

**Estudio de factibilidad para la implementación de un ecolodge tradicional en el
Agroparque los Soches**

Leidy Tatiana Huertas Castiblanco

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá, D.C.
2020

**Estudio de factibilidad para la implementación de un ecolodge tradicional en el
Agroparque los Soches**

Leidy Tatiana Huertas Castiblanco

Asesora de Trabajo de Grado:

Sorany Castaño Ramirez

Trabajo de grado para optar al título de Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá, D.C.
2020

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo de grado a todas y cada una de las personas de las cuales he recibido ayuda, agradeciendo a cada uno de estos su tiempo y disposición. En primera parte está mi madre quien me ha apoyado durante todo este camino de formación y aprendizaje, a mi hermana quien ha sido una de mis motivaciones más fuertes, a cada uno de mis profesores con quienes he tenido la oportunidad de compartir un salón de clases y de los cuales he aprendido y adquirido amplios conocimientos, a cada una de las personas que han estado en mi vida y que han sido testigos de todo el esfuerzo y dedicación que puse durante todos estos años para cumplir un de mis proyectos más ambiciosos como lo es la obtención de mi título como profesional y por último, pero no menos importante a Dios por darme la fuerza y la fortaleza de seguir adelante a pesar de las dificultades.

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios por cada una de sus bendiciones, a mi madre y hermana por ser mi mayor motivación, a Jonathan Ayala por toda su ayuda, a mi profesora Sorany Castaño por todo su apoyo durante el desarrollo el proceso, al profesor Jose Alfredo Días, al profesor Fabia Llano y finalmente a cada uno de los profesores que me brindaron su tiempo para revisar aspectos de forma de mi trabajo de grado.

Resumen

Esta investigación tiene como finalidad determinar la factibilidad de un Ecolodge en la zona rural del Agroparque los Soches ubicado en la localidad de Usme Bogotá. Se realizó un análisis de aspectos como: las características y el potencial de los destinos turísticos, los impactos ambientales que podrían generarse y las acciones preventivas, características de mercado actual y la definición del perfil del cliente potencial, los aspectos técnicos, administrativos y legales para su funcionamiento y finalmente la estructura financiera. Se realizó una investigación exhaustiva abarcando desde los conceptos básicos de sostenibilidad, su desarrollo y presencia en Colombia hasta los modelos de Ecolodge que existe a nivel internacional y nacional, y el turismo de naturaleza en Colombia. Para metodología se investigó sobre diferentes métodos y herramientas que existen seleccionando los más idóneos para el desarrollo del presente estudio. Se realizó un estudio de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero. Los resultados obtenidos se dieron de acuerdo con las siguientes fases: en la primera se hizo una investigación de los aspectos más importantes del Agroparque los Soches, en la segunda se analizó los impactos que podrían surgir debido a la implementación de este tipo de alojamientos, en la tercera se hizo un análisis de la competencia directa e indirecta determinada, se analizó las tendencias del mercado, y se aplicó una encuesta obteniendo como resultado el perfil de cliente potencial, en la cuarta se determinó la estructura administrativa y legal requerida y finalmente, en la quinta se analizó los aspectos técnicos.

Palabras claves: Factibilidad, Ecoturismo, Ecolodge, Ambiente, Sostenibilidad

Abstract

The purpose of this research is to determine the feasibility of an Ecolodge in the rural area of Agroparque los Soches located in the town of Usme Bogotá. An analysis of aspects was carried out such as: the characteristics and potential of tourist destinations, the environmental impacts that could be generated and preventive actions, current market characteristics and the definition of the potential client's profile, technical, administrative and legal aspects for its operation and finally the financial structure. An exhaustive investigation was carried out, ranging from the basic concepts of sustainability, its development and presence in Colombia to the Ecolodge models that exist at the international and national level, and nature tourism in Colombia. For methodology, different methods and tools that exist were investigated, selecting the most suitable for the development of this study. A market, technical, administrative, legal and financial study was carried out. The results obtained were in accordance with the following phases: in the first, an investigation of the most important aspects of Agroparque los Soches was carried out, in the second, the impacts that could arise due to the implementation of this type of accommodation were analyzed, in the third, an analysis of the determined direct and indirect competition was made, market trends were analyzed, and a survey was applied, obtaining as a result the potential client profile, in the fourth, the required administrative and legal structure was determined and finally, in the fifth analyzed technical aspects.

Keywords: Feasibility, Ecotourism, Ecolodge, Environment, Sustainability

Tabla de contenidos

| | |
|---|----|
| Introducción | 10 |
| Capítulo I. Problema de investigación | 11 |
| 1.1. Planteamiento del problema | 11 |
| 1.2. Formulación del problema..... | 11 |
| 1.3. Objetivos | 12 |
| 1.3.1. Objetivo general..... | 12 |
| 1.3.2. Objetivos específicos. | 12 |
| 1.4. Justificación..... | 12 |
| 1.5. Hipótesis..... | 12 |
| Capítulo II. Marco teórico..... | 13 |
| 2.1. Situación actual del turismo en Colombia..... | 13 |
| 2.2. La sostenibilidad y su presencia en Colombia | 15 |
| 2.2.1. Origen del concepto de “Desarrollo Sostenible”. | 15 |
| 2.2.2. Sostenibilidad en Colombia. | 16 |
| 2.3. Turismo sostenible en Colombia..... | 17 |
| 2.4. Análisis de los impactos económicos, socioculturales y medio ambientales del turismo... 18 | |
| 2.5. Turismo de naturaleza en Colombia..... | 19 |
| 2.6. Proyectos para alojamientos estilo ecolodge en Colombia | 20 |
| 2.7. Características de un ecolodge | 21 |
| 2.8. Casos de ecolodge tradicionales..... | 21 |
| 2.9. Casos de ecolodge especializados | 22 |
| 2.10. Casos ecolodge emblemáticos..... | 22 |
| 2.11. Casos de ecolodge ecoglamping..... | 22 |
| 2.12. Factores claves para la rentabilidad de un ecolodge | 23 |
| 2.13. Modelos de ecolodge en Colombia | 23 |
| Capítulo III. Marco contextual..... | 26 |
| 3.1.. Agroparque los Soches..... | 26 |
| Capítulo IV. Marco conceptual..... | 28 |
| 4.1. Sostenibilidad..... | 28 |

| | |
|---|----|
| 4.2. El turismo de naturaleza..... | 28 |
| 4.3. Ecolode..... | 29 |
| Capítulo V. Marco metodológico..... | 30 |
| 5.1. Estudio de factibilidad..... | 30 |
| 5.2. Metodología de investigación | 30 |
| 5.3. Tipos y técnicas de investigación..... | 30 |
| 5.4. Investigación cuantitativa..... | 31 |
| 5.5. Investigación cualitativa..... | 31 |
| 5.6. Investigación de Campo. | 32 |
| 5.7. Aplicación de los tipos y técnicas de investigación | 33 |
| 5.8. Materiales y equipos..... | 34 |
| Capítulo VI. Potencial del destino..... | 35 |
| 6.1. Diagnostico situacional | 35 |
| 6.2. Inventario turístico | 40 |
| 6.3. Resultados inventarios turísticos | 41 |
| 6.4. Análisis de los impactos ambientales..... | 42 |
| 6.5. Análisis general de la matriz de Leopold y plan de acciones..... | 47 |
| Capítulo VII. Estudio de mercado..... | 49 |
| 7.1. Aspectos de la oferta | 49 |
| 7.2. Análisis de competencia..... | 49 |
| 7.3. Aspectos de la demanda | 54 |
| 7.4. Segmentación del mercado..... | 58 |
| 7.5. Aplicación de encuesta..... | 59 |
| 7.6. Resultados generales de las encuestas..... | 60 |
| 7.7. Público objetivo o target..... | 60 |
| 7.8. Perfil del cliente..... | 61 |
| 7.9. Producto..... | 62 |
| 7.10.Precio..... | 69 |
| 7.11.Promoción | 70 |
| 7.12. Plaza | 73 |
| Capítulo VIII. Estudio administrativo y legal..... | 74 |

| | |
|---|-----|
| 8.1. Formulación filosófica y estratégica | 74 |
| 8.2. Soporte legal..... | 74 |
| 8.3. Requisitos generales..... | 75 |
| 8.4. Normatividad..... | 76 |
| 8.5. Estructura administrativa..... | 78 |
| 8.5.1. Perfiles, manual de funciones, procesos y procedimientos..... | 79 |
| Capítulo IX. Estudio técnico..... | 80 |
| 9.1. Análisis FODA – planificación estratégica de la empresa turística..... | 80 |
| 9.2. Localización del ecolodge | 87 |
| 9.3. Tamaño de proyecto | 89 |
| 9.5. Diseño técnico arquitectónico | 91 |
| 9.6. Distribución del ecolodge..... | 92 |
| 9.7. Presupuesto total para la infraestructura turística..... | 94 |
| 9.8. Flujogramas de los procesos productivo | 95 |
| 9.9. Propuesta de equipamiento para el ecolodge | 97 |
| 9.9.1. Alojamiento..... | 97 |
| 9.9.2. Lavandería y administración..... | 105 |
| 9.9.3. Restaurante..... | 107 |
| 9.10. Total de inversiones para equipamiento..... | 110 |
| 9.11. Insumos, materia prima y proyección de consumo de servicios | 110 |
| 9.12. Marketing y publicidad | 114 |
| 9.13. Análisis de mano de obra (remuneración económica) | 115 |
| Conclusiones | 117 |
| Referencias..... | 119 |
| Anexos | 123 |

Introducción

Este trabajo presenta el análisis de diferentes aspectos que implica un estudio de factibilidad para la implementación de una propuesta de alojamiento estilo Ecolodge con tipología tradicional. Este tipo de estudios se convierten en una fuente de decisión de inversión ya que abarca las variables controlables como la no controlables, el análisis de entornos demográficos, culturales y hasta tecnológicos planteando modelos que ayuden crear proyectos productivos. Como destino para realizar el estudio de factibilidad se seleccionó la veredera los Soches la cual está ubicado en la localidad de Usme en la ciudad de Bogotá, zona que ha sido afectada por problemáticas de urbanización y crecimiento de la zona rural de la ciudad de Bogotá (Mejía, 2013).

