas Model, facilitates an integrated view of the venture and its economic, social, and environmental coherence. Finally, financial projections allow the evaluation of the project's viability through the analysis of demand behavior, price definition, expected income, and the break-even point. In this way, Paraíso Escondido is consolidated as a proposal aligned with the Sustainable Development Goals, especially SDGs 8, 11, and 15, contributing to rural development and the improvement of the quality of life of participating families.

Keywords: Community tourism, Rural development, Social entrepreneurship, sustainability, innovation.

Tabla de contenido

Introducción	13
Justificación.....	15
Objetivo general	17
Objetivos Específicos	17
Propuesta de emprendimiento social.....	18
Innovación social Paraíso Escondido	22
Empatizar.....	22
Definir	24
Idear.....	26
Prototipar.....	29
Evaluar.....	31
Plan de Mercadeo	37
Análisis del entorno y diagnóstico.....	37
Descripción del producto o servicio	41
Elementos del diseño.....	42
Mercado objetivo de paraíso escondido	43
Análisis de la competencia	46
Propuesta de valor	52
Estrategias de mercadeo	52
Estrategias de precios	53
Canales de distribución.....	56
Alianzas estratégicas.....	58

Institucionales	58
Ambientales y rurales	59
Empresariales y comerciales	59
Plan de acción.....	59
Presupuesto del proyecto paraíso escondido	62
Modelo de Negocio Canvas	63
Proyecciones Operativas y Financieras	69
Descripción General	72
Recursos humanos y descripción de cargos	75
Justificación de la estructura de costos.....	78
Equipos de Oficina	79
Descripción Ampliada de los equipos	80
Justificación del uso de los equipos de oficina.....	82
Relación con los procesos administrativos del proyecto	83
Procesos preoperativos del proyecto	83
Registro y Constitución Legal.....	83
Permisos y Licencias Requeridas	84
Seguros Necesarios.....	84
Adecuación Física del Espacio.....	84
Contratación de Personal.....	85
Capacitación Inicial del Equipo.....	85
Localización del Proyecto	86
Descripción del Ámbito Territorial	86

Ventajas de la Localización	86
Identidad cultural rural	86
Bajos costos de arrendamiento	86
Atractivo para el turista	87
Disponibilidad de espacio para expansión	87
Desventajas de la Localización.....	87
Vías de acceso limitadas.....	87
Menor conectividad tecnológica.....	87
Necesidad de inversión en adecuaciones.....	87
Dependencia del clima	87
Justificación de la Localización.....	87
La estructura de costo	88
Costos fijos	88
Costos variables.....	89
Costos indirectos	89
Costos directos.....	89
Conformación del equipo de trabajo	89
Justificación del equipo	90
Coordinador.....	91
Auxiliar en marketing y administrativo.....	91
Guía turístico local	91
Definición de un cronograma de actividades y metas alcanzables.....	91
Mercado objetivo anual	92

Consumo promedio por cliente	93
Porcentaje de mercado captado (Año 1).....	93
Precio final de venta	93
Métodos de pago.....	93
Costos considerados para punto de equilibrio	93
Proyecciones de ingresos.....	94
Cálculo de la demanda	95
Demanda real estimada del primer año: 440 experiencias vendidas	96
Estacionalidad del turismo	97
Precio de venta y punto de equilibrio	98
Proyecciones de ingresos por ventas	100
Análisis Ingresos vs Egresos	101
Flujo de Caja Acumulado - Año 1	103
Interpretación Académica del Desempeño Financiero	104
Plan de trabajo	104
Valor total de la inversión.....	109
Fuentes de financiamiento	111
Conclusión.....	113
Bibliografía.....	115

Lista de tablas

Tabla 1 <i>Plan de testeo</i>	34
Tabla 2 <i>Análisis de riesgos y desafíos potenciales</i>	36
Tabla 3 <i>Competidores directos</i>	47
Tabla 4 <i>Competidores indirectos</i>	49
Tabla 5 <i>Comparación de precios, servicios y experiencias</i>	50
Tabla 6 <i>Precios paraíso escondido</i>	55
Tabla 7 <i>Plan de acción de mercadeo</i>	61
Tabla 8 <i>Tabla presupuesto inicial</i>	63
Tabla 9 <i>Modelo Canvas</i>	67
Tabla 10 <i>Capacidad instalada de paraíso escondido</i>	71
Tabla 11 <i>Descripción de maquinaria y elementos operativos</i>	74
Tabla 12 <i>Descripción de cargos y funciones principales</i>	76
Tabla 13 <i>Costos de nómina + prestaciones</i>	77
Tabla 14 <i>Evolución mensual de la nómina</i>	77
Tabla 15 <i>Costos fijos mensuales</i>	77
Tabla 16 <i>Costos fijos anuales</i>	77
Tabla 17 <i>Distribución sugerida del capital de trabajo</i>	78
Tabla 18 <i>Equipos de oficina</i>	80
Tabla 19 <i>Costos (Mensuales)</i>	88
Tabla 20 <i>Costos de nómina</i>	90
Tabla 21 <i>Cronograma</i>	92
Tabla 22 <i>Cálculo de la demanda</i>	96

Tabla 23 <i>Calculo Base</i>	97
Tabla 24 <i>Costos fijos del proyecto (mensuales)</i>	99
Tabla 25 <i>Costos variables por unidad (mes)</i>	99
Tabla 26 <i>Punto de equilibrio (Año)</i>	100
Tabla 27 <i>Proyección Mensual</i>	101
Tabla 28 <i>Resumen Financiero Anual</i>	103
Tabla 29 <i>Flujo de caja mensual</i>	106
Tabla 30 <i>Inversión total</i>	109
Tabla 31 <i>Fuentes de financiamiento del proyecto Paraíso Escondido</i>	112

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Mapa de Empatía</i>	22
Figura 2 <i>Fase Definir</i>	24
Figura 3 <i>Fase Idear</i>	26
Figura 4 <i>Fase Prototipar</i>	29
Figura 5 <i>Marca y Logo</i>	41
Figura 6 <i>Modelo Canva</i>	68
Figura 7 <i>Ingresos vs Egresos</i>	102
Figura 8 <i>Flujo de Caja Acumulado</i>	103

Introducción

El proyecto Paraíso Escondido se concibe como una propuesta de emprendimiento social orientada al turismo comunitario sostenible en los municipios de Norcasia (Caldas) y Nariño (Antioquia) OMT (2018). Esta iniciativa surge a partir de la necesidad de aprovechar de manera responsable la riqueza natural y cultural del territorio, promoviendo experiencias turísticas auténticas que conecten a los visitantes con la naturaleza, la vida campesina y las tradiciones locales, al tiempo que se generan oportunidades económicas para las comunidades rurales.

En estos territorios, la abundancia de ecosistemas naturales, cuerpos de agua y paisajes rurales contrasta con problemáticas sociales como el desempleo, la limitada infraestructura y la escasez de alternativas productivas. Frente a este contexto, Paraíso Escondido se plantea como una estrategia que integra el desarrollo territorial, la economía rural y la sostenibilidad ambiental, buscando fortalecer el arraigo comunitario y reducir la migración hacia las ciudades mediante la generación de ingresos complementarios.

Con el propósito de diseñar una propuesta ajustada a las necesidades reales del territorio, el proyecto se fundamenta en la metodología Design Thinking, la cual permite comprender de manera profunda las expectativas, problemáticas y oportunidades tanto de la comunidad local como de los turistas. A través de este enfoque, se identifican elementos clave que orientan la construcción de una oferta turística coherente con la realidad social, cultural y ambiental de Norcasia y Nariño, facilitando la articulación entre las distintas fases del proyecto.

En coherencia con este proceso, el plan de mercadeo de Paraíso Escondido cumple un papel fundamental en el posicionamiento del proyecto como una alternativa de turismo comunitario auténtico y sostenible. Este componente estratégico orienta la promoción y

comercialización de la marca, resaltando su identidad basada en la conexión con la naturaleza, la cultura campesina y la participación de la comunidad. La oferta turística incluye experiencias vivenciales como senderismo ecológico, hospedaje rural, talleres culturales y actividades inmersivas como “Un día como campesino”, dirigidas a segmentos de mercado nacionales, internacionales y educativos interesados en el turismo responsable.

De manera complementaria, el modelo de negocio de Paraíso Escondido, estructurado a través del Lienzo Canvas, permite comprender cómo el proyecto crea, entrega y captura valor para los diferentes actores involucrados. Este modelo articula la propuesta de valor, los segmentos de clientes, los canales de comercialización, los recursos y actividades clave, así como la estructura de costos y las fuentes de ingreso, garantizando la coherencia económica, social y ambiental del emprendimiento.

Finalmente, las proyecciones operativas y financieras permiten evaluar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto en el corto y mediano plazo. A través del análisis de la capacidad operativa, los costos, el punto de equilibrio y el flujo de caja, se determina la posibilidad de consolidar a Paraíso Escondido como un emprendimiento social capaz de generar impactos positivos en la calidad de vida de las familias rurales, al tiempo que contribuye a la conservación del territorio y al desarrollo local sostenible.

Justificación

El proyecto Paraíso Escondido se justifica a partir de las condiciones sociales, económicas y ambientales que enfrentan las comunidades rurales de Norcasia (Caldas) y Nariño (Antioquia), donde la dependencia de actividades agrícolas tradicionales, los ingresos inestables y la limitada oferta laboral han generado escenarios de vulnerabilidad económica y migración hacia centros urbanos. Esta situación no solo afecta la calidad de vida de las familias campesinas, sino que también debilita el tejido social y pone en riesgo la continuidad de los saberes y prácticas culturales del territorio.

En este contexto, Paraíso Escondido se plantea como una alternativa viable para diversificar las fuentes de ingreso de la comunidad, sin reemplazar sus actividades tradicionales, sino complementándolas de manera sostenible. A través del turismo comunitario, el proyecto permite que las familias campesinas participen activamente como prestadoras de servicios turísticos, generando ingresos directos mediante el hospedaje rural, el acompañamiento turístico local, la gastronomía tradicional y las experiencias vivenciales, lo cual contribuye al fortalecimiento de la economía local y al arraigo territorial, Yunus (2010).

Desde una perspectiva cultural, el proyecto responde a la necesidad de preservar y valorizar las costumbres campesinas, las prácticas agrícolas, la gastronomía tradicional y los oficios ancestrales, los cuales han perdido visibilidad frente a modelos de vida urbanos. Experiencias como “Un día como campesino” y los talleres de cocina tradicional no solo representan actividades turísticas, sino espacios de transmisión de conocimientos intergeneracionales que permiten reconocer el valor cultural del territorio y fortalecer la identidad local.

En el ámbito ambiental, la propuesta se justifica en la necesidad de proteger los ecosistemas naturales presentes en la región, tales como ríos, cascadas, bosques y fauna silvestre, los cuales se ven amenazados por prácticas no sostenibles asociadas a la falta de oportunidades económicas. Al promover un turismo responsable y de bajo impacto, Paraíso Escondido incentiva la conservación del entorno natural, fomenta el uso adecuado de los recursos y sensibiliza tanto a la comunidad como a los visitantes sobre la importancia del cuidado ambiental.

Asimismo, el proyecto se encuentra alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente el ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), el ODS 11 (ciudades y comunidades sostenibles) y el ODS 15 (vida de ecosistemas terrestres), lo que refuerza su pertinencia como iniciativa de emprendimiento social. Esta alineación evidencia que la propuesta no responde únicamente a una problemática local, sino que se inscribe en un marco global de desarrollo sostenible.

En síntesis, Paraíso Escondido se justifica como una propuesta integral que articula el desarrollo económico, la conservación ambiental y la valoración cultural, ofreciendo una solución pertinente y sostenible a las necesidades de las comunidades rurales de Norcasia y Nariño. Su implementación contribuye a mejorar la calidad de vida de las familias participantes, fortalece la identidad campesina y posiciona el territorio como un destino de turismo comunitario responsable.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar una propuesta integral de turismo comunitario para las comunidades de Norcasia (Caldas) y Nariño (Antioquia), que fortalezca la economía local, promueva la conservación cultural y ambiental, y ofrezca a los visitantes experiencias auténticas e innovadoras, seguras y sostenibles.

Objetivos Específicos

Aportar a la mejora de la economía local promoviendo la generación de ingresos directos e indirectos para las familias campesinas mediante la prestación de servicios turísticos comunitarios.

Estimar la capacidad operativa, los costos y la inversión total necesaria para la puesta en marcha del proyecto, considerando sus recursos humanos, materiales y de infraestructura.

Estructurar el modelo de negocio del proyecto Paraíso Escondido, mediante la aplicación del esquema Canvas, con el fin de definir de manera clara la propuesta de valor, los segmentos de clientes, los canales de comercialización y las fuentes de ingresos del emprendimiento.

Propuesta de Emprendimiento Social

Los municipios de Norcasia (Caldas) y Nariño (Antioquia) cuentan con una riqueza natural y cultural que los convierte en territorios con alto potencial turístico. Sin embargo, dicha riqueza no se ha convertido en un motor de desarrollo económico ni social para sus habitantes.

La mayoría de las familias dependen de la agricultura como única fuente de ingreso para su subsistencia, dichos ingresos son limitados e inestables, lo que genera condiciones de vulnerabilidad económica. Esta situación se agrava aún más con la migración de los jóvenes hacia las ciudades en búsqueda de mejores oportunidades, debilitando el tejido social y la transmisión de saberes tradicionales.

Desde lo cultural, las costumbres campesinas, la gastronomía y la artesanía de la región han carecido de un escenario donde puedan valorarse como recursos tradicionales y productivos, esto debido a que no existen espacios que las integren al turismo, dichas costumbres campesinas tienden a perder relevancia frente a modelos de vida urbanos.

En el aspecto ambiental, los ecosistemas de la región como ríos, cascadas, bosques y fauna requieren protección activa frente a los riesgos derivados de prácticas no sostenibles. La falta de empleo local puede llevar a que sus habitantes exploten de manera inadecuada los recursos naturales, con prácticas como la minería ilegal, la tala de árboles y la caza de animales silvestres. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura señala que la falta de oportunidades en las zonas rurales ha aumentado actividades ilícitas como la minería y la tala ilegal. FAO (2018, p.52).

Por todo lo anterior, se identifica la necesidad de diseñar un proyecto que brinde alternativas económicas a la comunidad, promueva el arraigo cultural y fomente la conservación de los ecosistemas a través del turismo comunitario sostenible. Esta propuesta no solo responde a

un problema local, sino que se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, particularmente el ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), el ODS 12 (producción y consumo responsables) y el ODS 15 (vida de ecosistemas terrestres).

El proyecto Paraíso Escondido para Ruiz-Ballesteros (2017) se consolida como una estrategia de innovación social orientada a la valorización del patrimonio natural y cultural del territorio. Su objetivo principal es brindar experiencias auténticas de ecoturismo a los visitantes, facilitando la conexión directa con la naturaleza y la vida rural.

A diferencia del turismo tradicional, esta propuesta está diseñada para involucrar activamente al visitante en las dinámicas del campo, transformándolo de espectador a participante. Esto se logra mediante la oferta de experiencias vivenciales de bajo impacto, tales como:

Actividades inmersivas: La experiencia "Un día como campesino," talleres de cocina tradicional, y el aprendizaje de oficios ancestrales.

Aventura y naturaleza: Caminatas interpretativas guiadas por guías locales, observación de flora y fauna, ingreso a aguas termales y recorridos por el río.

Alojamiento y gastronomía: Hospedaje en casas de familias campesinas y degustación de platos típicos de la región.

Este enfoque no solo garantiza una experiencia significativa para el turista, sino que cumple el propósito de generar ingresos sostenibles y fortalecer el arraigo cultural de las comunidades de Norcasia y Nariño

Los visitantes no serán simples espectadores ya que se cuenta con diversas actividades que los unen con la naturaleza como:

Caminatas interpretativas guiadas por jóvenes locales, observación de las diferentes faunas y flora, ingreso a las aguas termales, paseo por el río, disfrutar de los diferentes cantos de las aves, deleitarse con platos típicos de la región, talleres de cocina tradicional, oficios ancestrales y hospedajes en casas de familias campesinas.

La propuesta de valor de “Paraíso Escondido” la podemos segmentar de la siguiente manera: Los Turistas vivirán experiencias auténticas de ecoturismo, con paisajes naturales únicos (ríos, cascadas, montañas, fauna, flora, avistamiento de aves, aventuras extremas como canopy y Kayak. Experiencias de agricultura brindada por los campesinos de la región. Caminatas ecológicas por senderos majestuosos, acompañados por guías de la región, siempre dispuestos a brindar un excelente servicio, logrando que el turista siempre quiera volver.

La Comunidad se vería beneficiada debido a la generación de ingresos sostenibles, encontrando empleo en la región como; guías turísticos, hospedaje en casas de familias campesinas, restaurantes con comida autóctona de la región.

Los principales beneficiados de Paraíso Escondido son las familias campesinas de Norcasia y Nariño, hogares que han construido su vida alrededor del río, la montaña y los oficios rurales que han pasado de generación en generación. Son comunidades que, a pesar de su riqueza natural y cultural, han enfrentado limitaciones en ingresos, falta de oportunidades laborales y riesgos de migración hacia ciudades más grandes. El proyecto beneficia de forma directa a mujeres que conservan recetas tradicionales, jóvenes que desean trabajar sin abandonar su territorio, agricultores que conocen cada sendero y cada cultivo, y familias que abren sus casas para compartir su forma de vida con los visitantes. Para ellos, el turismo no es solo un ingreso: es una manera de mostrar su identidad, recuperar prácticas que estaban perdiéndose y demostrar que su territorio tiene un valor que va más allá de lo comercial.

Paraíso Escondido también fortalece a los emprendimientos locales que producen café, miel, artesanías y otros bienes rurales, integrándolos a la cadena turística. Al mismo tiempo, la comunidad en su conjunto se beneficia con mejoras en capacitación, organización, participación y conservación ambiental. En síntesis, el proyecto impacta a una población que no busca convertirse en un destino masivo, sino en un lugar donde su gente pueda vivir dignamente de lo que sabe, lo que es y lo que representa su territorio.

Innovación Social Paraíso Escondido

Con el propósito de diseñar una propuesta de emprendimiento social coherente con las necesidades del territorio, el proyecto Paraíso Escondido adopta la metodología Design Thinking como base para su proceso de innovación social. Este enfoque, centrado en las personas, permite comprender las problemáticas y oportunidades de las comunidades rurales de Norcasia (Caldas) y Nariño (Antioquia), así como de los visitantes, y articular de manera progresiva las fases de empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar, garantizando que la propuesta de valor responda a las necesidades reales del territorio, Brown (2009).

Empatizar

Figura 1

Mapa de empatía



Nota. Elaboración propia realizada en Canva

El mapa de empatía aplicado al proyecto Paraíso Escondido permitió comprender de manera profunda cómo perciben los turistas este destino emergente, qué expectativas traen consigo y cuáles son las oportunidades que surgen para fortalecer el turismo comunitario en Norcasia y Nariño, IDEO (2015).

La interpretación de sus motivaciones evidencia que buscan experiencias auténticas, tranquilas y conectadas con la naturaleza, pero también que sienten incertidumbre debido a la falta de información confiable, la limitada señalización y la poca visibilidad del territorio.

Asimismo, a través de lo que observan en redes sociales y plataformas de viaje, se despierta en ellos interés por explorar paisajes vírgenes y vivir actividades sostenibles, aunque persiste la necesidad de contar con servicios organizados y una mayor claridad en la oferta turística local.

El análisis también permitió identificar que los turistas expresan abiertamente su gusto por el turismo responsable y cultural, compartiendo fotos y comentarios que, cuando son positivos, se convierten en un motor importante para la promoción del destino.

No obstante, sus temores frente a la seguridad, la accesibilidad y la calidad de los servicios muestran la urgencia de fortalecer la organización comunitaria, la logística básica y la comunicación del proyecto hacia el público.

En conjunto, el mapa de empatía evidencia que Paraíso Escondido tiene un alto potencial para posicionarse como un destino sostenible y auténtico, siempre que se integren las voces de los visitantes con el trabajo colectivo de la comunidad para mejorar la experiencia, generar confianza y promover un turismo que impulse el desarrollo económico y cultural del territorio.

A partir de los hallazgos obtenidos en el mapa de empatía, se identificaron necesidades relacionadas con la búsqueda de experiencias auténticas, la seguridad, la organización de los servicios y la claridad en la información turística.

Estos resultados se convierten en el punto de partida para la fase de Definir, en la cual se concreta el problema central que orienta la propuesta del proyecto Paraíso Escondido.

Definir

Figura 2

Mapa de empatía



Nota. Elaboración propia realizada en Canva

A partir de los resultados obtenidos en la fase de empatizar, se identificó que tanto los turistas como la comunidad local perciben un alto potencial turístico en los municipios de Norcasia (Caldas) y Nariño (Antioquia), debido a su riqueza natural, cultural y paisajística.

Sin embargo, también se evidenció la ausencia de una oferta turística organizada, sostenible y articulada, así como la limitada generación de ingresos para las familias campesinas, lo que dificulta el aprovechamiento responsable del territorio y pone en riesgo la conservación de sus ecosistemas y tradiciones.

El análisis permitió definir como problema central la falta de alternativas económicas sostenibles que integren a la comunidad rural como protagonista del turismo, al mismo tiempo que se garantice una experiencia segura, auténtica y bien estructurada para los visitantes. Esta situación ha llevado a que los recursos naturales y culturales del territorio no sean aprovechados de manera estratégica, y que persistan dinámicas como el desempleo rural y la migración hacia las ciudades.

En este contexto, Paraíso Escondido se define como una propuesta de turismo comunitario sostenible que busca articular los recursos naturales, culturales y humanos del territorio para generar oportunidades económicas complementarias para las familias rurales. El proyecto se desarrolla en una zona caracterizada por su biodiversidad, ríos, senderos naturales y aguas termales, elementos que, combinados con los saberes campesinos, constituyen la base para la creación de experiencias turísticas auténticas y de bajo impacto ambiental.

Desde el componente cultural, se reconoce la importancia de las prácticas campesinas, la gastronomía tradicional y los oficios ancestrales como elementos clave de la identidad del territorio. Estas expresiones culturales se incorporan a la propuesta turística no solo como actividades recreativas, sino como mecanismos de valorización del conocimiento local y de fortalecimiento del arraigo comunitario.

En el ámbito ambiental, el proyecto define como prioridad la conservación de los ecosistemas presentes en la región, promoviendo un turismo responsable que fomente el cuidado

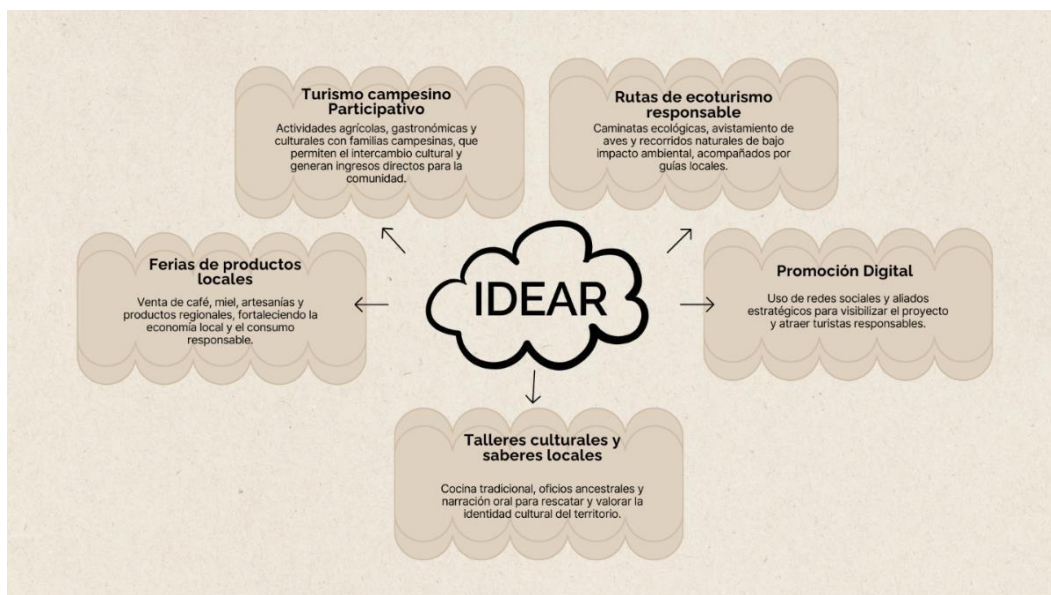
de los ríos, bosques y fauna silvestre. La participación de guías locales y familias anfitrionas permite sensibilizar a los visitantes sobre la importancia de preservar el entorno natural y adoptar prácticas sostenibles durante su experiencia turística.

De esta manera, la fase de definir consolida los insumos obtenidos en la etapa de empatizar y establece las bases conceptuales del proyecto Paraíso Escondido, orientando el diseño de soluciones que respondan de forma directa a las necesidades identificadas. Estos elementos sirven como fundamento para la siguiente fase de idear, en la cual se plantean alternativas creativas y participativas para materializar la propuesta de turismo comunitario.

Idear

Figura 2

Fase idear



Nota. Elaboración propia realizada en Canva

A partir del problema central definido en la fase anterior la falta de una oferta turística comunitaria organizada que genere ingresos sostenibles y conserve el territorio, la fase de idear se orienta a la construcción de alternativas creativas y viables que respondan a las necesidades

identificadas tanto en la comunidad como en los visitantes. En esta etapa, el proyecto Paraíso Escondido prioriza la participación de las familias campesinas como protagonistas del proceso, reconociendo sus saberes, recursos y capacidades locales.

El análisis permitió identificar que las soluciones debían cumplir con tres criterios fundamentales: generar beneficios económicos directos para la comunidad, ofrecer experiencias auténticas y diferenciadas a los turistas, y garantizar prácticas responsables con el medio ambiente. Con base en estos criterios, se plantean ideas orientadas a fortalecer el turismo comunitario desde un enfoque experiencial y sostenible.

Entre las principales alternativas propuestas se encuentra el turismo participativo campesino, el cual permite a los visitantes compartir la vida cotidiana de las familias rurales mediante actividades agrícolas, gastronómicas y culturales. Esta idea busca fortalecer el intercambio cultural, valorar el trabajo campesino y generar ingresos directos para los hogares anfitriones.

Asimismo, se proponen rutas de ecoturismo responsable, diseñadas a partir de senderos naturales para caminatas ecológicas, avistamiento de aves y actividades de bajo impacto, priorizando la conservación de los ecosistemas y el acompañamiento de guías locales capacitados. De manera complementaria, se plantean talleres culturales y de saberes locales, orientados a la transmisión de conocimientos tradicionales como la cocina campesina, los oficios ancestrales y la narración oral.

Otra idea relevante es la creación de ferias de productos locales, donde los turistas puedan adquirir café, miel, artesanías y otros bienes producidos en la región, fortaleciendo la economía solidaria y el consumo responsable. Finalmente, se contempla el uso de la promoción digital comunitaria y la articulación con aliados estratégicos como universidades, entidades públicas y

organizaciones sociales, con el fin de ampliar el alcance del proyecto y fortalecer las capacidades de la comunidad.

Estas ideas permiten dar respuesta directa al problema definido y sientan las bases para la fase de prototipar, en la cual se seleccionan y materializan aquellas propuestas con mayor potencial, a través de pruebas piloto que facilitan su validación en el territorio.

Prototipar

Figura 3

Fase prototipar

**FASE PROTOTIPAR
PROYECTO PARAÍSO ESCONDIDO**



PROTOTIPO 1
RUTA DE SENDERISMO ECOLÓGICO – RÍO MANSO

Experiencia guiada de 2 a 3 horas que combina caminatas interpretativas, contacto con la naturaleza y gastronomía local. Permite evaluar dificultad del recorrido, logística y disposición de pago.

PROTOTIPO 2
HOSPEDAJE EN CASAS CAMPESINAS

Convivencia directa con familias rurales para recrear la vida campesina tradicional. Permite validar la aceptación del turismo vivencial y detectar necesidades de capacitación en atención al cliente.





PROTOTIPO 3
TALLER DE COCINA TRADICIONAL

Preparación de platos típicos con técnicas ancestrales y productos locales. Valora los saberes culturales y el rol de las mujeres rurales como portadoras de conocimiento.

PROTOTIPO 4
UN DÍA COMO CAMPESINO

Jornada completa en una finca rural participando en labores agrícolas y actividades cotidianas del campo. Permite medir inmersión, aprendizaje, satisfacción del visitante e impacto económico.



Objetivo del prototipado

Transformar las ideas priorizadas en experiencias reales mediante pruebas piloto de bajo costo, que permitan evaluar su aceptación, funcionamiento y viabilidad antes de su implementación a mayor escala.

Enfoque del prototipo

El prototipado se concibe como una herramienta de aprendizaje, donde la retroalimentación de turistas y comunidad permite mejorar continuamente la propuesta.

Nota. Elaboración propia realizada en Canva

La fase de prototipar tiene como objetivo transformar las ideas priorizadas en experiencias concretas y tangibles, mediante pruebas piloto de bajo costo que permitan evaluar su aceptación, funcionalidad y viabilidad antes de una implementación a mayor escala. En el proyecto Paraíso Escondido, el prototipado se concibe como una herramienta de aprendizaje, en la que el error y la retroalimentación se convierten en insumos para el mejoramiento continuo de la propuesta.

A partir de las ideas planteadas en la fase de idear, se diseñaron varios prototipos orientados a validar las experiencias turísticas comunitarias y el nivel de participación de las familias campesinas. Uno de los prototipos desarrollados corresponde a la ruta de senderismo ecológico por el río Manso, una experiencia guiada de entre dos y tres horas que combina caminatas interpretativas, contacto con el entorno natural y gastronomía local. Esta prueba piloto se realizó con un grupo reducido de visitantes, permitiendo evaluar aspectos como la dificultad del recorrido, la organización logística y la disposición de pago.

Otro prototipo implementado fue el hospedaje en casas campesinas, el cual buscó recrear la vida rural tradicional mediante la convivencia directa con las familias anfitrionas. Esta experiencia permitió validar la aceptación del turismo vivencial, así como identificar necesidades de capacitación en atención al cliente y organización del servicio.

De igual forma, se desarrolló el prototipo del taller de cocina tradicional, enfocado en la preparación de platos típicos utilizando técnicas ancestrales y productos locales. Este prototipo permitió valorar el papel de las mujeres rurales como portadoras de saberes culturales y evaluar el interés de los visitantes por este tipo de experiencias educativas.

Finalmente, se implementó el prototipo Un día como campesino, una jornada completa en una finca rural donde los turistas participan en labores agrícolas y actividades cotidianas del

campo. Esta experiencia permitió medir el nivel de inmersión, aprendizaje y satisfacción de los visitantes, así como el impacto económico directo para las familias participantes.

En todos los prototipos se aplicaron mecanismos de validación como encuestas, entrevistas y espacios de conversación con turistas y comunidad, lo que permitió identificar fortalezas y oportunidades de mejora en aspectos logísticos, de seguridad y de estandarización del servicio. Los resultados obtenidos en esta fase se convierten en insumos fundamentales para la fase de evaluar, donde se analizan los aprendizajes y se realizan los ajustes necesarios para fortalecer la propuesta de valor del proyecto Paraíso Escondido.

Evaluar

La fase de evaluar permitió validar, a través de un proceso de testeo real, si la propuesta turística implementada para el proyecto Paraíso Escondido en los municipios de Norcasia (Caldas) y Nariño (Antioquia) cumplía con los objetivos inicialmente planteados. En esta etapa se analizaron los resultados obtenidos durante las pruebas piloto, con el fin de determinar si las actividades diseñadas senderismo, avistamiento de aves, gastronomía campesina, hospedaje familiar, la experiencia Un día como campesino y talleres culturales lograban ofrecer una experiencia auténtica, segura y significativa tanto para los visitantes como para la comunidad anfitriona.

El análisis evidenció avances importantes, ya que la mayoría de los objetivos propuestos se alcanzaron, especialmente en términos de satisfacción del visitante y fortalecimiento de la gestión comunitaria. Los turistas valoraron positivamente la autenticidad de las experiencias, la cercanía con las familias campesinas, la calidad del entorno natural y el componente cultural de la propuesta. Estos resultados confirman que la propuesta de valor del proyecto responde de

manera pertinente a las expectativas del mercado objetivo y al problema identificado en las fases anteriores.

La evaluación incluyó la medición de indicadores antes y después del proceso de testeo, lo que permitió identificar avances concretos tanto en la percepción del turista como en el nivel de involucramiento comunitario. Las familias campesinas demostraron un mayor grado de organización interna, compromiso y motivación para continuar vinculadas al proyecto, reconociendo el turismo comunitario como una alternativa real de generación de ingresos complementarios.

Desde el componente ambiental, se identificaron buenas prácticas en el manejo de residuos y en el respeto por los ecosistemas durante las actividades desarrolladas. No obstante, también se evidenciaron debilidades relacionadas con la señalización de senderos, el control de la circulación de los grupos y la definición clara de los recorridos, aspectos fundamentales para garantizar una experiencia segura y ordenada. En el ámbito económico, los ingresos generados durante el piloto permitieron estimar con mayor claridad el potencial financiero del proyecto y su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente el ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), el ODS 12 (producción y consumo responsables) y el ODS 15 (vida de ecosistemas terrestres).

A partir del análisis de los resultados, se identificaron tanto aciertos como oportunidades de mejora. Entre los aspectos positivos se destacan la narrativa turística centrada en la identidad campesina, la conexión emocional generada entre visitantes y comunidad, la gastronomía tradicional y el atractivo paisajístico del territorio. Sin embargo, también se detectaron debilidades que deben ser atendidas, como la falta de estandarización en precios y tiempos de las

actividades, la ausencia de señalización adecuada y algunas dificultades de coordinación entre guías, familias anfitrionas y turistas.

La retroalimentación de los usuarios se consolidó como un insumo clave para orientar las mejoras del proyecto. Los turistas recomendaron fortalecer la información previa a la visita, especialmente en lo relacionado con la duración de las actividades, el nivel de dificultad de las rutas y las recomendaciones logísticas. Por su parte, las familias anfitrionas reafirmaron su compromiso con el proyecto, pero manifestaron la necesidad de recibir capacitación en atención al cliente y manejo de grupos más numerosos.

En síntesis, la fase de evaluar permite concluir que Paraíso Escondido cuenta con un alto potencial para consolidarse como una experiencia de turismo comunitario sostenible. La comunidad evidencia una disposición real para participar, el territorio ofrece un valor ambiental y cultural significativo y las actividades diseñadas generan altos niveles de satisfacción en los visitantes. No obstante, para asegurar su sostenibilidad a largo plazo, el proyecto debe fortalecer sus aspectos operativos, ambientales y de comunicación.