A raíz de lo anterior surge el proyecto del Agroparque busca proteger la riqueza natural y promocionar las actividades agrícolas de la comunidad que se encuentra ubicada allí. Dentro de las principales actividades que se realizan están: el agroturismo, el ecoturismo, camping, aventurismo, gastronomía local, entre otras más. Un aspecto importante que tiene la ejecución de estas actividades es que las mismas están enfocadas hacia la restauración ecológica, la conservación del medio ambiente y tradiciones de la comunidad (Corporación Integral Eclipse, s.f.).

Teniendo en cuenta la definición de fuentes de información primarias y secundarias planteada por autores como Naresh Malhotra y Roberto Sampieri, para el caso primer caso se utilizó información de observación de la zona, encuestas y entrevistas a la comunidad, para el segundo caso se empleó informes presentados por entidades como el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, DANE, Anato, OMT, ONU, Departamento Nacional de Planeación, Procolombia, etc, trabajos de investigación realizados por autores como July Nayibe Franco Quimbay, Alvelayis Nieto Mejía, Javier Alvarado, entre otros.

Capítulo I. Problema de investigación

1.1.Planteamiento del problema

Actualmente en Colombia existe un fuerte desarrollo hacia la sostenibilidad, de acuerdo con la visión hacia cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos para el año 2030, teniendo además como enfoque el correcto aprovechamiento de los recursos naturales y la biodiversidad del país (Sf, 2018). Hoy en día existen zonas rurales con grandes riquezas naturales y culturales que están siendo afectadas por amenazas tales como: la extracción ilegal, la deforestación, la contaminación, la ganadería expansiva, la minería y la expansión urbana. La Vereda los Soches la cual está ubicada en la localidad de Usme, la misma alberga áreas naturales que se han visto afectadas por el crecimiento urbano de la ciudad de Bogotá. Como respuesta a esta problemática nace el Agroparque, enfocado hacia rescatar las actividades agrícolas y campesinas, la conservación de la diversidad biológica y productiva, la generación de beneficios ambientales y el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad. (Corporación Integral Eclipse, s.f.)

De acuerdo con la observación realizada en la visita de campo el día 12 y 13 de octubre del presente año, el Agroparque ofrece una amplia oferta de actividades de contacto con la naturaleza, que van desde caminatas y recorridos hasta el avistamiento de aves y camping. Lamentablemente hoy en día no existe una oferta de alojamientos que complemente las actividades turísticas que se desarrollan allí. Para los turistas que desean alojarse existen dos opciones, la primera es acampar al aire libre o la segunda quedarse en un cuarto de una casa de la misma comunidad. El panorama de los servicios de alojamiento en el Agroparque es limitado y escaso, es decir, no existe un fuerte impulso hacia este tipo de propuestas, siendo las mismas una oportunidad para generar ingresos adicionales, beneficiar a la comunidad y aportar al cuidado del medio ambiente.

1.2.Formulación del problema

Teniendo en cuenta que en el Agroparque los Soches no existe una amplia oferta de alojamientos que aporte a las actividades de turismo de naturaleza que se realizan allí ¿Es factible implementar en esta zona un alojamiento estilo Ecolodge con tipología Tradicional?

1.3.Objetivos

1.3.1. Objetivo general.

Determinar la factibilidad para la implementación de un alojamiento estilo Ecolodge con tipología Tradicional en el Agroparque los Soches.

1.3.2. Objetivos específicos.

Los siguientes Objetivos Específicos están orientados hacia la implementación de un Ecolodge con tipología Tradicional en el Agroparque los Soches.

- Determinar el potencial turístico del Agroparque los Soches, analizando los impactos ambientales que podría causar la implementación de un Ecolodge en esta zona.
- Identificar las características del mercado objetivo.
- Determinar la estructura administrativa y legal para su funcionamiento.
- Analizar su viabilidad técnica, planteando una propuesta operativa, económica y financiera.

1.4.Justificación

En Colombia existen una riqueza natural única e inigualable que en algunos casos está siendo afectada por una serie de problemáticas, un claro ejemplo de esto es la zona rural de la ciudad de Bogotá. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2017). De acuerdo con la visita realizada el día 01 de octubre del presente año en compañía de uno de los pobladores el Sr William Giovanni Rojas Pineda se evidencio que la comunidad desea salvaguardar la riqueza natural y cultural, por medio del desarrollo de las actividades de agrícolas, ecoturismo, avistamiento de aves, caminas ecológicas, etc. Teniendo en cuenta este panorama, la implementación de un Ecolodge es una alternativa que puede complementar la oferta turística que actualmente existe, generar recursos económicos para la comunidad y ser una forma para crear conciencia hacia el cuidado y conservación del medio ambiente. Este tipo de alojamientos son propuestas innovadoras que causan el más mínimo impacto a un entorno natural, ya que tienen un enfoque de un diseño y construcción sostenible.

1.5.Hipótesis

El Agroparque los Soches es un destino con un alto potencial turístico, la implementación de un Ecolodge causaría el más un mínimo impacto al medio ambiente, existe una demanda en el mercado, una estructura administrativa y legal y el proyecto generaría una rentabilidad a mediano plazo de acuerdo con el análisis financiero.

Capítulo II. Marco teórico

2.1. Situación actual del turismo en Colombia

Actualmente en Colombia el turismo está siendo visto como un importante motor para el crecimiento de la económica, siendo además una opción para el aprovechamiento de algunas zonas que en algún momento estuvieron afectadas por el conflicto armado. El Gobierno Nacional en los últimos años ha generado políticas con el objetivo de consolidar más la actividad turística. Según este informe durante el año 2010 y 2018, la llegada de turistas extranjeros a Colombia se triplicó. En el año 2017 según la Organización Mundial de Turismo (OMT) se recibieron 8.200 turistas por cada 100.000 habitantes. Las visitas a zonas protegidas y naturales se multiplicaron durante este periodo tras pasar de 681.000 en el año 2010 a más de 1.650.000 en el año 2017. Colombia se ha venido posicionando en los últimos años como destino fuerte en las actividades de turismo. (Departamento Nacional de Planeación, 2018, pp. 639-640)

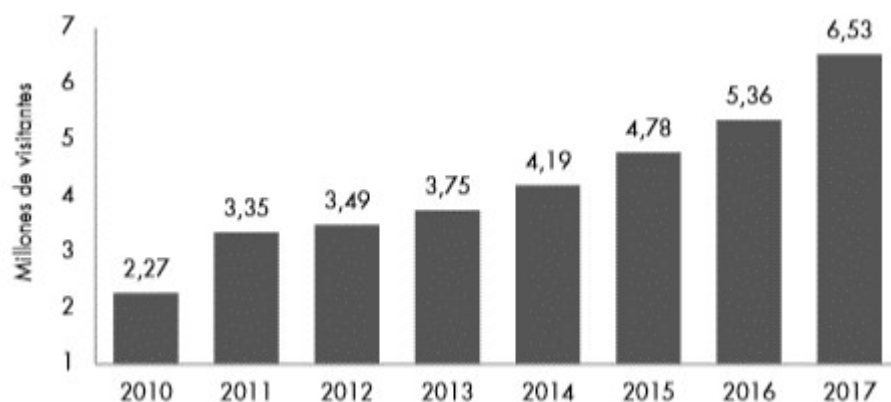


Figura 1. Crecimiento de visitas de extranjeros a Colombia. Departamento Nacional de Planeación (2018)

Analizando la gráfica anterior, en Colombia se ha presentado un crecimiento considerable en las visitas de llegadas extranjeros. Entre en año 2010 y 2018 incremento en un 300 %, siendo este un panorama favorable para el turismo en el país. En este mismo periodo un factor positivo que ha influido en los resultados y de acuerdo con el DPN fue el proceso de la firma del Acuerdo de paz con las FARC, esto debido a que a nivel internacional se constituyó una imagen de confianza y seguridad del país, colocando a Colombia en el radar de muchos viajeros. Varios avances que resalto esta publicación fueron los cambios que se hicieron algunas las leyes, tales como: la Ley 1450 de 201, la cual modifico la naturaleza jurídica del Fondo de Promoción Turística dando como

resultado la creación de FONTUR; la Ley 1558 de 2012, la cual modificó la Ley 300 de 1996 atribuyendo a FONTUR la administración de los recursos destinados al turismo; la Ley 1556 de 2012, a través de la cual se creó el Fondo Fílmico Colombia para la promoción del patrimonio cultural y filmación de proyectos audiovisuales; y finalmente el Decreto 2158 de 2011, a través del cual se impulsó el turismo de interés social mediante programas dirigidos a poblaciones de escasos recursos y condición de discapacidad. Respecto a la calidad de los servicios, destaco la gestión que realizó el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) desde el año 2010 con la elaboración de 13 nuevas Normas Técnicas Sectoriales (NTS) y la actualización de 11, teniendo como resultado la vigencia de 57 (NTS) hasta la fecha. También resalta los esfuerzos que se han realizado en los últimos años para potencializar algunos destinos turísticos a través de estrategias como “Corredores Turísticos” y programas como el “Turismo y Paz”. Como acciones adicionales el DNP destaco que:

En el año 2012 se creó la Política de Turismo de Naturaleza, teniendo como propósito ampliar la oferta de productos turísticos baso el desarrollo sostenible. En el año 2013 la autoridad de Parque Nacionales Naturales (PNN) de la mano con el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, crearon un marco normativo y de lineamientos enfocados hacia la prestación de servicios ecoturísticos, con el objetivo de incluir a las comunidades locales y actores privados para la prestación de servicios de calidad y de conservación de la biodiversidad y valores culturales de las zonas protegidas que se encuentra ubicadas en el país. En el año 2018 en el mes de mayo fue que 39 de los 132 municipios del país fueron escogidos como destinos pilotos para recibir de la mano del MinCIT, el acompañamiento para la formulación de planes de acción para el desarrollo y fortalecimiento de turismo.

Cabe mencionar que estos destinos fueron clasificados como destinos emergentes. Además de los destinos turísticos, el sector hotelero también se ha beneficiado en los últimos años, de acuerdo con las estadísticas presentadas por el DNP entre los años 2010 y 2017 se aprobaron espacios en ciudades como Bogotá, Bolívar, Antioquia, Magdalena y Atlántico para la construcción de hoteles, sin mencionar la alta aprobación de licencias para esta misma actividad. En este mismo periodo se desarrollaron 165 proyectos de infraestructura turística, patrocinados directamente por el Gobierno (Departamento Nacional de Planeación, 2018, pp. 647). Para seguir posicionando a Colombia como destino, el DPN plantea la necesidad de continuar creando las condiciones estructurales que garanticen un turismo sostenible, responsable y de calidad, es decir, en sintonía con los Objetivos

de Desarrollo Sostenible (ODS), la búsqueda del desarrollo de nuevos proyectos y el fortalecimiento para la implementación de planes de trabajo para los corredores turísticos definidos por el MintCIT en el año 2017. Para finalizar de acuerdo con los resultados obtenidos en los últimos años en materia de turismo, Colombia deberá continuar mejorando en temas de infraestructura y de imagen, es decir que el país debe posicionarse como un destino de ambiente de negocios, seguridad y protección, salud e higiene, rrhh, mercado laboral, etc. (Departamento Nacional de Planeación, 2018, pp. 649-650)

2.2.La sostenibilidad y su presencia en Colombia

2.2.1. Origen del concepto de “Desarrollo Sostenible”.

Según la publicación de la revista electrónica de las Sedes Regionales de la Universidad de Costa Rica, las teorías del desarrollo en el análisis del turismo sustentable en los últimos años la actividad de turística ha ganado más fuerza y se ha transformado en un elemento de desarrollo económico, indicando que sin una adecuada planeación, se puede generar un uso y aprovechamiento no sustentable de los recursos naturales. En los setenta surgieron dos propuestas para el mejorar la calidad de vida de la población y el aprovechamiento de los recursos naturales, las cuales son: “desarrollo local” y “sustentabilidad”, que a lo largo dieron como resultado lo que conocemos como “desarrollo sustentable”. Según el autor Alvaro Javier O. los primeros conceptos surgieron en Estocolmo, en el año de 1972 las Naciones Unidas organizaron la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible. Años siguientes hubo la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, donde se elaboró la agenda global para el cambio. En el año de 1987 se dio a conocer el Informe Bruntland el cual plasmo al “Desarrollo Sustentable” como un proceso capaz de generar no solo avances en términos ecológicos si no también en términos económicos y sociales. En el año de 1992 en Rio de Janeiro tuvo lugar la Cumbre Mundial enfocada hacia el “Desarrollo Sostenible”, conocida como la “Cumbre de la Tierra” y tuvo como objetivo mostrar al mundo que los factores medioambientales están relacionados directamente con los aspectos económicos y sociales. En esta Cumbre además se adoptaron convenios (Alvarado, 2013).

La Declaración de Rio de Janeiro sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, dio lugar a la creación de 27 principios interrelacionados entre sí y resaltando además la importancia de la relación entre el desarrollo y medio ambiente. Otros hechos importantes que ocurrieron fueron: la creación del Programa Agenda 21, el cual tuvo como enfoque la planeación de las acciones de aplicación mundial, nacional y local sobre detener y revertir los efectos negativos sobre el ambiente

promoviendo el desarrollo y sostenido; la Conferencia Rio +5 que se realizó en el año 1997 se llevó a cabo en la sede de la ONU en Nueva York y la cual tuvo como objetivo validar el estatus de los acuerdos planteados en la cumbre de 1992; la adopción de una agenda complementaria baso el nombre de “Objetivos de Desarrollo del Milenio” en el año 2000 y la Cumbre Mundial de Johannesbrugo sobre “Desarrollo Sostenible” en el año 2002 y que tuvo lugar en Sudáfrica. El autor menciona que: La responsabilidad colectiva de promover y fortalecer los pilares interdependientes y sinérgicos del desarrollo sostenible, desarrollo económico, desarrollo social y protección ambiental en los planos local, nacional, regional y mundial”. (Alvarado, 2013, pp.14). Este autor menciona que lo pactado en la cumbre estuvo encaminada hacia: aumentar las inversiones la formulación de programas educativos, la participación de las comunidades; la cooperación entre los distintos entes interesados en el desarrollo del turismo y preservación del patrimonio; la prestación de asistencia técnica de países en desarrollo; la ayuda a las comunidades locales a administrar las visitas para obtener beneficios; la promoción de la diversificación de actividades, entre otras. Resalta además que en el año 2012 se celebró la Conferencia de las Naciones Unidad sobre el Desarrollo Sostenible Rio +20 en la que realizo un balance sobre los ODM, en la cual se identificó la necesidad de ampliar la visión hacia mejorar la calidad de vida de la población y ampliar los ODM. Según lo planteado anteriormente para que un destino sea visualizado como un promotor para el desarrollo sustentable, se debe diseñar estrategias de índole socioeconómicas que surjan a partir de las necesidades y características del mismo destino.

2.2.2. Sostenibilidad en Colombia.

“Los Objetivos de Desarrollo Sostenible: delimitando la senda hacia la prosperidad”, Colombia actualmente tiene una visión hacia la sostenibilidad teniendo como base los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS). A continuación, se presenta un análisis general de su desarrollo en los últimos años y los ODS que están vinculados directamente con el turismo. Cabe aclarar que el documento que lo complementa es el (PDN) Plan de Desarrollo Nacional en el cual se describe las problemáticas y posibles soluciones bajo el enfoque de los ODS. (S.f, 2018).

Objetivos de desarrollo sostenible (ODS): Según el DNP en el año 2015 la Asamblea General de las Naciones Unidas, adopta de un nuevo documento el cual es la “Agenda 2030”, en la misma se incluyeron 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con 169 metas. Colombia en el año 2000 adopto los Objetivos de Desarrollo Milenio (ODM), los cuales tuvieron un balance positivo desde el año 2010 al 2015. En este periodo y en términos generales el país logro un balance positivo

en el cumplimiento de los 8 ODM. En el año 2015 Colombia fue uno de los primeros países que creó una instancia gubernamental para la implementación y desarrollo de los ODS. El Gobierno Nacional a través de los diversos entes, ha impulsado diferentes iniciativas para promover los ODS. Dentro de estas se encuentra el diseño de una política con lineamientos hacia los ODS (CONPES 3918), la creación de la plataforma web para los ODS (www.ods.gpv.co), el impulso de Colombia en la participación en escenarios internacionales, etc. Algunas estrategias que ha planteado el DNP son la intervención de los sectores públicos y privados en pro al cumplimiento de los ODS, incentivar la pedagogía sobre los ODS, realizar un seguimiento, realizar buenas prácticas locales para la ejecución, implementar marcadores de ODS en los instrumentos de planeación y presupuestos regionales e incrementar en el acompañamiento para el cumplimiento de los ODS (Naciones Unidas, 2018). De acuerdo con el DNP y su página web oficial, dentro de los objetivos planteados por el Gobierno Nacional hacia el turismo en Colombia, se encuentran: Generar las condiciones institucionales para el impulso al sector turístico, realizar una gestión integral de los destinos para fortalecer la oferta, generar más inversión, mejor infraestructura y conectividad, aumentar la innovación y el desarrollo empresarial y fortalecer el capital humano para la competitividad; promover un turismo transformador, incluyente y con equidad y fortalecer la oferta mediante el desarrollo del arcoíris turístico.