Finalmente, se recomienda implementar señalización turística y ambiental en las rutas, establecer protocolos estándar de servicio, ajustar los tiempos y precios de las actividades, mejorar la comunicación previa al turista mediante fichas informativas claras, capacitar a las familias en el manejo de grupos y desarrollar un segundo ciclo de testeo que permita validar los ajustes propuestos. Estas acciones contribuirán a la consolidación de Paraíso Escondido como una oferta turística responsable, auténtica y de alto valor experiencial para la región.

Tabla 1*Plan de testeo*

Actividad	Descripción	Responsables	Indicadores de éxito	Tiempo estimado
Diseño de experiencia piloto	Definir ruta turística (senderismo, avistamiento, gastronomía local, hospedaje).	Equipo de coordinación + líderes comunitarios	Ruta diseñada y validada con mínimo 2 familias locales	1 semana
Convocatoria de turistas testers	Invitar a un grupo reducido (5-10 turistas) para vivir la experiencia piloto.	Comité de turismo comunitario + aliados (ONG, universidad, SENA)	Número de turistas confirmados (mínimo 5)	2 semanas
Ejecución de la experiencia piloto	Realizar el tour con los turistas testers: actividades culturales, naturaleza y hospedaje comunitario.	Guías locales + familias anfitrionas	Actividades realizadas según plan (100%)	2 días
Encuestas y entrevistas	Recoger retroalimentación de turistas y comunidad al finalizar la experiencia.	Equipo de evaluación	Encuestas respondidas (mínimo 80%)	Día 3
Análisis de resultados	Procesar datos de satisfacción, ingresos, aprendizajes y mejoras.	Coordinador del proyecto + apoyo académico	Informe con recomendaciones	1 semana
Ajustes a la propuesta	Implementar cambios en logística, servicios y promoción según hallazgos.	Comunidad + equipo gestor	Número de mejoras aplicadas (mínimo 3)	2 semanas

Nota. La tabla presenta el plan de testeo de una experiencia piloto de turismo comunitario, organizado en actividades secuenciales que incluyen el diseño de la ruta, la convocatoria de turistas, la ejecución de la experiencia, la recolección de retroalimentación, el análisis de resultados y los ajustes a la propuesta.

Indicadores globales de evaluación:

Satisfacción del turista: $\geq 4/5$ en promedio.

Recomendación de la experiencia: $\geq 80\%$ de los testers la recomendarían.

Ingresos comunitarios: Registro de ventas de alimentos, hospedaje y servicios.

Participación local: mínimo 5 familias involucradas en el piloto.

Sostenibilidad: manejo adecuado de residuos, mínimo impacto ambiental reportado.

Con este plan podremos demostrar que nuestro proyecto no solo es viable, sino que se ajusta a las necesidades reales de turistas y comunidad antes de escalarlo.

Tabla 2*Análisis de riesgos y desafíos potenciales*

Riesgo o desafío	Posible impacto	Estrategia de mitigación
Condiciones climáticas adversas (lluvias prolongadas, deslizamientos, etc.)	Cancelación de tours, insatisfacción del turista	Diseñar planes alternativos de actividades bajo techo, establecer temporadas ideales y sistemas de alerta temprana.
Baja afluencia de turistas durante el piloto	Dificultad para validar la viabilidad del modelo	Promoción a través de creadores de contenido especializados en turismo sostenible, alianzas con agencias de viajes y descuentos por lanzamiento.
Capacitación insuficiente de la comunidad	Experiencia turística inconsistente o negativa	Implementar formación continua en hospitalidad, atención al cliente y primeros auxilios.
Impacto ambiental involuntario	Deterioro de ecosistemas locales por sobrecarga turística	Definir límites de carga, guías locales certificados y campañas de concientización para turistas.

Nota. La tabla identifica los principales riesgos y desafíos del proyecto de turismo comunitario, junto con sus posibles impactos y las estrategias previstas para mitigarlos. Entre los riesgos se destacan las condiciones climáticas adversas, que podrían generar cancelaciones e insatisfacción de los turistas, frente a lo cual se proponen planes alternativos y una adecuada planificación por temporadas.

Plan de Mercadeo

Análisis del Entorno y Diagnóstico

El turismo comunitario y experiencial en Colombia viene creciendo durante los últimos años, esto debido a que el país cuenta con uno de los sistemas eco ambientales más biodiversos del mundo lo que hace que sea uno de los principales atractivos turísticos para la comunidad extranjera, cuenta con una calidad y calidez humana única, es decir sus gentes, campesinos y locales ofrecen una hospitalidad tan genuina y sincera que hace que los turistas quieran repetir la experiencia. Sabemos que en el turismo hay gran variedad de ofertas, pero el turismo vivencial y comunitario como paraíso escondido que ofrece experiencias auténticas, innovadoras como; un día como campesino, cocinar en las cocinas de las fincas como lo hacen nuestros campesinos, caminatas guiadas por habitantes de la comunidad por paisajes únicos, conocer la cultura del lugar que visitan, hacen que este tipo de turismo sea muy apetecido por turistas nacionales e internacionales.

Otro aspecto importante por resaltar es el valor que tiene el medio ambiente, es decir hoy en día nos preocupamos más por cuidar nuestro medio ambiente, algo que años atrás no era tan prioritario, es por eso que esta clase de turismo tiene tanta acogida, ya que los turistas interpretan que al hacer esta clase de turismo están contribuyendo a la preservación y conservación de los ecosistemas, esta clase de turismo enseña a los visitantes a valorar los recursos naturales desarrollando practicas desde sus hogares en las ciudades como un manejo adecuado de los residuos “clasificación de basuras” para disminuir la contaminación en quebradas, ríos y mares de nuestro planeta, aportando de esta manera a la consecución del ODS # 6 Agua limpia y saneamiento. El paisaje de paraíso escondido es quizás este uno de los puntos más fuertes ya que su ubicación es privilegiada al encontrarse al oriente del departamento de Caldas “Norcasia” y al

oriente del departamento de Antioquia “Nariño” ambos municipios cuentan con una biodiversidad muy similar: el mismo clima, ríos cristalinos, bosques verdes que ofrecen tranquilidad y aire puro.

En cuanto a lo económico según estudios de Bowen y Makens (2017), el turismo comunitario es un tipo de experiencia muy accesible para el turista local, nacional y extranjero, permitiéndole vivir experiencias auténticas, que dejen gran significancia para sus vidas a unos costos muy razonables, a la vez que se generan ingresos económicos para las familias locales. Por ejemplo, para el turista local se puede aprovechar excursiones con colegios, caminatas ecológicas contratadas con las alcaldías. Para el turista nacional también son bastantes accesibles, puesto que los precios que se manejan no representan un excesivo valor y para el turista extranjero el valor de los paquetes no representa una suma muy alta, ya que por lo general su moneda frente a la nuestra presenta una mejor valoración, lo importante en el aspecto económico es mantener una cifra estable, es decir no inflar los precios porque se trata de un turista nacional o extranjero.

Las herramientas tecnológicas son fundamentales para la promoción, reservas de paquetes y reseñas históricas de los viajeros de paraíso escondido. Si bien existen numerosos medios para promocionar a paraíso escondido, sin duda alguna las redes sociales juegan un papel fundamental a la hora de llegar a nuevos usuarios, estas herramientas digitales sirven de ayuda para dar a conocer a paraíso escondido, además contar con una página web permite que los usuarios puedan hacer reservas, conocer los servicios que ofrece paraíso escondido, los blogs permiten que los usuarios puedan conocer las experiencias que tuvieron los visitantes.

El turismo comunitario en Colombia cuenta con respaldo normativo como la ley 2068 de 2020. La cual fomenta la sostenibilidad del turismo y la implementación de mecanismo para la

conservación y protección de los destinos turísticos, PNUD (2020). Entonces esta ley me da la posibilidad de inscribir a paraíso escondido en el RNT, de esta forma podemos operar legalmente como un prestador de servicio turístico, lo que nos da legalidad y a la vez la confianza que el turista necesita para acceder a nuestros paquetes, por otra parte, evitamos sanciones por los entes reguladores.

Lo que diferencia al proyecto paraíso escondido de los demás, es que su capital humano, el cual está conformado por las familias campesinas, que no son solo trabajadores de una organización, son sus propios jefes y fundadores que se integran al proyecto brindando su conocimiento cultural y de la región, por supuesto que este capital humano debe capacitarse para que puedan ofrecer un servicio de excelente calidad. La infraestructura con la que cuenta el proyecto son las casas y fincas de la región, lo cual ofrece una experiencia diferente, ya que los turistas no se hospedarán en hoteles sino directamente en los hogares de las familias de paraíso escondido. Esto permite que la comunidad este más unida y trabaje colaborativamente para sacar el proyecto adelante, brindando una experiencia diferencial, dando a conocer la marca de paraíso escondido a nivel nacional, donde se diferencie por su liderazgo local, amabilidad de su gente e impacto social.

Como lo mencionamos en párrafos anteriores los futuros clientes, van desde la comunidad local, nacional e internacional, no alberga algún margen de edad, pues el programa está diseñado para niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, ya que cuenta con diferentes actividades que abarca todo tipo de público, todo va a depender de los gustos y de las capacidades de nuestros campesinos, por ejemplo para nuestros adultos mayores, pueden disfrutar de las vistas panorámicas que ofrecen nuestras fincas recostados en una buena silla o hamaca, mientras disfrutan de una buena taza de café, en compañía de sus familias y anfitriones.

Debemos saber que las principales motivaciones que ofrece paraíso escondido van desde descanso, aprendizaje, conexión cultural, conexión con la naturaleza y el deleite de platos fantásticos.

Debemos mencionar que uno de los puntos débiles o aspectos negativos de paraíso escondido es quizás el orden público y la infraestructura vial, que no se encuentra en las mejores condiciones. Es por lo que requerimos de la ayuda de los gobiernos local, departamental y nacional, para que articulen estrategias de seguridad

El anterior análisis nos permite identificar que paraíso escondido cuenta con las condiciones necesarias para ofrecer un servicio de turismo comunitario, esto en primer lugar a su talento humano, al diseño de experiencias auténticas e innovadoras, a una infraestructura rural disponible, a unos paquetes turísticos accesibles desde lo económico para toda clase de público, accesible desde el rango de edad por la diversidad de actividades que ofrece.

Descripción del Producto o Servicio

Figura 4

Marca y logo



Nota. Autoría propia

La marca paraíso escondido representa: autenticidad rural, conexión con la naturaleza, vida campesina real, turismo con alto impacto social, acogida del turista con calidad y calidez humana, descanso, calma, paz mental y cultura. La personalidad de la marca es la de ser cercana y humana, natural y sencilla, autentica cero artificialidades, responsable con la comunidad y con el medio ambiente. La promesa de la marca es vivir y sentir el campo, mirándolo desde adentro, desde la vida de los campesinos, compartiendo con la comunidad y creando recuerdos auténticos que perduren en el tiempo.

Elementos del Diseño

Montañas verdes: Simbolizan el entorno natural, la aventura y la majestuosidad del paisaje. Suaves pero prominentes, transmiten una sensación de protección y aislamiento, reforzando el concepto de "escondido".

Río azul: Representa la vida, la frescura y el flujo natural del entorno. También sugiere actividades al aire libre como kayak, caminatas o simplemente la contemplación del paisaje.

Árbol central: Ubicado estratégicamente en medio del logo, representa el corazón de Paraíso Escondido: la conexión con la naturaleza, la paz y la sostenibilidad.

Sol naciente: Añade calidez y un toque de esperanza y renovación. Indica que este es un lugar donde comienza una experiencia única y revitalizante.

Colores naturales (verde, azul, naranja): Los tonos utilizados refuerzan el mensaje ecológico y armónico del destino, manteniendo un diseño moderno, amigable y memorable.

Los servicios que ofrecemos en paraíso escondido son los siguientes: ruta de senderismo ecológico por el río manso guiado en todo momento por guías de la

región, el recorrido tiene una duración aproximadamente de 2 a 3 horas, combina senderismo con experiencias acuáticas cerca del río manso. Hospedaje en casas o fincas de la región, la idea principal es que el turista se sienta como un miembro más de la familia, esto se puede lograr al compartir las costumbres, consumir los mismos alimentos, realizar actividades lúdicas y escuchar radio novelas en los pasillos de las fincas como lo hacían años atrás nuestros abuelos. Otra actividad para realizar en paraíso escondido es la de los talleres de cocina tradicional, que nos solo consiste en la preparación de los platos típicos que se consumen en la región, sino que se trata de entender como cocinaban nuestras abuelas en los antepasados y conectarnos con otra época en la cual no existía la tecnología que hay actualmente. Por último, una actividad que llama mucho la atención es la de un día como campesino en la cual el turista vivirá una experiencia en una finca rural, donde se podrán practicar actividades como: ordeño, siembra o cosecha, vacunación, parto de animales entre otras actividades.

Mercado Objetivo de Paraíso Escondido

La propuesta de paraíso escondido no está orientada hacia un solo público objetivo, como lo mencionamos en párrafos anteriores, cualquier persona de cualquier edad y de cualquier origen nos pueden visitar, sin embargo, si podemos hacer una pequeña división para entender cómo podemos abordar y que le podemos ofrecer a los diferentes públicos. El primer segmento sería el Turismo Nacional, elegimos este mercado objetivo como el principal por varias razones: Mayor accesibilidad y menor costo logístico, ya que los turistas nacionales pueden llegar o desplazarse de manera más fácil a los municipios de Norcasia y Nariño, ya sea por vía terrestre o área hasta las ciudades de Medellín o Manizales, sin necesidad de utilizar vuelos internacionales

ni trámites migratorios, sin duda estos aspectos hacen que los costos en transporte y seguros se reduzcan considerablemente.

Otro aspecto relevante del público nacional es que ayuda a crear valor por lo que tenemos en nuestras regiones, a la vez que conocemos país, enviamos con esto un mensaje que no hay necesidad de salir del país para conocer lugares maravillosos, con esto le enseñamos a nuestra gente a tener sentido de pertenencia, a querer primero lo nuestro.

Al escoger este público objetivo como el principal, pretendemos que cada día más personas conozcan de nuestro paraíso escondido.

Dentro del público nacional por supuesto que contamos con nuestro público local, un público muy importante ya que, por medio de alianzas con las alcaldías e instituciones educativas, recibimos visitas de estudiantes y de las comunidades vecinas, con los cuales desarrollamos programas y actividades, que nos permitirá apreciar y valorar más el entorno que nos rodea.

No queremos segmentar la edad de las personas que nos visitan, pues como lo habíamos mencionado con anterioridad, hay gran variedad de actividades para toda clase de público. Lo que sí debe tenerse en cuenta es que el público que nos visita debe ser aquel que sienta interés por el turismo sostenible y con valor social, por entender o saber cómo es la vida rural, un público que quiera desconectarse de la vida digital, personas que buscan experiencias auténticas, culturales y ecológicas.

Algunas de las motivaciones que tienen las personas que visitan a paraíso escondido son: Poder conectarse con la naturaleza y con las tradiciones campesinas, vivir experiencias únicas como por ejemplo vivir un día como campesino o el taller de la cocina tradicional, otra gran motivación es poder contribuir con el desarrollo de las comunidades locales.

Un segundo segmento sería el público internacional, se elige este segmento luego de que el turismo nacional sirviera como plan piloto para abrirle la puerta a esta importante población.

La visita de turistas internacionales a nuestro país no solo contribuye en el aspecto económico dejando grandes sumas de dinero a los lugares que visitan, sino que además contribuye a mejorar la imagen de país ante la comunidad internacional. Una promoción turística bien ejecutada no solo mejora la imagen del país a nivel internacional, sino que además fomenta la confianza del mercado extranjero y la inversión en infraestructura y servicios del sector. Riaño (2020).

Este tipo de turista es muy importante para nuestro proyecto, pues la visita de turistas extranjeros a nuestro país va en crecimiento, los turistas extranjeros sienten especial fascinación por la biodiversidad de nuestros territorios y por la majestuosidad de los paisajes que tenemos, así como por la preservación y cuidado del medio ambiente, es un público al cual debemos tratar con igualdad, si bien es cierto que en la mayoría de los casos este tipo de público puede tener mayor capacidad de pago, nuestra esencia debe ser la de transparencia y honestidad en todo momento, por eso el precio de nuestros servicios siempre mantendrá una tarifa estándar, sin importar el público que nos visita.

Segmento educativo y Social: este segmento es importante porque ayuda desde los diferentes centros educativos a generar una cultura de cuidado y preservación de nuestro medio ambiente, así como a respetar las culturas y tradiciones de nuestro campesinado colombiano. Así como a valorar los alimentos que nos llegan a las grandes ciudades.

En el perfil de este segmento se ubican las universidades, colegios y fundaciones que realizan salidas pedagógicas programas de voluntariado o proyectos de desarrollo sostenible. Algunas de las motivaciones para este segmento son:

Aprender sobre la producción agrícola sostenible.

Fomentar conciencia social y ambiental.

Realizar experiencias inmersas con corta duración.

Análisis de La Competencia

Este análisis permite identificar como está constituida la competencia, que ofrece servicios turísticos comunitarios en las zonas de Norcasia (Caldas) y Nariño (Antioquia). El análisis debe incluir cuales son las características principales de su oferta, el precio de los servicios debilidades y fortalezas.

Este análisis es fundamental para saber cómo paraíso escondido debe actuar y que estrategia debe de utilizar para acaparar la atención de los clientes.

Los competidores directos los podemos encontrar en la siguiente tabla:

Tabla 3*Competidores directos*

Competidor	Ubicación	Qué ofrecen	Fortalezas	Debilidades	Amenazas
Norcasia Travel	Norcasia, Caldas	Turismo comunitario y rural, experiencias inmersivas en embalse, ríos, cascadas. Norcasia Travel	Experiencia en la zona, conocimiento del territorio, reconocimiento local	Baja integración comunitaria, oferta poco diferenciada, limitada innovación experiencial	capacidad operativa, temporada; servicios muy similares.
Norcasia Eco Tours	Norcasia, Caldas	Agencia local que ofrece naturaleza, aventura, senderismo, turismo comunitario. caldasesnatural.com	Enfoque ambiental, guías locales capacitados, conexión con la biodiversidad	Escasa oferta cultural y comunitaria, servicios poco diversificados	Cambios climáticos, restricciones ambientales, competencia creciente
Turismo Norcasia – TURES	Norcasia, Caldas	Planes turísticos con varios puntos naturales embalse Amaní, cascadas, río, actividades de aventura. Tures	Paquetes armados, variedad de actividades, experiencia operativa.	Modelo tradicional, baja participación directa de la comunidad rural, experiencias poco inmersivas	Proyectos con mayor valor social y vivencial
Antioquia de Aventura	Antioquia (opera en varios municipios, incluido Nariño)	Turismo de aventura, caminatas, actividades al aire libre	Experiencia operativa, enfoque en aventura	No es comunitario, poca conexión cultural local	Preferencia del turista por experiencias auténticas y responsables

Nota. La tabla presenta un análisis comparativo de los principales competidores turísticos en Norcasia (Caldas) y la región, identificando su ubicación, oferta, fortalezas, debilidades y amenazas. En general, los competidores ofrecen turismo de naturaleza, aventura y actividades al aire libre, con énfasis en embalses, ríos, cascadas y senderismo.

Los competidores directos se enfocan principalmente en actividades de senderismo, recorrido ecológicos, turismo de naturaleza y visitas guiadas a atractivos locales, la participación comunitaria en cuanto a las decisiones y en la distribución de los beneficios económicos es limitada, en términos de precios manejan tarifas que van desde los \$80.000 a \$180.000 por persona, el precio va a depender del tipo de actividad a realizar

Tabla 4*Competidores indirectos*

Competidor	Ubicación	Qué ofrecen	Fortalezas / que los hacen atractivos
Antioquia de Aventura Nariño	Nariño Ant	Turismo de naturaleza: senderismo en cascadas, visita a los Termales del Espíritu Santo, recorridos en zonas verdes, cerros como “Cerro de la Iguana”, “El Trincho”. <u>Antioquia de Aventura</u>	Es una empresa establecida, con reconocimiento local/regional. Tiene variedad de atractivos naturales, lo que le permite ofrecer varios paquetes. Ya hay experiencia en atención al turista. Buen atractivo de termales, cascadas, naturaleza.
Municipio de Nariño (gobierno local / Turismo municipal)	Nariño Ant	Apoyo al turismo local, señalización, difusión de atractivos, infraestructura básica, fiestas, turismo ecológico, aprovechamiento de termales y ríos. <u>antioquia.gov.co+2DiariOriente+2</u>	Tienen respaldo institucional, manejo de lo público, pueden promover el destino, rutas de acceso, promoción, pueden ordenar la oferta turística.
Puebloando por Antioquia	Nariño, Antioquia	Iniciativa que promueve el turismo rural y comunitario en municipios como Nariño. Difusión de la cultura local, paisajismo, flora y fauna, la hospitalidad de la gente local. Puebloando por Antioquia	Tiene presencia en redes, visibilidad, buena imagen, acoge visitantes bajo turismo rural más relajado, experiencia comunitaria, paisaje atractivo.

Nota. La tabla expone un análisis de competidores y actores clave en el turismo de Nariño, Antioquia, destacando su ubicación, oferta

y los factores que los hacen atractivos para los visitantes. En primer lugar, Antioquia de Aventura Nariño se posiciona como una empresa turística consolidada, con reconocimiento local y regional, que ofrece una amplia variedad de experiencias de naturaleza como senderismo, visitas a termales, cascadas y cerros, respaldada por su experiencia operativa y atención al turista.

Por otro lado, los competidores indirectos corresponden a fincas turísticas, hoteles rurales y alojamientos campestres ubicados en Norcasia y Nariño, ofrecen servicios de hospedajes y actividades recreativas, sin un enfoque social ni comunitario. Sus precios pueden oscilar entre \$120.000 y \$ 200.000 por persona y por noche. Esta experiencia está orientada principalmente al descanso y a la comodidad.

Tabla 5

Comparación de precios, servicios y experiencias

Criterio	Turismo comunitario (competencia directa)	Hoteles y fincas rurales (competencia indirecta)	Paraíso Escondido
Precio	Medio – accesible	Medio – alto	Accesible y justo
Tipo de hospedaje	Casas comunitarias	Habitaciones privadas	Casas y fincas familiares
Experiencia	Cultural y rural	Recreativa y de descanso	Vivencial y auténtica
Contacto con la comunidad	Alto	Bajo	Muy alto
Impacto social	Medio	Bajo	Alto
Personalización	Baja – media	Media	Alta
Enfoque sostenible	Parcial	Variable	Integral

Nota. La tabla presenta un análisis comparativo entre el turismo comunitario existente, los hoteles y fincas rurales como competencia indirecta, y la propuesta “Paraíso Escondido”, a partir de criterios clave de diferenciación. En términos de precio, Paraíso Escondido se posiciona como una alternativa accesible y justa, manteniendo competitividad frente a la oferta tradicional.

Las ventajas competitivas de paraíso escondido frente a sus competidores radican en su enfoque integral de turismo comunitario, donde el visitante no solo es un observador pasivo de la vida rural, sino que forma parte activa de ella. Además, la comunidad campesina participa activamente en la toma de decisiones y en la distribución de los beneficios económicos. Muy distinto a lo que sucede en los modelos tradicionales de turismo, en donde los beneficios económicos, llegan a las arcas de sus socios. Los puntos más representativos que diferencian a paraíso escondido de su competencia son:

Experiencias auténticas e innovadoras

Hospedaje en hogares reales de la comunidad

Participación directa del turista en la vida campesina

Los beneficios económicos, llegan directamente a las familias rurales, prestadoras de servicios.

Turismo responsable y sostenible

Atención personalizada y cercana

Podemos concluir que su principal elemento diferenciador, es que paraíso escondido se preocupa más por vender una experiencia humana real, con alto impacto social, que un solo alojamiento o tour y que, aunque existen diferentes ofertas de turismo rural y comunitario en el mercado, muchas de ellas no cuentan con la esencia que tiene paraíso escondido que es la autenticidad y la personalización del servicio. Por esta razón paraíso escondido se posiciona como una de las principales alternativas de turismo en la región.

Propuesta de Valor

La propuesta de valor la podemos sintetizar claramente en la respuesta que le demos al siguiente interrogante: ¿Por qué un turista debería de elegir paraíso escondido y no otro destino? La respuesta es porque en paraíso escondido puede vivir una experiencia real y autentica, compartir con la comunidad de forma directa, aprender sobre la cultura y costumbres de sus anfitriones “los campesinos”, a la vez que ayuda a la sostenibilidad de sus hogares con los recursos económicos que se obtienen, en otras palabras, porque paraíso escondido porque paraíso escondido tiene un alto componente social.

Estrategias de Mercadeo

Para que paraíso escondido tenga éxito, necesita desarrollar una serie de estrategias de mercadeo, que le permita ser visible ante su público objetivo. Entendemos que la mejor manera de dejar huella en los turistas que nos visitan es brindando un servicio de excelente calidad, es ahí en donde el papel del turista es primordial como primera estrategia de mercadeo de nuestra marca, es decir un cliente satisfecho hablara bien de paraíso escondido, recomendándolo con amigos y familiares, con base en lo anterior ofertamos un descuento del 20% para los turistas que vengan referenciados por aquellos que ya nos visitaron.

Actualmente estamos en la era de la digitalización, redes sociales como Facebook, TikTok, WhatsApp, Telegram entre otras, hacen posible que cientos de mensajes publicitarios lleguen a miles de clientes, por su puesto nuestras estrategias de marketing incluye estas importantes redes sociales como medio de difusión de paraíso escondido, sin embargo aunque este tipo de publicidad sean tan efectivas, no podemos dejar a un lado el mercadeo tradicional como volantes y afiches en zonas turísticas, por ejemplo, en las terminales de transporte se

pueden pegar afiches que promocionen a paraíso escondido como un sitio ideal para desconectarse del estrés de la ciudad y vivir una experiencia diferente.

Otra estrategia de marketing tradicional es la de establecer alianzas con agencias de viajes, con instituciones educativas del área local y nacional, donde visiten a paraíso escondido con fines educativos y de investigación los paquetes turísticos para este tipo de público tendrán un valor diferente. Asimismo, las ferias de turismo constituyen un espacio ideal para dar a conocer la marca y, como se mencionó en el párrafo anterior, la recomendación boca a boca se convierte en una herramienta fundamental de marketing.

En cuanto al mercadeo digital utilizaremos redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, la idea es diseñar anuncios publicitarios teniendo como base las actividades que desarrollaron los turistas que ya nos visitaron. La página web y blog de nuestra marca son otra herramienta de suma importancia a la hora de conseguir nuevos clientes, ya que muchas personas utilizan estas herramientas para ver testimonios de aquellos que ya vivieron la experiencia.

Como último punto, y si el presupuesto lo permite, se podría establecer colaboración con creadores de contenido especializados en turismo sostenible para fortalecer la promoción de la marca.

Estrategias de Precios

La estrategia de precios que diseñamos para los paquetes de paraíso escondido, se fundamenta en los principios de un turismo comunitario, comercio justo y socialmente sostenible, buscando siempre ofrecer experiencias vivenciales auténticas e innovadoras cuyos precios estén siempre accesibles, manteniendo un nivel estándar sin importar si el turista que nos visita es nacional o extranjero, la accesibilidad de los precios no deben comprometer en ningún

momento la rentabilidad del proyecto ni sacrificar los ingresos económicos de las familias rurales anfitrionas. Sin embargo, una de las prioridades del proyecto será mantener los precios por debajo del promedio del mercado de este tipo de turismo, estas decisiones se convierten en una estrategia para facilitar la atracción de visitantes, ayuda a posicionar la marca y la fidelización de clientes.

Tabla 6*Precios paraíso escondido*

Paquete	Duración	Incluye	Precio mercado aprox.	Precio Paraíso Escondido	Precio con 20% descuento (referidos)
Un día como campesino	1 día	Actividades agrícolas, alimentación típica, caminata ecológica, intercambio cultural	\$150.000 – \$180.000	\$120.000	\$96.000
Fin de semana comunitario	2 días / 1 noche	Hospedaje familiar, alimentación completa, actividades campesinas, recorridos naturales	\$350.000 – \$420.000	\$280.000	\$224.000
Experiencia completa Paraíso Escondido	3 días / 2 noches	Hospedaje extendido, inmersión comunitaria, talleres culturales, acompañamiento permanente	\$600.000 – \$700.000	\$480.000	\$384.000

Nota. La tabla presenta la estructura de paquetes turísticos de Paraíso Escondido, comparando la duración, los servicios incluidos y los precios frente al mercado. Se evidencia que la propuesta ofrece tarifas competitivas y accesibles, por debajo del precio promedio del mercado, sin sacrificar la calidad ni la profundidad de la experiencia.

Los precios establecidos para los paquetes turísticos de Paraíso Escondido se definen a partir de un análisis comparativo del mercado de turismo rural y comunitario, ubicándose por debajo del promedio de precios existentes, sin afectar la rentabilidad del proyecto. Asimismo, se implementa un descuento del 20% para turistas referenciados por visitantes anteriores, como estrategia de fidelización y promoción boca a boca, manteniendo un equilibrio entre accesibilidad, sostenibilidad económica e impacto social.

Canales de Distribución

Los canales de distribución de paraíso escondido definen los medios a través de los cuales los turistas pueden conocer, reservar y acceder a los diferentes paquetes turísticos que ofrecemos en el proyecto. Los canales que mencionaremos a continuación han sido elegidos pensando en facilitar la tarea de aquellas personas que quieran visitarnos, es decir que la forma de hacer reservas o conocer nuestros productos sea de una forma sencilla y a la vez segura, evitando intermediarios y logrando maximizar los beneficios económicos para la comunidad que interviene en el proyecto.

Nuestro primer canal de distribución son las redes sociales, entre ellas tenemos: WhatsApp, Instagram, Facebook y TikTok, el objetivo de las redes sociales es el de promocionar las experiencias que se pueden vivir en paraíso escondido, estas nos sirven para difundir toda clase de contenido audio visual y testimonios de aquellos que ya nos visitaron y que pueden dar fe que en paraíso escondido en realidad se vive una experiencia auténtica y enriquecedora, el canal de WhatsApp nos puede servir como atención de consultas y WhatsApp Business como canal principal de reservas y atención personalizada, algunas ventajas de este tipo de canal son: comunicación directa y rápida, envió detallado de los paquetes que ofrecemos, confirmación de reservas, seguimiento pre y post experiencia.

Otro canal de distribución es el contacto directo y los referidos, ya que el proyecto promueve la recomendación de boca a boca y además hace un porcentaje de descuento para las personas que sean referidas.

Canales de distribución indirectos permiten ampliar el alcance del proyecto y llegar a nuevos mercados, manteniendo siempre la coherencia con el enfoque de proyecto comunitario sostenible y solidario, algunos de estos canales son: agencias de viajes y operadores turísticos, se realizarán alianzas con agencias locales, operadores de turismo real, como también con guías independientes, cuyo propósito de estas alianzas será el de comercializar los diferentes paquetes del proyecto, captación de turistas nacionales e internacionales.

Paraíso escondido también se apoyará de plataformas digitales de turismo con uso estratégico de plataformas especializadas como: Airbnb experiences, booking (experiencias rurales), plataformas de turismo sostenible, cuya función aparte de captar la atención de posibles clientes es la de hacer más visible el proyecto, darle credibilidad a la marca, crear un canal de acceso a nuevos mercados. Las instituciones y organizaciones también funcionan como canales de distribución, entre ellas podemos encontrar: alcaldías y oficinas de turismo, universidades, ONG y fundaciones y programas de turismo comunitario.

Podemos concluir que los canales de distribución definidos en Paraíso Escondido permiten una comercialización eficiente, manteniendo siempre la coherencia con su enfoque comunitario, sostenible y social donde la prioridad va a ser siempre el turista, dicho enfoque nos va a permitir tener un contacto directo con él, por medio del uso de plataformas digitales estratégicas, garantizando accesibilidad, sostenibilidad económica y fortalecimiento del desarrollo local.

Alianzas Estratégicas

Dentro de los aliados estratégicos lo podemos diferenciar por: Institucionales, Ambientales y Rurales, Empresariales y Comerciales, Académicos y de Innovación, Sociales y de Cooperación.

Institucionales

Entidad como el ministerio de comercio, industria y turismo, tienen programas de fortalecimiento para el turismo comunitario y sostenible.

Fontur: (Fondo Nacional de Turismo) puede llegar hacer uno de los aliados estratégicos más importantes ya que su misión es apoyar proyectos de turismo en Colombia. Cuentan con convocatorias para apoyar económicamente iniciativas de turismo rural, comunitario y sostenible.

Gobernación de Caldas y Antioquia: Pueden ayudar con apoyo logístico y de infraestructura logística.

Alcaldías de Norcasia y Nariño: Promoción local, permisos y articulación con la comunidad.

Sena Regional Caldas y Antioquia: El SENA puede ofrecer cursos, talleres y certificación gratuita en temas que están directamente relacionados con las actividades a desarrollar en el proyecto de Paraíso Escondido como los son: acompañamiento turístico local y atención al visitante, manipulación de alimentos y gastronomía tradicional, buenas prácticas de alojamiento rural, primeros auxilios y seguridad turística, marketing digital y servicio al cliente. Todo esto elevará el servicio y permitirá que los habitantes de Norcasia y Nariño se formen como anfitriones profesionales.

Ambientales y Rurales

Corpocaldas y Corantioquia: ofrecen acompañamiento en manejo ambiental, señalización ecológica y conservación.

Parques naturales y reservas locales, ayudaran a la integración de rutas ecoturísticas y senderos.

Asociaciones campesinas locales: serán los que proporcionan el hospedaje, los alimentos y las diferentes actividades.

Empresariales y Comerciales

Agencias de turismo sostenible como: (Awake, Impulse Travel, Planeterra), promoción del destino en plataformas nacionales e internacionales.

Empresas locales de transporte: Las principales terminales de las ciudades como Medellín, Pereira, Bogotá entre otras son un buen aliado estratégico, ya que puede haber publicidad en las distintas terminales, así como en los buses. Además de ofrecer paquetes turísticos hacia nuestro destino con transporte incluido.

Plataformas digitales como: (Airbnb Experiences, Booking, redes sociales como Facebook, TikTok, Instagram) Ideales para promocionar y hacer venta directa de experiencias turísticas rurales.

Plan de Acción

El plan de acción de mercadeo de paraíso escondido transforma las estrategias que se definieron en capítulos anteriores en actividades concretas, de esta forma se organiza ejecuta y se evalúan las acciones necesarias para que el proyecto de paraíso escondido se posicione en el mercado, con el propósito de que podamos atraer turistas y garantizar la sostenibilidad económica y social del proyecto.

El objetivo principal es el de posicionar a paraíso escondido como una alternativa de turismo comunitario autentico y accesible para toda clase de público, incrementando el número de reservas, fortaleciendo la visibilidad del proyecto a la vez que se promueve el impacto social de las comunidades rurales donde se desarrolla el proyecto.