Para el cumplimiento de estos objetivos se plantean algunas estrategias el Gobierno Nacional a través de la página oficial entre las cuales están: una modernización al marco legal, establecimiento de zonas turísticas especiales con base al (POT); el desarrollo de productos turísticos enfocados hacia el ecoturismo, cultural, turismo de reuniones, de salud y bienestar; la inversión en infraestructura turística sostenible de talla mundial; la simplificación de los trámites para la inscripción y actualización del Registro Nacional de Turismo (RNT); el fortalecimiento de las cualificaciones en temas educativos, formativo y de competencias laborales, y finalmente la actualización en la regulación para la actividad de guía turística.

2.3. Turismo sostenible en Colombia

Según el informe presentado por la entidad Procolombia “Turismo Sostenible”, el mismo resalta que la sostenibilidad debe contemplar aspectos tanto económicos, socioculturales y ambientales, esto debido a que tiene como objetivo el equilibrio adecuado entre estos para garantizar la sostenibilidad de un destino a largo plazo. Dentro de los pilares fundamentales que plantea para el desarrollo óptimo de turismo sostenible se encuentra: el óptimo uso de los recursos ambientales, la

viabilidad económica y repartición equitativa de beneficios y el respeto hacia la autenticidad sociocultural de las comunidades. De acuerdo con lo descrito en esta presentación e informe, la visión que tiene actualmente el país hacia el turismo sostenible es positiva ya que tiene como objetivo: convertir destinos turísticos en más competitivos, mejorar la infraestructura, generar más empleo, proteger los recursos naturales y proteger los recursos culturales y patrimoniales. También menciona que en que actualmente en Colombia existente 8 Normas Técnicas Sectoriales creadas por el MinCIT vinculadas con el turismo sostenible. Estas Normas Técnicas Sectoriales regulan las diferentes actividades relacionadas con el turismo y los prestadores de servicios que intervienen. Para finalizar y complementar lo anterior, en Colombia se lanzó el Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 en el cual se abarcan aspectos hacia el turismo sostenible como: la gestión integral de destinos, mejorar la infraestructura y conectividad, entre otros, enfocados hacia la sostenibilidad (Procolombia, 2018, pp. 25-32).

2.4. Análisis de los impactos económicos, socioculturales y medio ambientales del turismo

Debido al crecimiento y expansión que ha tenido la actividad turística en las últimas décadas, los destinos turísticos se han visto en vuelto a una fuerte presión cada vez mayor. El turismo se ha convertido en uno de los pilares para la economía, es decir un fenómeno socioeconómico para los países tanto desarrollados como en proceso de desarrollo. Lamentablemente esta actividad ha causado impactos tanto económicos, socioculturales y medioambientales, debió a la interacción entre turistas, el área de destino y su población. Los impactos económicos pueden ser percibidos de forma positiva. El turismo puede generar una demanda de bienes y servicios, un crecimiento de infraestructuras y superestructuras, dinamización de inversiones y generación de empleos. La magnitud de este impacto depende de aspectos tales como: existencia de una policía turística, el volumen del gasto turístico, el tamaño de la base económica, la recirculación del gasto turístico, la naturaleza de la oferta, etc del lugar de destino. Los impactos socioculturales están relacionados el contacto que se presenta entre la comunidad receptora y el turista. Según el autor la magnitud de los impactos depende de las diferencias socioculturales que existan entre los turistas y residentes, entre las cuales puede estar: forma de vida, sistema de valores, comportamiento, niveles de seguridad, conducta moral y política, cultura, tradiciones, etc (Quintero, 2004, pp. 263-270). Cada destino tiene una capacidad de carga social. Es importante mencionar que existe un grado de tolerancia por parte de los residentes, tales como euforia, apatía, irritación o antagonismo. Desde el punto de vista positivo, la actividad turística genera beneficios y costes, además puede contribuir

a mejorar la calidad de vida e incluso puede estimular la continuidad histórica de la población, contribuyen a la rehabilitación y conservación de su entorno. Este autor también menciona que algunos problemas que se han generado a causa de esto han sido: contaminación, desaparición o degradación de espacios naturales, erosión y degradación de zonas protegidas, polución arquitectónica y contaminación paisajística. Para resumir lo anterior, los impactos tanto económicos, socioculturales y medio ambientales, están relacionados con la capacidad de carga del destino. Un concepto que surge a raíz de esto es el “Turismo Sostenible”. Este concepto de estar acorde a el desarrollo: biológicamente aceptable, es decir, acorde con las posibilidades y el entorno ecológico de la zona; económicamente viable, es decir, plantearse una oportunidad económica que sea rentable financieramente; socialmente admisible, es decir, contar con el apoyo y la participación de los actores sociales y culturalmente sostenible, es decir, que la población pueda beneficiarse por los nuevos recursos e infraestructuras manteniendo su potencialidad y tradiciones.

2.5. Turismo de naturaleza en Colombia

Según la publicación “Visión Ambiente y Desarrollo Sostenible”, Colombia es el segundo lugar más biodiverso del mundo, sus bosques cubren más de la mitad del territorio. Posee abundantes recursos hídricos, tales como zonas marinas y costeras, que ocupan una gran parte de los recursos naturales, entre las cuales se conserva una amplia variedad de ecosistemas. Limita con dos océanos, el océano Atlántico y Pacífico, que suman más de 2.900 kilómetros y posee tres cordilleras, que a su vez están compuestas por zonas montañosas, nevados, volcanes, altiplanos, sabanas y valles. Colombia tiene además el mayor número de ecosistemas del mundo: selvas, sabanas de bosques, paramos, ríos, costas, ciénagas, mangales, entre otros. Actualmente su rica biodiversidad y sus ecosistemas se encuentran bajo una presión debido a las industrias extractiva, la ganadería extensiva, el tráfico de vehículos y la urbanización. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2017). Según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo definió al turismo de naturaleza como una actividad que se desarrolla actualmente en pro al cuidado y conservación de esta riqueza es el Turismo de Naturaleza. Dentro de los principales subproductos que plantea se encuentran el Ecoturismo (avistamiento de aves y ballenas senderismo y observación de flora y fauna), el cual busca salvaguardar los recursos naturales en el presente para las futuras generaciones, fomentando además el crecimiento social, cultural y económico de la población; el Turismo de Aventura (deportes extremos como el rafting, rapel, torrentismo, espeleología, parapente, etc), el cual busca el aprovechamiento de los recursos naturales de forma responsable y

finalmente el Turismo Rural (agroturismo, turismo arqueológico y etnoturismo), el cual tiene como propósito la realización de actividades enfocadas hacia la toma de conciencia e interacción con la naturaleza, con comunidades, etc (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Colombia Productiva, 2013). De acuerdo con este Plan de Negocio de Turismo, el turismo de naturaleza busca principalmente contribuir a la conservación de la biodiversidad, crear una conciencia sobre el uso responsable de los recursos naturales, definir los límites de capacidad de carga del entorno natural y contribuir al desarrollo y bienestar de las comunidades. El mismo es descrito como un instrumento que dinamiza los sectores públicos y privados, tales como organizaciones de viajes y reservas, transporte, alojamiento, bebidas y comidas, artesanías y compras, servicios de apoyo, etc. Algunas problemáticas que son descritas en el Plan de Negocio de TNC y que valen la pena tener en cuenta son: la falta de implementación de las normas en la práctica de (sostenibilidad, calidad y aventura), la falta de valor agregado y diferenciación del producto turístico de naturaleza, la falta de oferta de alojamiento de calidad orientada al TN, la escasez de recursos para la conservación, gestión y protección de las áreas naturales, entre otros. Para combatir estas problemáticas el MintCIT propone a través del Plan de Negocio de TNC líneas de compromiso para el desarrollo, tales como: coordinar y comprometer a las instituciones, adecuar la normatividad, promocionar la actividad turística, aprovechar las fortalezas del capital humano y coordinar la oferta de calidad. Dentro de las estrategias de producto que plantea el Plan de Negocio TNC se encuentra el fortalecimiento del ecoturismo en áreas protegidas y PNN, es decir, motivar e incrementar las visitas de extranjeros internacionales, ofrecer circuitos de interpretación y rutas a áreas protegidas de alto atractivo interpretativo, agregar otros segmentos especializados destacando la gestión sostenible y fortalecer la oferta de rutas por ríos míticos, actividades de aventura en espacios de agua dulce, aumentar la calidad en la prestación de los servicios y finalmente como valor agregado diseñar modelos de alojamiento tales como glamping, ecolodge emblemáticos o especializados.

2.6. Proyectos para alojamientos estilo ecolodge en Colombia

Dentro de los proyectos y equipamientos que plantea el gobierno nacional, está la implementación de Ecolodge Alojamientos y Centros de Atención al Visitante (CAVs). Para el caso del primero y para que Colombia consolide su competitividad en el Turismo de Naturaleza, debe empezar a enfocar su desarrollo a la implementación de lodges teniendo en cuenta las cuatro tipologías: Ecolodge Tradicional, Especializado, Emblemático y Gramping. De acuerdo con este Plan de Negocios, algunos destinos elegidos y que son vistos como posibles escenarios para

implementar este tipo de propuesta son: Antioquia, Caldas, Valle del Cauca, Amazonas, Magdalena, Santander, Cundinamarca y Meta. De acuerdo con una investigación y búsqueda de estos proyectos, muchos de estos aún se encuentran en proyectos y no se han puesto en funcionamiento.