Tabla 7*Plan de acción de mercadeo*

Actividad	Responsable	Cronograma	Recursos necesarios	Indicadores de seguimiento
Creación y fortalecimiento de redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok)	Coordinador de mercadeo / Líder del proyecto	Mes 1 – Permanente	Celular, internet, contenido audiovisual	Número de seguidores, alcance, interacciones
Producción de contenido experiencial (fotos, videos, testimonios)	Comunidad anfitriona / Equipo de mercadeo	Mes 1 – Permanente	Cámara o celular, edición básica	Número de publicaciones, engagement
Implementación de WhatsApp Business para reservas	Administrador del proyecto	Mes 1	Celular, línea telefónica, catálogo digital	Número de consultas y reservas
Alianzas con agencias y operadores turísticos	Líder del proyecto	Mes 2 – Mes 4	Reuniones, material informativo	Número de alianzas firmadas
Publicación en plataformas de turismo	Equipo de mercadeo	Mes 2	Registro en plataformas	Número de visitas al perfil
Programa de referidos (descuento del 20%)	Administrador del proyecto	Mes 2 – Permanente	Base de datos de clientes	Número de reservas por referidos
Participación en ferias y eventos locales	Representante comunitario	Mes 3 – Mes 6	Material promocional	Número de contactos generados
Diseño y distribución de material promocional	Equipo comunitario	Mes 1 – Mes 3	Volantes, afiches	Número de materiales entregados

Nota. La tabla describe el plan de mercadeo y promoción del proyecto Paraíso Escondido, detallando las actividades, responsables, cronograma, recursos necesarios e indicadores de seguimiento. El plan prioriza el uso de canales digitales, especialmente redes sociales y contenido experiencial, como estrategia permanente para aumentar visibilidad, interacción y posicionamiento del proyecto.

Los recursos humanos que requiere el proyecto para su ejecución son: coordinador del proyecto, equipo comunitario, familias anfitrionas, apoyo en mercadeo digital. Los recursos técnicos que se requieren son: teléfonos móviles, acceso a internet, redes sociales activas, WhatsApp business y material audiovisual. Los recursos financieros son: producción de material gráfico, publicidad digital básica, inscripción en plataformas, participación en eventos como ferias turísticas.

El plan de acción de paraíso escondido estable una ruta para la implementación de las estrategias propuestas, con esto se busca asegurar una gestión organizada, participativa y orientada a resultados, lo cual fortalecerá el posicionamiento de la marca, contribuyendo al desarrollo económico y social de la comunidad.

Presupuesto del Proyecto Paraíso Escondido

El presupuesto del proyecto Paraíso Escondido contempla exclusivamente los recursos económicos necesarios para la fase inicial de puesta en marcha del emprendimiento, priorizando la operación básica, la promoción del servicio y el fortalecimiento de las capacidades locales durante los primeros seis meses de funcionamiento.

El monto total de la inversión inicial asciende a \$57.607.026, valor que se encuentra debidamente soportado en la tabla de presupuesto y corresponde principalmente a costos de nómina, desarrollo de herramientas digitales, promoción, logística operativa y un fondo de contingencia equivalente al 5 %.

Este presupuesto se articula con un modelo de operación de escala limitada, coherente con la capacidad instalada del proyecto y con una estrategia de crecimiento gradual, evitando sobredimensionar la inversión frente a los ingresos esperados en el

primer año de operación. De esta manera, el uso de los recursos se orienta a garantizar la sostenibilidad financiera y la eficiencia en la asignación del capital inicial.

Tabla 8

Tabla presupuesto inicial

Concepto	Descripción	Costo
Nómina (6 meses)	Puesto administrativo (\$3.042.000), auxiliar en marketing digital y administración (\$2.300.000) y guía turístico (\$1.909.171), en estos valores están incluidas las prestaciones sociales.	\$43.507.026
Desarrollo de sitio web	Diseño, estructura y mantenimiento inicial.	\$2.500.000
Campañas publicitarias y material promocional	Diseño de marca, contenido digital, gestión de redes y anuncios pagos.	\$6.000.000
Logística y operación turística	Transporte, materiales ecológicos, seguros y alimentación.	\$3.500.000
Fondo de contingencia (5%)	Reserva para imprevistos y gastos no previstos.	\$2.100.000
Total		\$57.607.026

Nota. La tabla presenta el presupuesto general del proyecto, describiendo los principales conceptos de inversión y sus respectivos costos, con énfasis en la nómina como el rubro de mayor participación.

Modelo de Negocio Canvas

El modelo CANVAS aplicado al proyecto Paraíso Escondido permite comprender de manera integral la lógica del emprendimiento social, en coherencia con los resultados obtenidos en la metodología Design Thinking. Este modelo no se presenta como una lista fragmentada de componentes, sino como un sistema interrelacionado que integra la propuesta de valor, los actores involucrados y la sostenibilidad económica, social y ambiental del proyecto. Osterwalder y Pigneur (2010).

En primer lugar, el proyecto se apoya en una red de socios clave conformada por las comunidades rurales y las familias anfitrionas de los municipios de Norcasia (Caldas) y Nariño (Antioquia), quienes participan activamente como prestadores de servicios turísticos. A estos actores se suman emprendedores locales, entidades públicas municipales, instituciones educativas, organizaciones sociales y aliados estratégicos del sector turístico, los cuales aportan acompañamiento técnico, formación, legitimidad institucional y apoyo en la promoción del emprendimiento. Estas alianzas resultan fundamentales para garantizar una operación articulada y una distribución equitativa de los beneficios generados por el turismo comunitario.

A partir de esta articulación, el proyecto desarrolla una serie de actividades clave orientadas al diseño, operación y mejora continua de las experiencias turísticas. Entre estas actividades se encuentran la creación de rutas ecológicas y culturales, la organización de experiencias de hospedaje rural y gastronomía tradicional, la capacitación de las familias en atención al visitante y sostenibilidad, la gestión de la promoción digital y la evaluación permanente de la experiencia del turista. Estas acciones permiten asegurar la calidad del servicio y la coherencia del proyecto con su enfoque social y ambiental.

La propuesta de valor de Paraíso Escondido se fundamenta en ofrecer experiencias auténticas de turismo comunitario sostenible, en las que el visitante puede conectar de manera directa con la cultura campesina, la naturaleza y la vida rural. A través de actividades vivenciales como el hospedaje en fincas campesinas, los recorridos ecológicos, los talleres culturales y la experiencia “Un día como campesino”, el proyecto brinda una alternativa al turismo tradicional, generando bienestar para los visitantes y oportunidades económicas para las comunidades anfitrionas, al tiempo que promueve la conservación del territorio.

Esta propuesta se dirige a segmentos de clientes conformados por turistas nacionales e internacionales interesados en el turismo de naturaleza y comunitario, familias, parejas, grupos académicos e instituciones que buscan experiencias con sentido social y ambiental. Se trata de un público que valora el contacto con la comunidad local, el respeto por el entorno natural y la autenticidad de las experiencias ofrecidas.

La relación con estos clientes se construye a partir de un enfoque cercano y personalizado, basado en la comunicación clara antes, durante y después de la experiencia turística. La relación con los clientes se fortalece mediante el acompañamiento directo de la comunidad anfitriona, la atención oportuna a las necesidades del visitante y la retroalimentación constante, lo que contribuye a generar confianza, fidelización y recomendación del proyecto.

Para llegar a los clientes y facilitar el acceso a la oferta turística, el proyecto utiliza diversos canales de comunicación y comercialización, entre los que se destacan las redes sociales, el uso de WhatsApp Business para la gestión de reservas, la recomendación boca a boca y las alianzas con operadores turísticos y entidades locales. Estos canales permiten ampliar el alcance del proyecto y posicionarlo como una alternativa de turismo comunitario responsable.

El funcionamiento del emprendimiento se sostiene en una serie de recursos clave, entre los que se encuentran el capital humano comunitario representado por las familias campesinas y los guías locales, los recursos naturales del territorio como ríos, senderos y paisajes rurales, los saberes culturales y gastronómicos, así como los recursos tecnológicos necesarios para la promoción y la gestión del proyecto.

En cuanto a la estructura de costos, el proyecto contempla gastos asociados a la capacitación de la comunidad, la adecuación básica de infraestructura, la logística operativa, la promoción y la gestión administrativa. Estos costos se gestionan de manera responsable, procurando un equilibrio entre la sostenibilidad financiera del emprendimiento y la accesibilidad de la oferta para los visitantes.

Las fuentes de ingresos de Paraíso Escondido provienen principalmente de la comercialización de experiencias turísticas comunitarias, que incluyen el hospedaje rural, las actividades vivenciales, la gastronomía tradicional y la venta de productos locales como artesanías y alimentos propios de la región. Estos ingresos se distribuyen de forma directa entre las familias participantes y se reinvierten parcialmente en el fortalecimiento del proyecto y de la comunidad.

En síntesis, el modelo CANVAS del proyecto Paraíso Escondido evidencia una estructura de negocio coherente y viable, alineada con los principios del emprendimiento social y el turismo comunitario sostenible, la articulación entre sus componentes permite generar valor económico, social y cultural, consolidando al proyecto como una alternativa real de desarrollo local con identidad territorial y proyección a largo plazo. Osterwalder y Pigneur (2004).

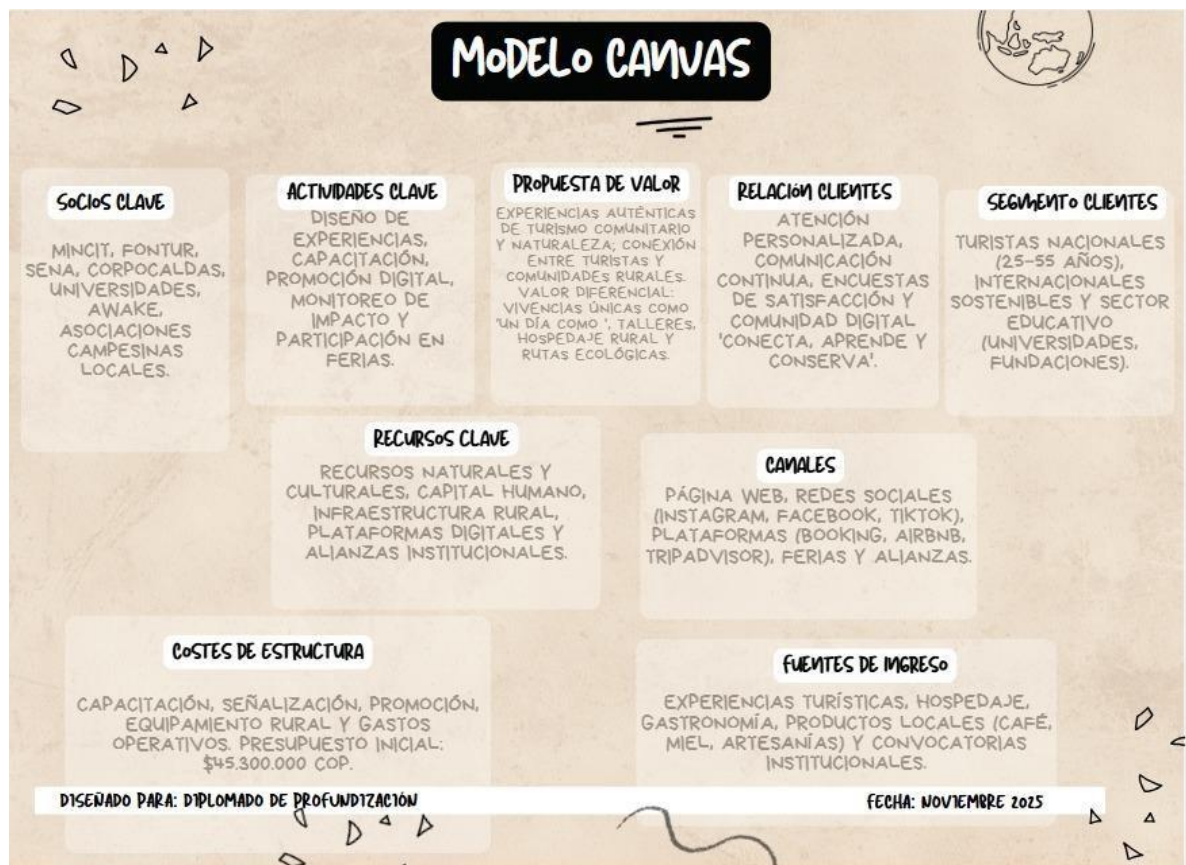
Tabla 9*Modelo Canvas*

Bloque Canvas	Descripción Paraíso Escondido
Propuesta de valor	Experiencias de turismo comunitario auténticas, sostenibles y vivenciales que conectan al visitante con la cultura campesina
Segmentos de clientes	Turistas nacionales e internacionales, instituciones educativas, familias y parejas interesadas en turismo responsable
Canales	Redes sociales, WhatsApp Business, alianzas con operadores turísticos, recomendación boca a boca
Relación con clientes	Atención personalizada, acompañamiento comunitario y retroalimentación posterior a la experiencia.
Fuentes de ingreso	Venta de paquetes turísticos, hospedaje rural, talleres culturales, gastronomía local
Recursos clave	Familias campesinas, guías locales, recursos naturales, saberes culturales
Actividades clave	Diseño de experiencias, operación turística, promoción digital, capacitación comunitaria
Socios clave	Comunidad local, alcaldías, SENA, FONTUR, MinCIT
Estructura de costos	Capacitación, logística, promoción, mantenimiento, administración

Nota. La tabla presenta el modelo Canvas del proyecto Paraíso Escondido, describiendo su propuesta de valor, segmentos de clientes, canales, relaciones, fuentes de ingreso, recursos, actividades, socios clave y estructura de costos.

Figura 5

Modelo Canva



Nota. Elaboración propia realizada en Canva

Proyecciones Operativas y Financieras

La planeación financiera es un elemento fundamental para determinar la viabilidad económica de los proyectos de emprendimiento social y comunitario. En el caso del proyecto Paraíso Escondido, orientado para aportar al turismo rural y de naturaleza en el municipio de Norcasia (Caldas) y Nariño (Antioquia) resulta indispensable proyectar el comportamiento de la demanda, definir precios adecuados, estimar los ingresos esperados y calcular el punto de equilibrio que permita evaluar la sostenibilidad del modelo de negocio.

Este informe presenta el análisis detallado de las proyecciones de ingresos, basado en el estudio de la población objetivo, las características del consumo turístico y el porcentaje de mercado que se espera captar durante el primer año de operación.

Asimismo, se establece el precio de venta del servicio, sustentado en los costos fijos y variables, la competencia existente y la disposición a pagar del mercado. Finalmente, se construyen las proyecciones financieras mensuales y anuales, con el fin de medir la capacidad del proyecto para generar ingresos y asegurar su continuidad en el tiempo.

Con base en la información del documento “Desarrollo de las proyecciones operativas y financieras del proyecto Paraíso Escondido” se presenta a continuación la actualización que integra las cifras mensuales necesarias para visualizar la capacidad operativa del proyecto, estas cifras permiten establecer las bases para la futura proyección de ingresos mensuales y anuales.

La capacidad instalada del proyecto Paraíso Escondido corresponde a un total de 200 m² de infraestructura operativa, distribuidos entre hospedaje rural, restaurante comunitario, taller artesanal/aula ambiental y oficina administrativa, ocupando el 100 % del espacio disponible.

Con base en esta infraestructura, el proyecto tiene la capacidad de atender 40 turistas mensuales, lo que equivale a 480 turistas anuales en su primer año de operación.

Esta cifra constituye el límite máximo de atención mensual, por lo cual todas las proyecciones de ingresos se construyen tomando como referencia esta capacidad real y verificable.

Se proyecta un crecimiento anual del 10 %, sustentado en el posicionamiento progresivo del proyecto, la mejora en los procesos operativos y el fortalecimiento de la estrategia de promoción, sin comprometer la calidad del servicio ni exceder la capacidad instalada disponible.

Tabla 10*Capacidad instalada de paraíso escondido*

Capacidad instalada Concepto	Unidad de medida	Área (m ²)	% espacio utilizado
Hospedaje rural (4 casas o fincas campesinas)	4 unidades	80 m ²	40%
Restaurante comunitario	1 unidad	60 m ²	30%
Taller artesanal / aula ambiental	1 unidad	40 m ²	20%
Oficina administrativa	1 unidad	20 m ²	10%
Total	200 m ²		100%

Nota. La tabla describe la capacidad instalada del proyecto, especificando los principales espacios físicos disponibles, su unidad de medida, el área ocupada y el porcentaje de utilización del total.

En conjunto, el proyecto cuenta con una infraestructura de 200 m², distribuida de manera equilibrada según las funciones operativas y comunitarias.

Unidad de medida oficial: m²

El 100% del espacio total disponible (200 m²) está actualmente actualizado

La Capacidad mensual asociada en hospedaje es de 40 turistas / mes que es la base para calcular ingresos de alojamiento.

La Capacidad mensual asociada en el Restaurante comunitario: 40 servicios mensuales (mínimo) se encarga de calcular el ingreso de alimentos.

La Capacidad mensual asociada en el taller artesanal: es de 4 a 8 talleres al mes (según demanda), que es la base para ingresos por experiencia.

La Capacidad mensual asociada en oficina administrativa: se encarga del Área operativa.

La capacidad instalada del proyecto Paraíso Escondido corresponde a un total de 200 m² de infraestructura operativa distribuida en hospedaje rural, restaurante comunitario, taller artesanal/aula ambiental y oficina administrativa, ocupando el 100 % del espacio disponible.