2.7. Características de un ecolodge

Este alojamiento se caracteriza por ser pequeño y estar ubicado en áreas naturales y protegidas. Dentro de sus principios esta perseguir el más mínimo impacto ambiental, ser sostenible, la integración del habitat con la comunidad, el confort adecuado para los huéspedes y ser incluso la base para la interpretación y disfrute de entornos naturales (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2013).cSegún este manual para que los ecolodge sean visto como negocio sostenible debe cumplir con algunos principios para su construcción y operación. Dentro de estos se encuentran: entorno Socio – cultural (la prioridad será preservar el patrimonio local a través de la elaboración de programas y materiales informativos de educación ambiental), gestión cadena de suministro (las provisiones y servicios deberán se medioambientales y seguros, ayudará a fomentar la actividad comercial local y la contratación de proveedores será local), gestión de residuos (el volumen y cantidad de residuos deberá ser controlado y se deberán recoger, reciclar y eliminar de forma eficiente y económica), gestión de recursos (los recursos hídricos y energéticos se deberán conservar y proteger, reduciendo la contaminación), infraestructura sostenible (los materiales deberán ser medioambientales y seguros. Su diseño deberá ser bioclimático y eficiente, además el mismo deberá respetar el medio ambiente, las tradiciones locales y sus usuarios), gestión biodiversidad (se deberá preservar el hábitat natural y las especies, haciendo uso responsable de los ecosistemas y proporcionando mecanismo de motivación para la apreciación y el disfrute de la naturaleza), gestión hotelería sostenible (se defenderá los principios y códigos morales).

El MinCIT describe cuatro tipologías adaptadas a la oferta turística, las cuales son: el Ecolodge Tradicional, el Ecodge Especializado, el Ecolodge Emblemático y el Eco Glamping. En este manual también se exponen algunas propuestas internacionales que se encuentran en funcionamiento, las cuales serán explicadas a continuación.

2.8. Casos de ecolodge tradicionales

Actualmente existen diferentes propuestas a nivel internacional de Ecolodge tradicionales, entre los cuales se puede mencionar el Blacaneaux Lodge en Belice, el cual está ubicado en una reserva forestal y está rodeado de senderos de interpretación con un huerto propio que abastece su

restaurante; el Explorean Kohunlich Ecologde en Mexico, el cual está ubicado en el corazón de la selva maya y sus actividades están direccionadas hacia el contacto con la naturaleza, flora, la fauna y la cultura de la región; el Kapawi Ecolodge en Ecuador, el cual está ubicado en el territorio Achuar y se caracteriza por que su diseño esta relacionados con la cultura indígena que vive allí y el Lapa Rios en Costa Rica, el cual está ubicado en una reserva natural, su construcción es hecha a base de materiales nativos, tiene duchas solares y sus trabajadores son completamente locales (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2013)..

2.9.Casos de ecolodge especializados

Según el MinCIT, respecto a los ecolodge especializados se encuentran el The Surf Lodge en USA, el cual se caracteriza por su temática hacia el surf y garantiza que todas sus operaciones se desarrollen de manera responsable; el Tree House Lodge en Costa Rica, el cual está construido con madera obtenida de los árboles caídos, cabe mencionar que allí existe un programa para la conservación la iguana, especie autóctona de la zona donde está el ecolodge; el Canopy Tower en Panamá el cual está ubicado en el Parque Nacional Soberanía y está enfocado exclusivamente al avistamiento de aves y finalmente el Mombo Camp en Bostwana, el cual está ubicado en la reserva del Delta de Okavango y dispone de pasarelas para avistamiento de animales desde el propio camp.

2.10.Casos ecolodge emblemáticos

Según el MinCIT, entre los ecolodge emblemáticos se encuentran: el Montaña Mágica Lodge en Chile, el cual está ubicado en la reserva biológica de Huilo Huilo, está construido en forma de volcal y emite agua por su cráter haciendo una cascada entre las habitaciones; el Daintree Ecolodge en Australia, el cual está ubicado en el Parque Nacional Daintree, está construido entre los árboles y se caracteriza por que en este territorio habitó la tribu de los Kuku Yalanji; el Adrere Amellal Ecolodge en Egipto, el cual está construido con materiales y técnicas indígenas, sus empleados son todos locales y tiene sistema de ventilación natural y finalmente el Poseidon Resort en Fiji, el cual está construido debajo del agua y está diseñado para generar el más mínimo impacto.

2.11.Casos de ecodge ecoglamping

Según el MinCIT, entre los ecoglamping se encuentras: el Patagonia Domes en Chile, se caracteriza por que son tiendas construidas en la misma forma que las que tenía la tribu Kaweskar, está ubicada en el Parque NACIONAL Torres del Paine y está construida a base de materiales renovables con el uso de energía solar; el Design Treehouse en Suecia, se caracteriza por que toda su construcción fue realizada con base a materiales sostenibles y su diseño y decoración es

minimalista; el Tortilis Camp en Kenia, tiene como objetivo la conservación de la reserva Masai Mara y apoyar a la comunidad local y finalmente el Greystoke Mahale en Tanzania, se caracteriza por tener un diseño de tiendas construidas con materiales reciclables. Actualmente el interés principal en la demanda de los ecolodge en Colombia es debido a las actividades de observación y avistamiento de flora y fauna en su medio natural, que hacen fundamental iniciar a desarrollar este tipo de propuestas. Es importante mencionar que dentro de las tendencias y motivaciones que existen actualmente en el mercado está el avistamiento de fauna en su hábitat natural, el senderismo, visitas a parque y áreas protegidas, el aprendizaje sobre la naturaleza y culturas locales.

2.12. Factores claves para la rentabilidad de un ecolodge

De acuerdo con el Manual para la creación de un Ecolodge, algunos factores para la rentabilidad de un Ecolodge son:

Ubicación: El destino debe ser visto como un atractivo para el desarrollo de actividades de naturaleza, debe existir una comunidad o local, debe haber un estado de conservación del medioambiente, infraestructura de servicios, facilidades logísticas y proximidad de RRHH.

Valor añadido: Este tipo de alojamientos deben aportar un valor agregado que pueda traducirse en ingresos.

Interpretación y otras actividades: El éxito de un ecolodge está relacionado con los atractivos disponibles que ayuden a generar experiencias al turista. Las mismas también deben estar relacionadas con las actividades de educación e interacción con los proyectos de medioambiente y de responsabilidad social.

Accesibilidad: Debe existir una facilidad para llegar al ecolodge, teniendo en cuenta que su ubicación este en una zona natural y alejada.

Gestión: El ecolodge debe ser un negocio que contribuya al medio ambiente y a la sociedad, por lo cual debe mantener una visión económica como pilar fundamental de la sostenibilidad.

Acceso a capital: Para este caso se debe contar con fuentes de inversión alternativas para el apoyo a la creación de ecolodge.

Teniendo en cuenta lo anterior, un ecolodge es una excelente alternativa no solo para generar ingresos en una zona o destino, si no que el mismo implica la participación de la comunidad y una visión hacía sostenibilidad.

2.13. Modelos de ecolodge en Colombia

De acuerdo con el artículo (5 hoteles ecológicos en Colombia, 2019) a continuación, se analiza algunos modelos de Alojamientos Naturales y Ecolodge que existen en Colombia. Las Ecohabs Minca es un hospedaje de lujo se encuentra en el pequeño pueblo de Minca, ubicado a tan solo 45 minutos de Santa Marta, el cual es un destino que posee un entorno natural. Es una opción interesante para el viajero que busca comodidad, tranquilidad, además de vistas y recorridos a atractivos naturales. Sus Ecohabs son una iniciativa que aplica los principios de la permacultura, bioconstrucción y desarrollo comunitario ofertando servicios para el mejoramiento de la calidad.

Otro hotel con características ecológicas es el Ecohotel Paraíso Verde, el cual inaugurado hace poco más de un año en el Quindío. Posee una arquitectura sostenible, que utiliza los materiales propios de la zona como la guadua, además de ello sus instalaciones ofrecen servicios de spa en un espacio natural muy relajante. Adicional se puede realizar tours de avistamiento de aves y de un alto número de especies endémicas.

El Almejal es otra opción de alojamiento natural el cual está en el Chocó colombiano, ofrece uno de los mejores servicios de hospedaje sostenible del país. Su característica principal es que está ubicado en un territorio que es casi por completo una reserva natural de selva húmeda tropical. Sus paquetes de estadía incluyen caminatas educativas por senderos ecológicos, actividades lúdicas para los niños, gastronomía con productos de la zona y visitas a otros destinos de la región, haciendo siempre un énfasis en la responsabilidad social y ambiental.

Esta el Ecolodge Juan Solito ubicado en Yopal, el cual ofrece a los turistas la experiencia participativa y de interpretación, promoviendo la unión espiritual con la cultura y la naturaleza. Complementa su oferta con actividades como safari llanero, cabalgatas, caminatas guiadas, pescas turísticas, entre otras.

El Cantil Ecolodge está ubicado en la playa de Guachalito en Nuqui, se caracteriza por ser cabañas amuebladas con un énfasis hacia la comida tradicional de la región pacífica. Dentro de su oferta se encuentra las actividades de recorridos de observación, avistamiento de ballenas, aves, surf, entre otras. Este ecolodge está comprometido a trabajar con las comunidades locales y el medio ambiente a través de capacitaciones y programas.