La capacidad instalada permite atender 40 turistas mensuales, equivalente a 480 turistas anuales, con un crecimiento proyectado del 10 % por año.

Esta información constituye la base para la elaboración de las proyecciones financieras del proyecto Paraíso Escondido.

Descripción General

Los siguientes elementos corresponden a los recursos físicos esenciales para la operación del proyecto Paraíso Escondido. Estos bienes permiten realizar las actividades turísticas, garantizar la seguridad de los visitantes y apoyar los procesos logísticos de las experiencias rurales y naturales.

Es importante señalar que estos elementos no se consideran activos fijos, ya que no corresponden a maquinaria industrial o equipos de alto valor.

En cambio, se clasifican como bienes de apoyo operativo, requeridos para iniciar las actividades del proyecto y asegurar su funcionamiento básico.

Tabla 11*Descripción de maquinaria y elementos operativos*

Concepto	Cantidad	Valor unitario (COP)	Valor total (COP)
Estufas ecológicas rurales	2	1.200.000	2.400.000
Congelador / nevera industrial pequeña	1	1.500.000	1.500.000
Kits de senderismo (botiquín, señalética, linternas)	5	250.000	1.250.000
Equipos de camping (carpas, colchonetas)	4	350.000	1.400.000
Herramientas de mantenimiento (palas, machetes, guadaña manual)	1 set	800.000	800.000
Señalización ecológica para rutas	20 señales	40.000	800.000
Bicicletas ecológicas	2	1.000.000	2.000.000
Equipos audiovisuales (cámara, micrófono, trípode)	1 set	2.000.000	2.000.000
Uniformes y dotación de guías	5	180.000	900.000
Mobiliario de hospedaje rural (camas, colchones, lencería)	6	450.000	2.700.000

Total, estimado: \$15.750.000

Nota. La tabla presenta la inversión en maquinaria y elementos operativos del proyecto, detallando cantidades, valores unitarios y costos totales por concepto, orientados a garantizar una operación turística segura y sostenible.

Estos elementos no generan depreciación como activo, ya que hacen parte del equipamiento básico para el desarrollo de las actividades y deben registrarse como inversión inicial o dotación operativa, no como activos fijos ni como costos mensuales.

Distribución en Planta (Primeros 3 meses)

Zona 1: Atención al Visitante (habilitación mes 1)

Recepción básica

Área de inducción

Exhibición de productos locales

Zona 2: Experiencias comunitarias y ecológicas (habilitación mes 1–2)

Fogón tradicional en funcionamiento desde el mes 1

Talleres culturales habilitados mes 2

Zona agrícola demostrativa habilitada mes 2–3

Zona 3: Hospedaje y servicios (habilitación mes 2–3)

Habitaciones y camping listos mes 2

Baños ecológicos operativos mes 3

Cuarto de herramientas habilitado desde mes 1

La circulación interna se proyecta como un recorrido lineal ecoeficiente, reduciendo tiempos de traslado y mejorando la experiencia del visitante.

Recursos Humanos y Descripción de Cargos

El proyecto requiere un equipo multidisciplinario que garantice la operación turística, la atención al visitante, la gestión administrativa y la articulación comunitaria.

Tabla 12*Descripción de cargos y funciones principales*

Cargo	Funciones principales	Cantidad
Coordinador del proyecto	Gestión operativa, planificación, alianzas, informes.	1
Guías turísticos locales	Conducción de rutas, interpretación ambiental y cultural.	1
Auxiliar en marketing y administración	Encargado de la publicidad, de administrar las redes sociales del proyecto reservas, facturación, control de inventarios	1

Nota. La tabla presenta la estructura del equipo humano del proyecto, especificando los cargos, sus funciones y el número de personas requeridas; el coordinador del proyecto cumple un rol estratégico y operativo en la planificación, coordinación, gestión de alianzas y elaboración de informes.

Costos de Nómina + Prestaciones (38.352%)

Se aplicó la carga prestacional correcta: 38.352%: Pensión + ARL + Caja + Cesantías + Intereses + Prima + Vacaciones

Proyección de Sueldos + Parafiscales (Mes 3)

Tabla 13*Costos de nómina + prestaciones*

Cargo	Salario base	prestacional (38,352%)	Total, Mensual
Coordinador	2.200.000	842.000	\$3.042.000
1 guía turístico	1.423.500	485.671	\$1.909.171
Auxiliar en marketing y administración	1.650.000	485.671	\$2.300.000

Nómina mensual total (1 Mes): \$7.251.171

Nota. La tabla detalla la estructura salarial mensual del equipo del proyecto, desagregando el salario base, el componente prestacional y el costo total mensual por cargo.

Tabla 14*Evolución mensual de la nómina*

Mes	Nómina
Mes 1	\$7.251.171
Mes 2	\$14.502.342
Mes 3	\$21.753.513

Nota. La tabla presenta la proyección acumulada del gasto en nómina durante los primeros meses del proyecto, evidenciando el costo mensual y su acumulado por periodo.

Tabla 15*Costos fijos mensuales*

Concepto	Valor
Nómina	\$7.251.171
Arriendo	\$700.000
Servicios públicos	\$150.000
Internet	\$60.000
Total	\$8.161.171

Nota. La tabla presenta los costos fijos mensuales del proyecto, destacando la nómina como el principal rubro operativo, lo que evidencia la relevancia del recurso humano en la operación.

Tabla 16*Costos fijos anuales*

Concepto	Valor
Nómina	\$87.014.052
Arriendo	\$8.400.000
Servicios públicos	\$1.800.000
Internet	\$720.000
Total	\$97.934.052

Nota. La tabla presenta los costos fijos anuales del proyecto, evidenciando que la nómina constituye el principal rubro de gasto.

El proyecto requiere un capital de trabajo inicial que permita cubrir insumos.

Tabla 17*Distribución sugerida del capital de trabajo*

Concepto	Valor
Insumos de cocina	\$3.000.000
Materiales para experiencias	\$1.000.000
Aseo y desinfección	\$300.000
Fondo de contingencias	\$600.000
Total	4.900.000

Nota. La tabla presenta la distribución del capital de trabajo del proyecto, detallando los recursos destinados a insumos, materiales, aseo y fondo de contingencias.

Justificación de La Estructura de Costos

La dotación operativa inicial responde a condiciones mínimas para garantizar la seguridad y comodidad del visitante.

El capital de trabajo asegura liquidez para cubrir los costos variables propios de los pilotos turísticos.

La nómina progresa de forma gradual, lo que se ajusta a la sostenibilidad financiera del proyecto.

El arriendo de \$700.000 mensuales es indispensable para disponer de un espacio físico apto para recibir visitantes, almacenar insumos y operar experiencias comunitarias.

Los costos fijos reflejan la estabilidad operativa del proyecto, mientras que los variables permiten flexibilizar la oferta según demanda.

Equipos de Oficina

Los equipos de oficina constituyen los elementos fundamentales para garantizar el funcionamiento administrativo, la gestión de reservas, la comunicación con los visitantes y la organización interna del proyecto. Su propósito es facilitar los procesos administrativos, fortalecer la atención al cliente y asegurar el registro adecuado de la operación turística.

Tabla 18*Equipos de oficina*

Equipo / Elemento	Cantidad	Valor unitario	Total
Computador portátil	1	2.000.000	2.000.000
Impresora multifuncional	1	800.000	800.000
Escritorios	2	300.000	600.000
Sillas ergonómicas	2	250.000	500.000
Archivero metálico	1	400.000	400.000
Teléfono móvil para atención	1	600.000	600.000
Total			4.900.000

Nota. La tabla presenta la inversión en equipos y mobiliario necesarios para el funcionamiento administrativo y la atención al cliente.

Descripción Ampliada de Los Equipos

Computador portátil

Es el equipo principal para la gestión administrativa del proyecto. Permite manejar las reservas, elaborar informes, controlar inventarios, administrar bases de datos, gestionar redes sociales y realizar la comunicación institucional. Su portabilidad facilita que el administrador pueda trabajar desde diferentes zonas del proyecto y mantener actualizada la información en tiempo real.

Impresora multifuncional

Cumple la función de impresión de facturas, informes, listados de inventarios, fichas de ingreso y cualquier otro documento requerido por la administración. Al ser multifuncional, también permite escanear documentos, archivar registros digitales y simplificar el manejo documental interno

Escritorios de trabajo

Los escritorios proporcionan un espacio físico adecuado para las labores administrativas, la organización documental, el uso del computador y la interacción con proveedores o visitantes cuando se requiere atención directa en oficina.

Sillas ergonómicas

La silla ergonómica es indispensable para garantizar comodidad y prevenir lesiones posturales a quienes realizan labores de oficina. Favorece jornadas de trabajo prolongadas sin afectar la productividad ni la salud del personal administrativo.

Archivero metálico

Este elemento permite almacenar de manera segura y organizada los documentos físicos del proyecto: facturas, registros de mantenimiento, manuales de procesos, inventarios, contratos y documentación tributaria. También contribuye a la protección de la información institucional.

Teléfono móvil de atención

Es un recurso clave para la comunicación con los turistas, proveedores, guías y actores externos. Facilita la confirmación de reservas, orientación al visitante, aclaración de dudas, recepción de solicitudes y coordinación operativa del día a día.

Justificación del uso de los equipos de oficina

Los equipos seleccionados responden a las necesidades reales del modelo de operación turística establecido en el proyecto Paraíso Escondido. Su inclusión se fundamenta en los siguientes aspectos:

Permiten gestionar eficientemente las reservas y los registros de visitantes.

Mejoran la comunicación interna y externa, especialmente con turistas y operadores turísticos.

Facilitan el control administrativo, incluyendo contabilidad básica, nómina, inventarios y compras.

La nómina progresa de forma gradual, lo que se ajusta a la sostenibilidad financiera recomendada por la tutora.

El arriendo de \$.700.000 mensuales es indispensable para disponer de un espacio físico apto para recibir visitantes, almacenar insumos y operar experiencias comunitarias.

Los costos fijos reflejan la estabilidad operativa del proyecto, mientras que los variables permiten flexibilizar la oferta según demanda.

Relación con Los Procesos Administrativos del Proyecto

Los equipos de oficina se integran directamente en los procesos administrativos del proyecto, tales como:

Atención al cliente y servicio al turista (confirmación de reservas, envío de información, registro de visitantes).

Gestión de inventarios y logística interna.

Gestión documental (facturación, informes, compras y control interno).

Manejo de información y datos estadísticos para toma de decisiones.

Coordinación con guías, cocineras, proveedores y aliados estratégicos.

Marketing digital (publicaciones, campañas, atención por WhatsApp o redes sociales).

Procesos Preoperativos del Proyecto

Los procesos preoperativos comprenden todas las acciones preliminares que deben realizarse antes de iniciar la prestación del servicio turístico. Estas actividades permiten que el proyecto se formalice legalmente, garantice la seguridad de los visitantes y cumpla con las condiciones técnicas, ambientales y administrativas necesarias.

A continuación, se describen los procesos preoperativos para Paraíso Escondido:

Registro y Constitución Legal

Antes de operar, el proyecto debe realizar:

Registro ante la Cámara de Comercio como establecimiento turístico rural.

Inscripción en el Registro Nacional de Turismo (RNT), obligatorio para operadores turísticos en Colombia.

Trámite del NIT ante la DIAN para la emisión de facturación electrónica.

Definición del tipo de empresa (SAS, emprendimiento comunitario, asociación campesina, etc.).

Permisos y Licencias Requeridas

Dado que el proyecto opera en entorno rural y presta servicios turísticos, se requieren:

Permiso de uso del suelo expedido por la alcaldía, verificando que la actividad turística sea compatible con el territorio.

Concepto sanitario para cocina campesina, manipulación de alimentos y hospedaje rural.

Certificación de guías turísticos (para los guías locales del proyecto).

Aval de bomberos municipales para verificar medidas básicas de seguridad.

Licencias ambientales si se desarrollan actividades en zonas de conservación.

Seguros Necesarios

Para garantizar la protección de los visitantes y la operación:

Seguro de responsabilidad civil extracontractual, obligatorio para prestadores turísticos.

Seguro de accidentes para visitantes (cubriendo actividades al aire libre, senderismo, talleres).

Seguro para instalaciones, que cubra daños básicos por incendios o emergencias climáticas.

Adecuación Física del Espacio

Antes de abrir al público, deben completarse las siguientes adecuaciones:

Señalización ecológica de rutas y espacios operativos.

Instalación de mobiliario de hospedaje, cocina y zonas de talleres.

Adecuación de baños ecológicos y zonas de camping.

Compra de equipos de oficina y dotación para la administración.

Implementación de protocolos de bioseguridad y manejo de residuos.

Contratación de Personal

Basado en la organización del proyecto:

Coordinador del proyecto

Guías turísticos locales

Auxiliares de cocina

Personal de mantenimiento

Auxiliar administrativo

Gestor comunitario

Capacitación Inicial del Equipo

Antes de iniciar operaciones:

Capacitación en servicio al cliente.

Manejo de herramientas de senderismo y primeros auxilios.

Manipulación higiénica de alimentos.

Inducción a protocolos ambientales y rurales.

Localización del Proyecto

El proyecto Paraíso Escondido se desarrollará en un entorno rural, coherente con la propuesta de turismo comunitario, sostenible y de experiencias culturales. La localización permite integrar naturaleza, territorio campesino y actividades formativas con visitantes nacionales e internacionales.

Descripción del Ámbito Territorial

El proyecto estará ubicado en una zona rural con las siguientes características:

Ambiente natural: Presencia de senderos, zonas verdes y espacios para experiencias agrícolas y culturales.

Actividades propias del territorio: Gastronomía campesina, talleres artesanales, rutas ecológicas.

Infraestructura compatible: Áreas de hospedaje, cocina, salón múltiple, zonas de camping.

Acceso básico por vías terciarias, lo que refuerza el carácter rural del proyecto.

Ventajas de la Localización

Proximidad a recursos naturales

Facilita las actividades de senderismo, interpretación ambiental y talleres eco sociales.

Identidad cultural rural

El entorno permite fortalecer experiencias auténticas en gastronomía, agricultura y artesanías.

Bajos costos de arrendamiento

Comparado con zonas urbanas o turísticas tradicionales, el arriendo de 200 m² es más accesible.

Atractivo para el turista

La tendencia actual favorece experiencias rurales, desconexión, naturaleza y turismo comunitario.

Disponibilidad de espacio para expansión

Posible ampliación de zonas de camping, viveros, huertas o más experiencias educativas.

Desventajas de La Localización

Vías de acceso limitadas

Las carreteras rurales pueden dificultar la llegada de turistas en temporada de lluvias.

Menor conectividad tecnológica

Posible baja señal de celular o internet, lo que exige inversión en soluciones tecnológicas.

Necesidad de inversión en adecuaciones

El espacio rural requiere señalización, mantenimiento y mejoras constantes.

Dependencia del clima

Las experiencias al aire libre dependen del buen clima, generando variaciones operativas.

Justificación de La Localización

La elección del espacio rural responde a:

La naturaleza del modelo turístico basado en experiencias vivenciales.

La coherencia con la sostenibilidad ambiental y el trabajo comunitario.

La disponibilidad de terreno a un costo razonable.

La posibilidad de integrar cultura, gastronomía, naturaleza y aprendizaje.

La localización potencia el valor diferencial del proyecto y permite cumplir con los objetivos de impacto social, conservación y dinamización económica local.

La Estructura de Costo

Se debe determinar la unidad de producción para la definición de los costos.

Para este proyecto, la unidad de producción corresponde a cada turista atendido, ya que el servicio principal es la experiencia turística comunitaria. Los costos del proyecto se organizaron según su naturaleza operativa.

Tabla 19

Costos (Mensuales)

Tipo de costo	Descripción	Monto mensual
Costos fijos	Sueldos administrativos y guía turístico, arriendo del espacio, internet, servicios básicos.	\$8.161.171
Costos variables	Alimentos por experiencia, insumos para talleres, materiales de actividades turísticas.	\$820.000
Costos indirectos	Servicios públicos, papelería, transporte interno, mantenimiento menor.	\$350.000
Total, costos mensuales		\$9.331.171

Nota. La tabla presenta la estructura de costos mensuales del proyecto, organizada en costos fijos, variables e indirectos, mostrando que los costos fijos son los de mayor peso y reflejan una alta dependencia del recurso humano y la infraestructura básica.

Costos Fijos

Incluyen gastos que no dependen del número de turistas. El arriendo se asumió en \$700.000 mensuales, teniendo en cuenta valores de fincas rurales adaptadas para turismo. Los sueldos administrativos y de operación mínima corresponden a salarios acordes con la zona rural.

Costos Variables

Se relacionan con el consumo por cada actividad turística (alimentación, material artesanal, elementos para talleres). Se calculó según el mínimo de 40 turistas al mes proyectados por el equipo.

Costos Indirectos

Son necesarios para la operación, como servicios de aseo, transporte logístico y papelería.

Costos Directos

Corresponden a quienes ejecutan directamente las actividades turísticas (guías y asistentes de experiencia), calculados por ruta y por requerimiento de insumos básicos.

Conformación del Equipo de Trabajo

Relación del personal a vincularse a la empresa. Se debe incluir el cargo, su descripción y el sueldo (incluyendo prestaciones sociales de Ley).

Dependiendo el cargo deberán coordinar con los tipos de costos.

El equipo se definió considerando la realidad operativa del proyecto, su escala inicial y el carácter social del emprendimiento.

Se integran cargos esenciales sin sobrecostos, manteniendo la sostenibilidad financiera.

Tabla 20*Costos de nómina*

Cargo	Salario base	prestacional (38,352%)	Total, Mensual
Coordinador	2.200.000	842.000	\$3.042.000
1 guía turístico	1.423.500	485.671	\$1.909.171
Auxiliar en marketing y administración	1.650.000	485.671	\$2.300.000
Nómina mensual total (1 Mes): \$7.251.171			

Nota. La tabla presenta la composición del costo salarial mensual del equipo del proyecto, detallando el salario base, las prestaciones sociales y el total por cargo, lo que permite identificar el costo real de la nómina.

Justificación del equipo

Coordinador

Gestión operativa, planificación, alianzas, informes.

Auxiliar en marketing y administrativo

Es indispensable para manejar la operación básica: reservas, agendas, documentación y atención al visitante. Sin esta persona, los procesos son desordenados e improvisados.

Además, se requiera de una persona encargado del marketing digital, ya que el proyecto depende de difusión digital (Instagram, WhatsApp, Facebook). Es un rol de bajo costo, pero de alto impacto para conseguir visitantes.

Guía turístico local

Es clave para la experiencia turística y se ha priorizado talento local para fortalecer empleo rural, coherente con el enfoque de turismo comunitario sostenible.

Definición de un cronograma de actividades y metas alcanzables

Relacionar un cronograma a corto plazo con las acciones para su puesta en marcha del proyecto de emprendimiento.

Tabla 21*Cronograma*

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Responsable
Registro del proyecto y permisos básicos	X			Auxiliar administrativo
Adecuación del espacio turístico	X	X		Equipo operativo
Instalación de señalética ecológica		X		Guía turístico
Contratación del personal	X			Coordinador
Implementación de puntos ecológicos		X		Guía y auxiliar
Formación básica del personal	X	X		Coordinador
Creación y activación de redes sociales	X	X	X	Auxiliar administrativo y de marketing
Lanzamiento piloto de actividades			X	Todo el equipo
Evaluación inicial y ajustes			X	Coordinador

Nota. La tabla muestra el cronograma de actividades del proyecto para los primeros tres meses, indicando tiempos de ejecución y responsables, destacando que en el mes 1 se concentran las actividades de arranque necesarias para establecer las bases operativas y administrativas.

Mercado Objetivo Anual

5.500 turistas (nacionales + extranjeros)

Consumo Promedio por Cliente

\$280.000 por experiencia turística (paquete 1 día)

Porcentaje de Mercado Captado (Año 1)

8%

Precio Final de Venta

Un día como campesino precio normal \$120.000 precio con descuento por referido \$96.000. (sin IVA por ser turismo comunitario no responsable de IVA, pero igual lo *calculo por si lo piden*).

Fin de semana comunitario \$280.000 precio con descuento por referido \$224.000. (sin IVA por ser turismo comunitario no responsable de IVA, pero igual lo *calculo por si lo piden*).

Experiencia completa paraíso escondido \$480.000 precio con descuento por referido \$384.000. (sin IVA por ser turismo comunitario no responsable de IVA, pero igual lo *calculo por si lo piden*).

Métodos de Pago

50% contado por la reserva

50% al llegar a las instalaciones

Costos Considerados Para Punto de Equilibrio

Costos fijos: \$8.161.171 mensuales

Costos variables por experiencia (materiales, alimentación, logística): \$820.000 mensual

Costos indirectos (Servicios públicos, papelería, transporte interno, mantenimiento, menor) \$350.000

Con eso, procedo:

Proyecciones de Ingresos

Las proyecciones de ingresos del proyecto Paraíso Escondido se calculan de manera conservadora y coherente con la capacidad instalada y los precios definidos para cada servicio. El valor promedio del paquete turístico oscila entre \$220.000 y \$240.000 por turista, de acuerdo con la oferta de hospedaje, alimentación y experiencias comunitarias.

Bajo este escenario, y considerando una atención máxima de 40 turistas mensuales, los ingresos operacionales mensuales estimados se ubican entre \$8.800.000 y \$9.600.000, lo cual resulta consistente con la capacidad real del proyecto y con el comportamiento esperado de la demanda durante el primer año.

Estas cifras permiten construir proyecciones financieras realistas, evitando la sobreestimación de ingresos y garantizando que los resultados económicos reflejen de manera fiel el alcance operativo del emprendimiento.

El flujo de caja mensual del proyecto Paraíso Escondido se estructura a partir de los ingresos operacionales estimados, los cuales guardan coherencia con la capacidad instalada, el número de turistas atendidos y los precios definidos. En consecuencia, no se contemplan ingresos superiores a los que el proyecto puede generar operativamente en su etapa inicial.

Los costos operativos, especialmente la nómina y la logística turística, representan una proporción significativa de los egresos mensuales, razón por la cual el proyecto no presenta utilidades elevadas en los primeros meses, sino un comportamiento financiero gradual orientado al equilibrio y la sostenibilidad.

Este enfoque permite reflejar de manera transparente la realidad financiera del emprendimiento, evitando inflar los ingresos con el fin de mostrar utilidades ficticias y asegurando la consistencia entre presupuesto, operación y resultados financieros.

El valor de la inversión inicial del proyecto Paraíso Escondido corresponde de manera consistente al total presentado en la tabla de presupuesto, es decir, **\$57.607.026**, sin presentar discrepancias entre los cuadros de activos, fuentes de financiación o proyecciones financieras.

Este monto se encuentra plenamente alineado con la escala del proyecto, la capacidad instalada disponible y los ingresos esperados durante el primer año de operación, garantizando una relación equilibrada entre inversión, costos operativos y generación de ingresos.

Cálculo de La Demanda

Para definir las proyecciones de ventas se parte de analizar el comportamiento actual de demanda, con el objetivo de determinar el volumen de productos bienes o servicios que se estaría dispuestos a adquirir, en este sentido, se parte por la recopilación de datos sobre sus gustos, preferencias, motivos de compra y costumbres.

En el caso que el producto o servicio, sea el sustituto de uno actual se puede tomar datos sobre las proyecciones de consumo actual de dicho producto o servicio. El objetivo es sustentar con cifras la existencia de un mercado real.

Tabla 22*Cálculo de la demanda*

Concepto	Valor
Población objetivo anual	5.500 turistas
Consumo promedio por turista	\$280.000
Total, consumo potencial	$5.500 \times \$280.000 = \$1.540.000.000$
Porcentaje de captura (año 1)	8%
Demanda potencial año 1	$5.500 \times 8\% = 440$ turistas

Nota. La tabla presenta la estimación de la demanda y el consumo potencial del proyecto para el primer año, mostrando la población objetivo, el gasto promedio por turista y la demanda proyectada. Esta información permite dimensionar el mercado inicial y orientar la planificación operativa.

Demanda Real Estimada del Primer Año: 440 experiencias vendidas

Proyecciones de ventas (Unidades – Año 1)

Distribución según estacionalidad del turismo rural:

Alta demanda: Junio – Julio – Diciembre (20% adicional)

Media demanda: Enero, Semana Santa (abril)

Baja demanda: febrero, marzo, agosto.

Cálculo base:

$440 \text{ experiencias} \div 12 \text{ meses} = 37 \text{ unidades/mes}$

Aplicando estacionalidad:

Tabla 23*Calculo Base*

Mes	Unidades estimadas
Enero	25
Febrero	31
Marzo	31
Abril	32
Mayo	31
Junio	53
Julio	52
Agosto	30
Septiembre	36
Octubre	32
Noviembre	33
Diciembre	54
Total, año 1	440 unidades

Nota. La tabla presenta la distribución mensual estimada de la demanda durante el primer año de operación, con un total proyectado de 440 unidades, evidenciando una variación estacional con mayor demanda en junio, julio y diciembre.

Estacionalidad del Turismo

La demanda del proyecto Paraíso Escondido sí es estacional, principalmente por:

Temporada alta turística en Colombia: junio, julio y diciembre.

Temporadas familiares y académicas de vacaciones.

Clima más favorable para senderismo y actividades rurales.

En temporada de lluvias (marzo, abril, agosto) disminuye la afluencia.

Precio de Venta y Punto de Equilibrio

Se debe presentar el precio de venta que se tendrá para el producto o servicio. Desde la perspectiva de costos el precio de venta deberá permitir los costos fijos y variables de la empresa y dejar un margen de utilidad.

No obstante, es necesario considerar otros aspectos como:

El precio promedio de productos sustitutos o productos similares en el mercado

El precio estimado que estaría dispuestos a pagar por el producto en el mercado

Las estrategias de mercadeo enfocadas al precio

Precio de Venta Establecido

Precio sin IVA: \$120.000 Precio sin IVA: \$280.000 Precio sin IVA: \$480.000

IVA (19%): \$22.800 IVA (19%): \$ 53.200 IVA (19%): \$91.200

Precio con IVA: \$142.800 Precio con IVA: \$333.200 Precio con IVA: \$571.200

(si el programa pide precio con IVA)

Tabla 24*Costos fijos del proyecto (mensuales)*

Concepto	Costo mensual
Nómina - Parafiscales	\$7.251.171
Servicios públicos	\$15.000
Arriendo	\$700.000
Internet	\$60.000
Total, costos fijos	\$8.161.171

Nota. La tabla presenta el detalle de los costos fijos mensuales del proyecto, destacando que la nómina y los parafiscales constituyen el principal rubro, lo que evidencia que el recurso humano es el eje central de la operación.

Tabla 25*Costos variables por unidad (mes)*

Concepto	Valor
Alimentación / refrigerio	\$10.000
Materiales experiencia	\$5.000
Transporte interno	\$10.000
Logística y seguridad	\$10.000
Costo variable unitario	\$35.000

Nota. La tabla muestra los costos variables por unidad, desglosando los principales conceptos asociados a cada experiencia turística, como alimentación, materiales, transporte y logística, reflejando los recursos necesarios para la operación de cada actividad.

Tabla 26*Punto de equilibrio (Año)*

Concepto	Valor
Costos fijos mensuales	\$8.161.171
Costo variable unitario	\$35.000
Precio de venta unitario (con IVA)	\$333.200
Margen de contribución unitario	$\$333.200 - \$35.000 = \$298.200$
Punto de equilibrio (unidades/mes)	$\$8.161.171 \div \$298.200 \approx 28$ unidades/mes
Punto de equilibrio anual	$28 \times 12 = 336$ unidades

Nota. La tabla presenta el cálculo del punto de equilibrio del proyecto, considerando costos fijos, costo variable unitario y precio de venta, y muestra la cantidad de unidades necesarias para cubrir los costos operativos mensuales y anuales.

Paraíso Escondido debe vender 28 experiencias al mes para cubrir costos sin obtener pérdidas ni ganancias.

Proyecciones de Ingresos por Ventas

Proyecciones de Ingresos por Ventas – Paraíso Escondido

A continuación, se presentan la tabla de proyección mensual de ingresos del Año 1 y un gráfico de barras correspondiente.

Tabla 27*Proyección Mensual*

Mes	Experiencias vendidas	Ingresos
Enero	25	\$8.330.000
Febrero	31	\$10.329.200
Marzo	31	\$10.329.200
Abril	32	\$10.662.400
Mayo	31	\$10.329.200
Junio	53	\$17.659.600
Julio	52	\$17.326.400
Agosto	30	\$9.996.000
Septiembre	36	\$11.995.200
Octubre	32	\$10.662.400
Noviembre	33	\$10.995.600
Diciembre	54	\$17.992.800

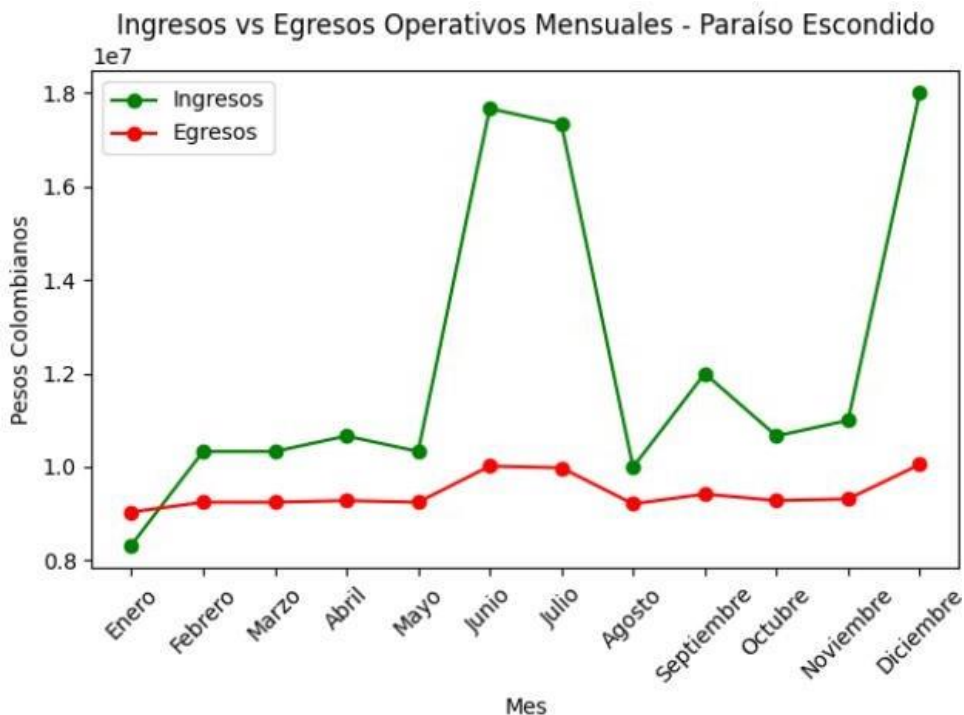
Nota. La tabla muestra la proyección mensual de ventas e ingresos del proyecto durante el primer año, basada en el número estimado de experiencias vendidas y el precio unitario, evidenciando un comportamiento estacional asociado a la demanda turística.

Análisis Ingresos vs Egresos

El siguiente gráfico muestra la relación entre los ingresos proyectados y los egresos operativos mensuales del proyecto Paraíso Escondido durante el primer año.

Figura 6

Ingresos vs egresos



Nota. Elaboración propia

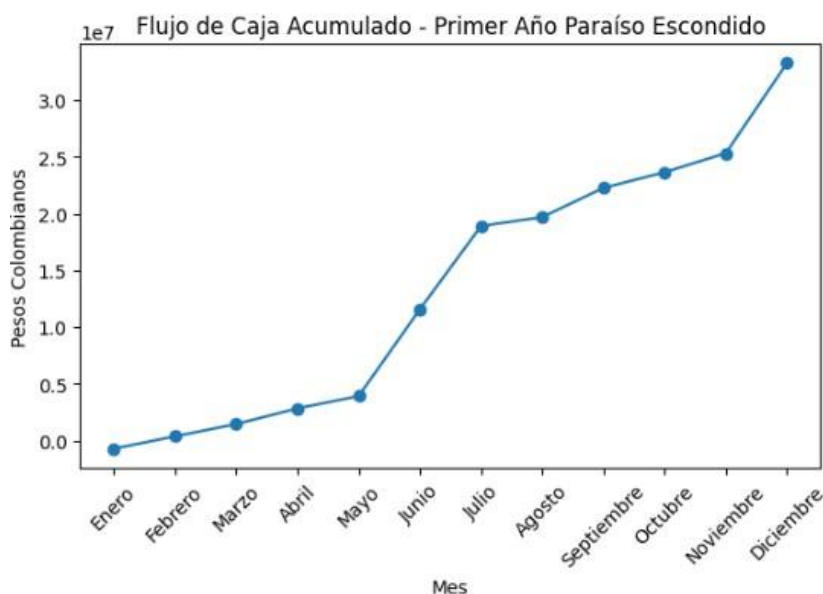
El análisis financiero evidencia que durante la mayoría de los meses los ingresos del proyecto son superiores o iguales a los egresos; no obstante, en los meses de febrero, marzo y agosto se presentan pérdidas operativas. Durante los primeros 5 meses del año tanto ingresos como egresos se mantienen en la misma línea lo cual resulta positivo, porque si bien el margen de ganancia no es muy amplio, lo importante es que no hay pérdidas, los meses de junio, julio y diciembre son los meses con picos o puntos de venta más altos generando un superávit aproximado de \$7,6 millones, este resultado evidencia que el proyecto Paraíso Escondido cuenta

con una alta capacidad de generación de excedentes en temporada alta, lo cual demuestra la viabilidad económica del proyecto.

Flujo de Caja Acumulado - Año 1

El siguiente gráfico evidencia cómo se comporta el flujo de caja acumulado del proyecto durante el primer año de operación. Este análisis permite observar la estabilidad financiera del proyecto y determinar los meses en los que se requiere mayor respaldo del capital de trabajo.

Figura 7 *Flujo de caja acumulad*



Nota. Elaboración propia

Tabla 28

Resumen Financiero Anual

Concepto	Valor
Total, ingresos anuales	\$146.608.000
Total, egresos anuales	\$117.614.052
Utilidad neta anual	\$28.993.948

Nota. La tabla presenta el resultado financiero anual del proyecto, comparando ingresos y egresos totales proyectados, con ingresos de \$146.608.000 y egresos estimados en \$117.614.052.

Interpretación Académica del Desempeño Financiero

El análisis financiero elaborado permite concluir que el proyecto Paraíso Escondido presenta un desempeño estable durante su primer año de operación. A pesar de la estacionalidad del turismo rural y de los meses con ingresos más bajos, el cierre anual es positivo, generando una utilidad neta de \$28.993.948. Esto demuestra que el modelo de turismo comunitario es viable y sostenible si se gestiona adecuadamente.