El Calanoa Lodge está ubicado en la selva amazónica, en esta propuesta interviene la comunidad local y el enfoque hacia la conservación de la diversidad biológica cultural de la región. Dentro de las actividades adicionales que se pueden realizar esta la observación de aves, recorridos históricos, entre otros.

También existe el Dorado Bird Reserve ubicado en la Sierra Nevada de Santamarta, el Rio Claro ubicado cerca de la ciudad de Medellín, el Pijibá Lodge ubicado en Nuquí, el Kasaguadua Ecolodge ubicado a cuatro horas de la torre de café de Salento y el Ecolodge ubicado en la cominidad San Martin de Amacayacu en Leticia Amazonas, entre otros.

Capítulo III. Marco contextual

3.1. Agroparque los Soches

El Agroparque los Soches como un lugar que está ubicado en la parte suroriental de Bogotá D.C. en la localidad de Usme. Limita al norte con la quebrada de la Yomasa, por el sur con la Autopista Nueva a la Ciudad de Villavicencio, por el Oriente con la vía antigua a la ciudad Villavicencio y por el occidente con el cerro el Gavilán. De acuerdo con el POT de Bogotá D.C., y es considerado un área de manejo especial y reserva para la producción sostenible, teniendo como base sus factores ambientales y socioeconómicos. Este destino surgió con el fin de desarrollar de una visión enfocada hacia la conservación del medio ambiente, la cultura tradicional campesina y en defensa al crecimiento y la ruralidad de la ciudad de Bogotá. Cerca a esta vereda se encuentra ubicado el páramo de Sumapaz, los cerros orientales y el Parque Entre Nubes.

Este destino ofrece la oportunidad de realizar diferentes actividades en entornos naturales tales como, senderismo, avistamiento de aves, campamentos, deportes extremos, actividades de agroturismo como, por ejemplo: ordeño, siembra de semillas, compartir con las comunidades campesinas a través de oficios tradicionales rurales, entre otros. De acuerdo con la investigación y análisis realizada el autor ya mencionado, sus inicios se dieron en el año 1990 a través del acuerdo 6, la visita del consejo de Bogotá en el año 1996, diseño y presentación de la propuesta en el año de 1998 y la consolidación de esta en el año 2002 (Mejía, 2013). Dentro de los organismos y grupos sociales que componen el Agroparque se encuentra: la junta de acción comunal, la cooperación integral eclipse, la asociación de aguas cristalinas, el comité de amas de casa, grupos jubiles, el grupo de observadores de aves y el grupo de adulto mayo. Una pregunta que surge es ¿Hacia dónde va el Agroparque?, de acuerdo con la cooperación integral eclipse este destino que busca; conservar su ruralidad para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, continuar con la preservación de su riqueza natural, posicionarse como un modelo de vida y seguir generando tejido social y apropiación campesina. Según las visitas de campo realizadas el día 12 y 13 de octubre del presente año, dentro de los recorridos que ofrece el Agroparque se encuentra el recorrido al Páramo de Sumapaz, el cual tiene como objetivo enseñar al turista la importancia del cuidado y protección del ecosistema. También está la visita: el Páramo Cruz Verde, el cual es considerado el conector Biológico más importante de los cerros orientales; la Chinara Laguna de la Fertilidad, la Cuchilla del Gavilán, entre otros sitios naturales. Para el caso los turistas que desean alojarse existen la posibilidad de hacerlo a través de Camping o en una de las casas de los campesinos que

viven allí. Para finalizar en este destino actualmente se están creando propuestas y estudios medioambientales, socioculturales, entre otros, debido a su importancia y riqueza natural.

Capítulo IV. Marco conceptual

4.1.Sostenibilidad

“Sostenibilidad es toda acción destinada a mantener las condiciones energéticas, informacionales, fisicoquímicas que hacen sostenibles a todos los seres, especialmente a la Tierra viva, a la comunidad de vida y a la vida humana, buscando su continuidad, y atender también las necesidades de la generación presente y de las generaciones futuras, de tal forma que el capital natural se mantenga y se enriquezca su capacidad de regeneración, reproducción y ecoevolución.” (Boff, 2012)

Teniendo en cuenta la anterior definición, cada vez que se desee comprender el significado de sostenibilidad, surgirán una serie de conceptos que aportan de manera significativa, pero que aún no lo definen de una forma definitiva, esto se debe a que cada vez y a medida que va avanzando el desarrollo de la misma sostenibilidad sus variables van evolucionando, de igual manera la definición dada por Leonardo Boff abarca desde las acciones que implican las condiciones, intervención de todos los agentes y el objetivo hacia la atención a las necesidades actuales y futuras en cuanto el medio ambiente.

4.2.El turismo de naturaleza

“El turismo natural es aquel que, de una u otra manera, está estrechamente relacionado con el desarrollo del turismo sostenible con la naturaleza. A menudo algunas personas lo confunden con turismo activo o de aventura, pero no son exactamente equivalentes: se pueden llevar a cabo planes de aventura en entornos artificiales y, por el contrario, se puede realizar turismo natural de una manera contemplativa y relajada, sin el componente de acción que lleva intrínseco el turismo activo. Lo que sí es inseparable del turismo natural es su vocación de sostenibilidad medioambiental, ya sea a través de la gestión de sus recursos o de su contribución al estudio y la investigación de la naturaleza. A continuación, enumeramos algunas de las tipologías más comunes en esta materia”. (Sagrasta, s.f.)

Teniendo en cuenta la anterior definición, existe una relación de construir pensamientos y corrientes de conciencia en cuanto al cuidado del medio ambiente, el mejor canal es el turismo ecológico o natural, ya que este se realiza directamente en ecosistemas y entornos naturales, y toda aquella persona que esté dispuesta a tener una experiencia diferente, debe contemplar que más allá de tener atracciones que diviertan como los puede hacer otra forma de turismo, esta es algo más especial que eso, ya que el crecimiento en cuanto a nuestra responsabilidad con el mundo hace que todas las actividades recreativas que podamos tener, generen un sentido de pertenencia con nosotros mismos, frente a todo lo que nos rodea. Este tipo de turismo es más de conciencia, pero a la vez

busca crecer por que también es una forma de desarrollo tanto económico como social, por eso el equilibrio debe estar como prioridad.

“Se puede entender por Turismo de Naturaleza o Turismo Natural, los viajes organizados por personas con el objetivo de realizar actividades recreativas en contacto, precisamente y como su nombre lo adelante, con la naturaleza, y con las comunidades o expresiones culturales integradas en su entorno. Es una práctica que la realizan personas que tienen la intención de conocer y disfrutar de los recursos de un área del planeta.” (Importancia del Turismo Natural, s.f.)

Teniendo en cuenta la anterior definición, el turismo de naturaleza es una constante invitación a aprender, a conocer a disfrutar todo lo bello que nos da la naturaleza, a buscar nuestras propias raíces desde las comunidades que habitan en ciertas regiones naturales, a comprender la importancia de conservar los paisajes, los animales y los ríos, todo de una manera sostenible, pero con respeto y con ánimos de conservación.

4.3.Ecolodge

“El término ecolodge proviene de la palabra inglesa lodge que significa casa del guarda y se comenzó a utilizar para nombrar a los hoteles de los parques nacionales de Kenia, porque estos eran pequeños alojamientos con pocas habitaciones, situados en áreas protegidas y que daban servicio a pocos huéspedes. Los primeros lodges fueron construidos por los colonizadores ingleses que trataban de imitar las cabañas de los nativos, las casas coloniales o incluso confundiendo con la naturaleza. En la actualidad los ecolodges han evolucionado de tal forma que atienden a cualquier preferencia de los amantes del ecoturismo.” (Estévez, 2012)

Teniendo en cuenta la anterior definición, los ecolodge son básicamente hoteles ecológicos, que principalmente van dirigidos a las personas que realizan turismo de naturaleza, pueden ser de diferentes formas y materiales pero por lo general buscar hacer un impacto de reutilización, pueden ser sencillos o con instalaciones que brinden lujo, pero todo con conciencia ambientalista, por lo general siempre cuentan con la participación directa de las comunidades que habitan el territorio y los productos de la misma región, buscando desarrollo sostenible en el medio ambiente, Nieto (2018) se busca que funcione con fuentes alternativas, como puede ser el compostaje, la reutilización de aguas no contaminadas mas no de consumo, otras fuentes de energía eléctrica y demás.

Capítulo V. Marco metodológico

5.1. Estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad es una herramienta que se utiliza para orientar la decisión de continuar o abandonar un proyecto y se aplica ya en la parte pre-operativa del ciclo (Padilla, s.f.). A través de un estudio de factibilidad se puede determinar: El tamaño del mercado, la ubicación de las instalaciones y la selección de tecnología, el diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, las inversiones necesarias y su cronología, las fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto, los términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos y construcciones civiles principales y complementarias, sometimiento del proyecto a las autoridades de planeación y ambientales, aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental. De acuerdo con lo anterior siempre que se inicia un proyecto se corre el riesgo que quizás sea viable o no, por esa razón se debe hacer un análisis previo de todas y cada una de las variables, para de esa manera determinar la toma de decisiones para continuar o no con el proyecto inicial.