El flujo de caja acumulado muestra cómo el capital de trabajo inicial respalda los meses con flujos estables, permitiendo que la operación no se vea afectada. A medida que el proyecto toma fuerza comercial y aumenta la captación de turistas, la curva comienza a ascender, reduciendo la dependencia del capital de trabajo.

Este comportamiento es característico de emprendimientos rurales en fase de crecimiento, donde las estrategias de mercadeo digital, la calidad del servicio y la formalización de alianzas turísticas juegan un papel clave en el aumento progresivo de la demanda.

Plan de Trabajo

El plan de trabajo del proyecto Paraíso Escondido se estructura con el propósito de garantizar la puesta en marcha progresiva y eficiente del modelo de turismo comunitario durante sus primeros meses de operación. Este plan permite articular de manera coherente los recursos humanos, materiales y administrativos, siguiendo una secuencia lógica que facilita la apertura controlada del servicio y el fortalecimiento operativo del proyecto.

En una primera etapa se contempla la adecuación física y operativa de las casas campesinas y de los espacios turísticos, incluyendo mejoras en las áreas de hospedaje, señalización ecológica, zonas de experiencia rural y espacios destinados a talleres comunitarios. Estas acciones se derivan de los resultados obtenidos en las fases previas del proyecto y están

orientadas a garantizar condiciones adecuadas de seguridad, confort y accesibilidad para los visitantes.

La segunda etapa corresponde a la formación y fortalecimiento del talento humano local, con énfasis en atención al turista, buenas prácticas de manipulación de alimentos, hospitalidad, narrativas territoriales y gestión de experiencias turísticas. Este proceso se articula con aliados estratégicos como el SENA y programas de turismo comunitario, con el fin de asegurar estándares de calidad y diferenciación de la oferta.

Seguido se desarrolla la organización administrativa y comercial del proyecto, la cual incluye el diseño de material audiovisual, la implementación de un sistema de reservas, la gestión de redes sociales, la estructuración de paquetes turísticos y la articulación con operadores regionales. Esta etapa permite posicionar el producto turístico, fortalecer su visibilidad y facilitar la atracción de los primeros visitantes.

Finalmente, se procede a la apertura operativa del proyecto, en la cual se implementan los protocolos de atención al visitante, la ejecución de las experiencias turísticas propuestas como un día como campesino, talleres culturales, rutas ecológicas, así como la puesta en marcha del servicio gastronómico y la gestión del hospedaje rural. Este plan de trabajo permite un inicio ordenado, medible y sostenible del proyecto Paraíso Escondido, optimizando el uso de los recursos disponibles y asegurando su viabilidad operativa desde la primera etapa de funcionamiento.

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

Tabla 29*Flujo de caja mensual*

Concepto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Ingresos												
Ventas	8.330.0	10.329.2	10.329.2	10.662.4	10.329.2	17.659.6	17.326.4	9.996.0	11.995.2	10.662.4	10.995.6	17.992.8
	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
Total, ingresos	8.330.0	10.329.2	10.329.2	10.662.4	10.329.2	17.659.6	17.326.4	9.996.0	11.995.2	10.662.4	10.995.6	17.992.8
	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
Egresos												
Compra material	875.00	1.085.00	1.085.00	1.120.00	1.085.00	1.855.00	1.820.00	1.050.0	1.260.00	1.120.00	1.155.00	1.890.00
prima e insumos	0	0	0	0	0	0	0	00	0	0	0	0
Remuneración personal operativo	5.200.0	5.200.00	5.200.00	5.200.00	5.200.00	5.200.00	5.200.00	5.200.0	5.200.00	5.200.00	5.200.00	5.200.00
	00	0	0	0	0	0	0	00	0	0	0	0

Gastos													
generales	961.17							961.17					
de	1	961.171	961.171	961.171	961.171	961.171	961.171	1	961.171	961.171	961.171	961.171	961.171
operación													
Remuneraci													
ón	2.000.0	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.0	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00	2.000.00
administrati	00	0	0	0	0	0	0	00	0	0	0	0	0
vos													
Total,	9.036.1	9.246.17	9.246.17	9.281.17	9.246.17	10.016.1	9.981.17	9.211.1	9.421.17	9.281.17	9.316.17	10.051.1	
egresos	71	1	1	1	1	71	1	71	1	1	1	71	

Nota. La tabla presenta el flujo mensual de ingresos y egresos del proyecto durante el primer año, mostrando que los ingresos provienen de las ventas de experiencias turísticas y presentan variaciones estacionales, con mayores valores en junio, julio y diciembre.

El flujo de caja mensual evidencia que, aunque el proyecto presenta un leve déficit en el primer mes de operación, a partir del segundo mes se generan flujos positivos, destacándose los meses de temporada alta (junio, julio y diciembre), los cuales fortalecen la sostenibilidad financiera del emprendimiento social.

A partir del análisis de las tablas financieras, se observa que durante todos los meses los ingresos son superiores a los egresos, exceptuando el mes de enero, único mes que los egresos están por encima de los ingresos, lo que genera resultados operativos positivos. Los primeros meses del año, junto con agosto y noviembre, presentan un nivel estable de productividad, lo que indica que el proyecto no registra pérdidas mensuales. No obstante, se requiere un capital inicial que permita cubrir los costos operativos antes de la recepción de los primeros ingresos provenientes de los turistas, sobre todo durante el primer mes.

El saldo acumulado corresponde al resultado de los flujos de caja positivos y no debe confundirse con el capital de trabajo. Este indicador evidencia que el proyecto comienza a generar caja desde el segundo mes de operación; sin embargo, resulta necesario contar con liquidez suficiente para cubrir los gastos iniciales del primer periodo, previo a la comercialización de la primera experiencia turística.

El capital de trabajo se define como el monto requerido para financiar la operación durante los primeros meses, hasta alcanzar estabilidad en las ventas. En este sentido, y considerando que los egresos del primer mes ascienden a \$9.036.171. se proyecta un capital de trabajo para el mes de enero de \$706.000, Los meses siguientes hasta el mes de diciembre las ventas superan los egresos.

Con el fin de garantizar una mayor estabilidad financiera y contar con un margen de seguridad adecuado, se establece un capital de trabajo inicial de \$12.000.000 para el proyecto

Paraíso Escondido. Esta cifra permite cubrir de manera segura los primeros tres meses de operación, absorber variaciones en los egresos mensuales y responder de forma coherente a la realidad financiera de un emprendimiento de turismo comunitario en un entorno rural. Esta cifra de capital de trabajo es solo para atender una contingencia que caso de que llegase a suceder.

Valor Total de La Inversión

Tabla 30

Inversión total

Rubro	Concepto	Valor	
Activos fijos	Maquinaria y equipo	\$3.200.000	
	Equipo de oficina	\$1.500.000	
	Terrenos	\$0	
	Muebles y enseres	\$4.500.000	
	Equipo de transporte	\$0	
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	\$900.000	
	Adecuación del local o espacio de producción: (senderos, zonas ecológicas, señalización y espacios de experiencia)	\$17.800.000	
	Gastos legales de constitución	\$600.000	
	Marketing (branding, piezas gráficas iniciales, lanzamiento)	\$1.200.000	
	Arriendo	\$0	
	Sueldos fase Operativa	\$1.500.000	
	Desarrollo web básico y plataformas digitales	\$1.200.000	
	Kits de experiencia y materiales turísticos	\$3.200.000	
	Equipos digitales (celulares, trípode, micrófono)	\$3.000.000	
	Capital de trabajo	3 meses de operación inicial	12.000.000
		Total	\$48.950.000

Nota. La tabla presenta la estructura de la inversión inicial del proyecto, desglosando los rubros de activos fijos, instalaciones, puesta en marcha y capital de trabajo necesarios para iniciar la operación. Esta información permite dimensionar los recursos financieros requeridos y garantizar un inicio seguro y organizado de la actividad turística.

El valor total de la inversión inicial del proyecto Paraíso Escondido se estimó a partir de la identificación de los activos fijos requeridos, los costos de adecuación e infraestructura rural, los gastos administrativos iniciales y el capital de trabajo necesario para garantizar la operación durante los primeros meses de funcionamiento. Esta estimación se fundamenta en el análisis financiero desarrollado y en las proyecciones operativas del proyecto.

En la categoría de activos fijos se incluyen las herramientas, equipos y mobiliario necesarios para el desarrollo de las experiencias turísticas rurales y comunitarias. Estos elementos representan una inversión total de \$9.200.000 e integran maquinaria básica, elementos de oficina y equipos requeridos para las actividades pedagógicas y operativas del proyecto.

La categoría de instalaciones y puesta en marcha contempla las adecuaciones de espacios, infraestructura ecológica, señalización y zonas de experiencia, aspectos esenciales para garantizar condiciones adecuadas de seguridad, accesibilidad y calidad del servicio. Este rubro representa la inversión más significativa, con un valor estimado de \$17.800.000. A este monto se suman los costos asociados al marketing inicial, trámites legales, desarrollo web y procesos de capacitación del equipo comunitario.

El capital de trabajo se calculó tomando como referencia los egresos operativos máximos observados en el flujo de caja mensual (\$706.000), multiplicados por tres meses de operación, lo que arroja un valor de \$2.118.000. No obstante, con el fin de garantizar una mayor liquidez y reducir riesgos asociados a la variabilidad estacional y a posibles contingencias del turismo rural, se establece un capital de trabajo inicial de \$12.000.000.

Adicionalmente, se incorporó un margen de contingencia equivalente al 10 % del total de la inversión, excluyendo el capital de trabajo, lo cual permite fortalecer la estructura financiera del proyecto y prever eventuales desviaciones presupuestales.

En conclusión, el valor total de la inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto Paraíso Escondido asciende a \$48.950.000 COP, cifra que resulta técnicamente coherente, financieramente viable y alineada con el modelo de negocio y las proyecciones del emprendimiento de turismo comunitario.

Fuentes de Financiamiento

Fuentes de capital de inversión donde se relacionan 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.

Introducción

Para la puesta en marcha del proyecto *Paraíso Escondido*, se requiere una inversión inicial total de \$48.950.000, valor calculado en el punto 11 con base en los requerimientos de infraestructura, adquisición de equipos, costos pre operativos y capital de trabajo.

Teniendo en cuenta que se trata de un emprendimiento rural de turismo comunitario, se propone una estrategia de financiación mixta que combine aportes propios, cofinanciación institucional y acceso a líneas de crédito especiales, con el fin de asegurar sostenibilidad financiera, minimizar riesgos y facilitar la activación del proyecto en el corto plazo.

Tabla 31*Fuentes de financiamiento del proyecto Paraíso Escondido*

Tipo de fuente	Entidad / mecanismo	Monto en pesos	% Participación
Aporte propio y comunitario	Ahorros + reinversión + mano de obra local	\$8.000.000	16%
Cofinanciación institucional	FONTUR (turismo sostenible)	\$15.000.000	31%
Apoyo gubernamental sectorial	MinCIT – Programas de fortalecimiento turístico rural	\$11.950.000	24%
Cooperación técnica y formación	SENA (certificaciones y capacitación en turismo rural)	\$4.000.000	8%
Financiamiento rural con crédito blando	Banco Agrario o Bancóldex Turismo (crédito comunitario con tasa subsidiada)	\$10.000.000	20%
Total		\$48.950.000	100%

Nota. La tabla presenta la estructura de financiación del proyecto, detallando las fuentes de recursos, los apoyos recibidos, los montos y su participación sobre la inversión total, lo que evidencia una combinación equilibrada que reduce el riesgo financiero y fortalece la viabilidad del proyecto.

Se adopta una estrategia mixta de financiamiento para el proyecto Paraíso Escondido, la cual resulta adecuada para este tipo de iniciativa comunitaria debido a su capacidad para equilibrar riesgo, liquidez y sostenibilidad financiera. La participación de recursos propios, equivalente al 16 % de la inversión inicial, fortalece el compromiso de la comunidad con el proyecto y mejora la elegibilidad para el acceso a apoyos institucionales.

Adicionalmente, entidades como FONTUR y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) se identifican como aliados estratégicos del sector turismo, dado que cuentan con programas orientados al turismo comunitario, la sostenibilidad, la innovación rural y el desarrollo de experiencias diferenciadas. El apoyo del SENA, principalmente a través de financiación en especie y procesos de formación, contribuye al fortalecimiento de las capacidades locales necesarias para la adecuada operación del proyecto.

De manera complementaria, se contempla el acceso a financiación rural mediante crédito blando, equivalente al 20 % de la inversión, lo cual resulta viable considerando que el flujo de caja proyectado presenta resultados positivos desde el primer año de operación, garantizando capacidad de pago. No se plantea un nivel elevado de endeudamiento, con el fin de preservar la liquidez del proyecto durante su etapa inicial. En conjunto, la combinación de recursos propios, aportes institucionales y financiamiento crediticio configura una estructura financiera equilibrada, acorde con la realidad económica del territorio rural y con un nivel de riesgo controlado.

Conclusiones

El análisis integral del proyecto Paraíso Escondido muestra que se trata de una iniciativa de turismo comunitario socialmente pertinente y económicamente viable, desarrollado en los municipios de Norcasia (Caldas) y Nariño (Antioquia) como respuesta a las problemáticas de desempleo rural y baja generación de ingresos sostenibles. El estudio de mercado permitió identificar una demanda potencial estimada de 440 turistas para el primer año, así como una disposición de pago acorde con el precio establecido de \$333.200 por experiencia, valor competitivo frente al mercado turístico regional. Las proyecciones operativas y financieras muestran que el proyecto cuenta con capacidad para generar ingresos progresivos, alcanzar el punto de equilibrio alrededor del mes once y mantener un flujo de caja positivo, siempre que se fortalezcan las estrategias de promoción, posicionamiento y alianzas estratégicas.

El Modelo de Negocio Canvas permitió estructurar de manera coherente la propuesta de valor basada en experiencias turísticas auténticas, articulando recursos naturales, culturales y humanos del territorio, así como una estructura de costos y fuentes de ingresos equilibradas y sostenibles. Asimismo, la estrategia de financiamiento planteada resulta técnica y adecuada para un emprendimiento comunitario rural, al combinar recursos propios, apoyos institucionales y financiamiento blando, con un nivel de riesgo controlado. Finalmente, el proyecto demuestra un alto potencial para dinamizar la economía local mediante la prestación de servicios como hospedaje rural, acompañamiento comunitario, talleres culturales y comercialización de productos locales, al tiempo que promueve la conservación ambiental, el fortalecimiento de la identidad campesina y la sensibilización de los visitantes frente al valor del trabajo rural, consolidándose como un modelo replicable de turismo responsable y emprendimiento social en Colombia.

Referencias Bibliográficas

- Análisis de los emprendimientos sociales en el Ecuador: “Un enfoque a la estructura del ecosistema emprendedor”. (2023). *Killkana Sociales: Revista de Investigación Científica*, 7(2), 35–50. <https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v7i2.1307>
- Brown, T. (2009). *Change by design*. Harper Business.
- Buhalis, D. (2003). *eTourism*. Pearson.
- Camacho Rodríguez, L. D., & Rodríguez Riaño, A. P. (Eds.). (2024). *El perfil emprendedor*. Sello Editorial UNAD. <https://doi.org/10.22490/UNAD.9789586519854>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). *Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social* (pp. 11-64). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=12>
- Dees, J. G. (2001). *The meaning of social entrepreneurship*. Stanford University. <https://entrepreneurship.duke.edu>
- Diario Oficial No. 51.544. (2020, 31 de diciembre). Ley de emprendimiento. Congreso de la República de Colombia. <https://www.funcionpublica.gov.co>
- FAO. (2018a). *El estado de la agricultura y el desarrollo rural en América Latina*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- FAO. (2018b). *Panorama de la pobreza rural en América Latina y el Caribe 2018*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. <https://openknowledge.fao.org/>
- Galindo, G. (2019). El design thinking: Una técnica que conquista nuevos mercados. *Grado Cero: Revista de Estudios en Comunicación*, (1). <https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/grado/article/view/858>

- IDEO. (2015). *The field guide to human-centered design*. IDEO.org.
- Liedtka, J. (2018). Why design thinking works. *Harvard Business Review*.
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research. *Journal of World Business*.
- Maldonado, C. (2006). *Turismo y comunidades indígenas*.
- Organización Mundial del Turismo. (2021). *Turismo y desarrollo sostenible: Guía práctica para destinos comunitarios*. OMT. <https://www.unwto.org>
- Peña Huaytalla, E. (2019). *Design Thinking - 3*. Universidad Continental.
<https://hdl.handle.net/20.500.12394/6673>
- Perdomo Paredes, S., Molina Peralta, I., Lanza, L. C., & Hurtatis Leal, M. (2023). *Estrategias empresariales: un caso de economía solidaria*. Sello Editorial UNAD.
<https://doi.org/10.22490/9789586519083>
- Ruiz-Ballesteros, E. (2017). Turismo comunitario en América Latina: Un enfoque desde la sostenibilidad. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(1), 1–15.
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.001>
- Uribe Palacios, V. J. (2021). *Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu modelo y plan de negocios*. Editorial Uniagustiniana.
- Vega Guerrero, J. (2019). Propuesta de un modelo de competitividad para el emprendimiento social. En J. Vega Guerrero, *La competitividad: visiones desde la investigación científica en ciencias económicas y administrativas* (pp. 131-151). Sello Editorial UNAD.
<https://libros.unad.edu.co/index.php/selloeditorial/catalog/view/114/111/561>
- Villa Sánchez, A. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social. *Educar*, 57(1), 97–116. <https://doi.org/10.5565/rev/educar.1153>
- Yunus, M. (2010). *Empresas para un mundo mejor*. Editorial Aguilar.