5.2. Metodología de investigación

La investigación mixta es un tipo de investigación en el que se usa más de un método para obtener resultados en mayor parte, en esta se hace el desarrollo de varias investigaciones combinadas, entre cuantitativa con una cualitativa, para de esa manera obtener unos resultados más profundos y extensos. A este tipo de investigación se le denomina multidisciplinario. Definitivamente es la forma más completa de llevar a cabo una investigación, ya que permite ver desde las diferentes técnicas y métodos las diversas perspectivas, adicionando que podemos ahondar más en lo que es el objeto de nuestra investigación. (S.f, 2018).

5.3. Tipos y técnicas de investigación

Recolección de datos: La recolección es una técnica de vital importancia para hacer uso de datos relevantes que se pueda encontrar en los diferentes entornos. Para llevar a cabo esta recolección de datos se debe determinar previamente que es lo que estamos buscando y con qué fin, para esa manera poder buscar en fuentes confiables y que en su gran mayoría de información nos sea de utilidad y permita agilizar el desarrollo de nuestra investigación. También afirma que la recolección de datos brinda un gran apoyo para llevar a cabo una investigación ya que de esa manera podemos basarnos en hechos ya sustentados por otras personas (Sampieri, 2014, pp. 6-8).

Investigación documental: La investigación documental es una técnica de investigación cualitativa de

recopilación y selección de información por medio de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías, etc. Busca obtener datos importantes y relevantes para llevar a cabo una investigación. No es considerada un método seguro porque sus datos de cuantificación no son tan seguros para un análisis de datos, se suele comparar con la investigación histórica y esto no genera confianza en quien realiza la investigación (Sampieri, 2014, pp. 2-4).

5.4. Investigación cuantitativa

La investigación cuantitativa es método para poder tomar decisiones entre varias alternativas, usando herramientas numéricas de la estadística, cuantificando sus variables y comprendiendo su magnitud bajo datos numéricos. Brinda la posibilidad de cuantificar las posibilidades de poder cumplir aquello que se ha trazado con anterioridad (Sampieri, 2014, pp. 2-4). Técnica de encuestas: Esta técnica es un conjunto de preguntas que están dirigidas a una muestra de población o instituciones, con el fin de recolectar datos sobre estados de opinión o de datos específicos. Lo ideal es obtener un perfil o posición de la muestra sobre un tema específico, esta se realiza por medio de cuestionarios, los cuales pueden ser abiertos y/o cerrados (Abela, 2015, pp. 2-3). Los abiertos al igual que la entrevista buscan indagar sobre posiciones personales, sentimientos y experiencias en general, por lo contrario, y los cerrados limitan las respuestas ya que controla en marco de referencia, hace que se fuerce una respuesta frente a una posición. Van dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. La intención de la encuesta no es describir los individuos particulares quienes, por Azar, son parte de la muestra sino obtener un perfil compuesto de la población. Una "encuesta" recoge información de una "muestra." Una "muestra" es usualmente sólo una porción de la población bajo estudio. Técnica de análisis de contenido: Según el autor Jaime Andréu A., esta es una metodología que tiene como enfoque el estudio de contenidos en comunicaciones humanas materializadas en libros, tesis, pinturas, lecturas, sitios web, medios audiovisuales etc. Lo que se realiza con este método es un análisis de todos los contenidos y codificarlos si son simbólicos cualitativos. Después de obtener un conjunto de materiales obtenidos del análisis de conductas, se debe clasificar de forma ordenada y metódica.

5.5. Investigación cualitativa

Este tipo de investigación se caracteriza por buscar la comprensión y evaluación de información obtenida de entrevistas, conversaciones, registros entre otros ponderar los resultados e identificar

su significado de una manera abstracta sea de origen numérico o estadístico, es interpretativa de cualquier fuente de información. (Herrera, s.f.). Técnica de entrevista estructurada y no estructurada: Esta técnica se caracteriza por ser una conversación con un propósito específico que normalmente no tiene un formato físico, sino que es verbal de preguntas, se basa en un dialogo donde se busca obtener información donde dos personas son recolector y la otra fuente, la entrevista se prepara determinando la posición del entrevistado, preparando las preguntas, determinar un tiempo para la entrevista y la hora en que debe iniciar. (Bertomeu, s.f.). La autora menciona que existen dos tipos de entrevistas las cuales son: Entrevista estructurada, es aquella donde ya se está preestablecido el curso que debe llevar, es el guion que se debe seguir, donde se realizan las mismas preguntas a todos los participantes, normalmente se usan preguntas cerradas dejando poco margen de respuesta explicativa. Entrevista no estructurada, básicamente es donde ninguna de las preguntas está preestablecida, se desarrolla como una conversación normal, donde cada respuesta dada funciona como inicio, para que el entrevistador formule otra pregunta, es de carácter explicativo donde el participante es libre de argumentar su respuesta ampliamente. Observación sistemática y no sistemática: La observación sistemática es la que ya tiene determinado el campo que va a ser objeto de estudio de una forma concreta y la observación no sistemática: es la que se realiza sin ninguna estructuración en relación con el objeto a observar, es más fácil de realizar por la flexibilidad que permite (S.f, 2019). Nota de campo.: Son anotaciones que se realizan en el momento en el que se encuentra haciendo una investigación, son apuntes que pueden utilizarse como forma de recordación en cuando se necesite refrescar algún conocimiento o extenderlo, normalmente se relaciona con la observación, se debe realizar de una manera ordenada para que no se pierda el contexto. Análisis de documento: La base del análisis documental se fundamentada en la investigación histórica, se constituye como el primer paso para plantear la pregunta problema en una investigación, es mediante donde se extrae los datos relevantes del documento y se seccionan en partes para representarlas, va desde el origen del documento, su propio escritor pasando por la descripción de su contenido este tiene dos fases: *Análisis externo*: Comprendido por soporte documental, descripción bibliográfica y catalogación y *Análisis interno*: Comprendido por mensaje, indización y resumen.

5.6. Investigación de Campo

Este tipo de investigación se realiza en un ambiente exterior fuera de un laboratorio o espacios de trabajo los datos que se recopilan se toman de ambientes reales los cuales están fuera del control

de investigador, los datos de estas se pueden recopilar por medio de las técnicas de entrevistas, encuestas o notas de campo, esta se usa para dar respuesta a una pregunta o problema planteado previamente, las fases para realizar una investigación de este tipo se inicia con una etapa exploratoria, donde se experimenta el terreno, se plantean los límites, los tiempos, a partir de ahí se establece los instrumentos de recolección de información, los cuales nos brindan los datos necesarios para ser analizada, para finalmente exponer los resultados apoyados en diferentes medios de representación. Observación y registro: Esta técnica esta estéricamente ligada a técnica de observación y la investigación de campo y se alimenta de algunos elementos tales como: Un Cuaderno de notas, el cual es un instrumento relevante ya que permite almacenar información de inmediato en el instante preciso sobre el terreno, todas las informaciones, datos, expresiones, opiniones, etc. que pueden ser de interés para la investigación. Estas anotaciones se incorporan con posterioridad de manera organizada al diario de campo y Los Mapas o diagramas de escenario, en el cuales se utilizan para registrar la población y su campo espacial, o como se desarrolla un territorio o ambiente físico determinado, es importante por los vínculos que los relacionan y los itinerarios que se producen en el territorio, siempre estos instrumentos deben estar apoyados con información de carácter gráfico o visual u otro medio de visualización son importantes para el análisis de la información (Arturo K, 2013).

5.7. Aplicación de los tipos y técnicas de investigación

De acuerdo con la descripción realizada de los tipos de investigación, se diseñó una matriz QUE presenta los objetivos específicos y las técnicas que se aplicaron para dar cumplimiento a cada uno de estos.

Tabla 1.

Matriz de tipos y técnicas de investigación

| Enfoque de la Investigación: Mixta | | |
|--|------------------------------|--|
| Objetivos | Tipo de investigación | Técnicas de Investigación |
| 1. Determinar el potencial turístico del Agroparque los Soches, analizando los impactos ambientales que podría causar la implementación de un Ecolodge en esta zona. | Investigación Documental | N/A |
| | Investigación Cuantitativa | *Análisis de Contenido |
| | Investigación Cualitativa | *Entrevistas estructurada y no estructura *Observación Sistemática y No Sistemática *Notas de Campo *Análisis de Documentos |
| | Investigación de campo | *Observación y registro |
| 2. Identificar las características del mercado objetivo | Investigación Documental | N/A |
| | Investigación Cuantitativa | *Encuesta *Análisis de Contenido |
| | Investigación Cualitativa | *Entrevistas estructurada y no estructura *Análisis de Documentos |
| 3. Determinar la estructura administrativa y legal para su funcionamiento. | Investigación Documental | N/A |
| | Investigación Cuantitativa | *Análisis de Contenido |
| | Investigación Cualitativa | *Análisis de Documentos |
| 4. Analizar su viabilidad técnica, planteando una propuesta operativa, económica y financiera | Investigación Documental | N/A |
| | Investigación Cualitativa | *Análisis de Documentos |

Nota: Autoría propia

5.8. Materiales y equipos

Documentos Personales: Carnet de Estudiante, Cedula (o Pasaporte para los extranjeros)

Materiales de Orden General: Libreta de Direcciones (exclusiva del proyecto de investigación)

Cuaderno(s) de campo, Cartapacio para planillas de campo, Portadocumentos, Tablilla con sujetador para apoyar planillas y papeles, Bolígrafos, Marcadores, Lápices, Borrador.

Materiales de Grabación y Fotografía

Grabadora, Celular o cámara fotográfica

Capítulo VI. Potencial del destino

6.1. Diagnostico situacional

Ámbito físico – espacial

Localización y Ubicación Geográfica: el Agroparque los Soches este situado en la parte suroriental de la ciudad de Bogotá, está entre las cordilleras geográficas 4°16'57" y 4°23'28" de latitud Norte y 74°10'57" y 74°13'23" longitud Oeste.

Superficie: La Vereda los Soches tiene una extensión aproximadamente de 329.82 hectáreas.

Precipitación: este destino tiene una distribución de precipitación que se encuentra entre los 900 mm y 1300 mm, es decir, un promedio anual de 1100 mm.

Hidrografía: De acuerdo con las visitas realizadas el día 12 y 13 de octubre del presente año, la red hidrográfica está conformada por las quebradas de Yomasa, Las Cáquezas, Las Tetillas y El Amoladero, las mismas son provenientes del rio Tunjuelito, que a su vez emerge del rio Bogotá. Estas quebradas sirven para abastecer de agua a la comunidad y Asus actividades agrícolas y pecuarias.

Ámbito ecológico – territorial

Climatología: esta zona presenta una temperatura promedio y anual entre los 10°C y 13°C, estas temperaturas pueden varias de acuerdo con las zonas del Agroparque, es decir en unas pueden ser menor humedad o de mayor la altitud.

El Vereda los Soches comprende una altitud entre los 2800 y los 3200 msnm.

Ecológico: De acuerdo con las visitas realizadas el día 12 y 13 de octubre, se determinó que actualmente en Agroparque cuenta con amplias zonas naturales, entre las cuales se encuentran el sendero de la Maria que tiene como atractivo turístico el Bosque Alto Andino, un valle de frailejones y el mirador de la Maria. Esta también el Sendero el Manantial a través del cual se tiene un avistamiento a la quebrada de Yomasa, la piedra del amor y el mirador del Gavilán. Otro sendero importante es el Chinara con vistas a la peña del Diablo y la laguna de Chinara. También se encuentran muy cerca el Páramos de Sumapaz y de Cruz Verde. A continuación, se describe cada uno de estos destinos naturales.

Tabla 2.

Principales Destinos Naturales del Agroparque los Soches

| Destino | Descripción | Actividades |
|----------------------|---|--|
| Bosque Alto Andino | Zona natural a travessada por la quebrada de Yomasa. Cuenta con una amplia variedad de vegetación y biodiversidad única. Tiene una extensión hacia los cerros orientales. | Senderismo, observación de aves, especies de animales, naturaleza y espeleología |
| Valle de Frailejones | Zona natural con hermosos paisajes visuales panorámicas. Allí se puede observar una variedad de suaves colinas y frailejones. | Senderismo y observación de aves, especies de animales y naturaleza |
| Quebrada de Yomasa | Cuenca que nace en el sur oriente de Bogotá. Esta quebrada desemboca en el río Tunjuelo y recorre varios barrios de la localidad de Usme. Es una fuente hídrica para algunas poblaciones rurales. | Senderismo y observación de aves, especies de animales y naturaleza |
| Mirador de Gavilán | Cerro que se encuentra ubicado en el parque entre nubes. Se caracteriza por su gran vista a la ciudad. Para llegar allí se debe hacer una caminata de dos horas aproximadamente. | Senderismo y observación de aves, especies de animales y naturaleza |
| La Peña del Diablo | Atractivo natural formado por una gran cantidad de rocas y cuevas. Se encuentra ubicado en el sendero que va hacia la Laguna de Chinara. | Senderismo, observación de aves, especies de animales y naturaleza y rapel |
| La Laguna de Chinara | Zona natural ubicada cerca al Agroparque los Soches. Se caracteriza por ser no tener una gran profundidad y su importancia mitológica para las comunidades que habitaron allí. | Senderismo y observación de aves, especies de animales y naturaleza |

| | | |
|----------------------|---|---|
| Páramo de Sumapaz | Tiene una extensión de 333.420 hectáreas. Es una de las fuentes hídricas que más tiene importancia en el país. Dentro de su ecosistema habitan una gran variedad de mamíferos y especies naturales únicas. | Senderismo y observación de aves, especies de animales y naturaleza |
| Páramo de Cruz Verde | El páramo de Cruz Verde se encuentra al oriente de Bogotá, ocupando territorios del Distrito Capital, y de los municipios cercanos. Allí habitan una gran variedad de especies de animales y aves característicos de la región. | Senderismo y observación de aves, especies de animales y naturaleza |

Nota: Autoría propia

Ámbito socio – cultural

De acuerdo con Nieto (2013), en el año 1990 inicia la problemática en la Vereda Los Soches a causa del acuerdo número 6, que catalogó esta área como suburbana e intento dar vía libre a la urbanización. Lo anterior dio como resultado la valorización predial, por lo cual los impuestos se tornaron costos obligando de esta manera a vender a los campesinos sus predios. Muchos de estos ya estaban iniciando con las negociaciones, pero para este momento el líder comunitario el Sr Belisario Villalba inicio una comunidad campesina para exponer la problemática que existía para el pago de estos impuestos y sus intenciones de no querer vender sus predios. El autor menciona que posterior a ello se inició con la categorización de la vereda los Soches como una reserva natural. El Sr Belisario convenció a su comunidad para diseñar la propuesta de un Agroparque para proteger su territorio y demostrar a los organismos territoriales que la Vereda los Soches es una importante zona de conservación tanto para la comunidad que habita allí como para un importante número de especies. En los años siguientes se inicia todo el proceso para la consolidación de esta propuesta, en el año 1998 se realiza un diagnostico biofísico, en el año 2002 surge el decreto 619 POT y en el 2003 se diseña un plan de manejo. Hoy en día este Agroparque es reconocido en el POT de la localidad de Usme como una Zona Especial de Manejo Sostenible.

Características Básicas de la Población: Para el año 2005 exista un total de 390 habitantes distribuidos en 85 familias, en los últimos años este dato ha incrementado a 3000 habitantes aproximadamente. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2005). La principal actividad que realizan los pobladores es la agricultura y la pecuaria. La población está representada

principalmente por personas menores de 30 años que oscila en más de un 30% entre un rango de 18 a 30 años. El gran porcentaje de esta población se dedica a el desarrollo y participación de proyectos de resistencia y defensa de territorio.

Salud: De acuerdo la visita de campo realizada el día 12 y 13 de octubre y a través de, actualmente la alcaldía de Usme reconoce 7 UPZ (Unidades de Planeamiento Zonal) en la zona rural de esta localidad, entre las cuales se encuentra La Flora, Danubio, Gran Yomasa, Comuneros, Alfonso López, Parque Entre Nubes y Ciudad Usme. para dar atención a la zona rural de esta localidad se cuenta con 12 Unidades de Servicio en Salud, allí se prestan servicios de: Medicina General, Enfermería, Odontología, Psicología, Tamización y demás especialidades. Para tener atención de salud la población de las rurales debe desplazarse hasta la zona urbana.

No existente buenos centros de salud cercanos al Agroparque. Según la visita de campo realizada el día 12 y 13 de octubre y a través de la entrevista aplicada uno de los pobladores de la zona. Anexo 1 Entrevista para complementar información sobre las condiciones del Agroparque los Soches, se determinó:

Vías: Para llegar al Agroparque los Soches existen diferentes vías terrestres, entre las cuales se encuentra la carretera que une la ciudad de Bogotá con la ciudad de Villavicencio, la misma está ubicada al oriente y también se encuentra la antigua vía al llano. Lamentablemente algunas de las vías que se encuentran al interior del Agroparque no están pavimentadas. Cabe mencionar que existen senderos y vías para la realización de caminatas y acceder a los diferentes atractivos turísticos del lugar.

Transporte Terrestre: Para llegar al Agroparque existen diferentes alternativas entre las cuales están: a través de transporte propio como moto, carro o bicicleta o a través de rutas de servicio público que tiene como paradero final la estación de gasolina ESSO y MOBIL. Estos buses o colectivos dicen (Uval – Virrey). Otra opción es a través de Transmilenio, para este caso hay que llegar hasta el portal de Usme y tomar el alimentador el Caracas, el Santa Librada y el Chuniza o el Virrey.

Comunicaciones: Por ser una zona rural de la localidad de Usme, el Agroparque no cuenta con una amplia red de comunicaciones, pero sus pobladores disponen de los servicios básicos de Internet y Telefonía.

Abastecimiento de Agua: Actualmente las agua que emergen de las Quebradas de Yomasa, las Cáquezas, las Tetillas y el Amoladero, son utilizadas para el consumo doméstico. Algunas de estas

aguas están contaminadas por las actividades agrícolas, domésticas y pecuarias. No existe un suministro de agua potable, por lo cual la comunidad ha recurrido a las quebradas ya mencionadas. Existe una planta de tratamiento llamada Yomasa y El Dorado.

Alcantarillado: Actualmente existe un sistema de alcantarillado y de pozos sépticos en la zona. A través de este se drena las aguas sucias.

Eliminación de Basuras: La empresa Coviandes se encarga de realizar la recolecta de basuras en algunos puntos estratégicos en los cuales la comunidad puede depositar la basura. Lamentablemente este sistema no es 100% efectivo, ya que esta empresa no está relacionada directamente con esta actividad.

Energía Eléctrica: La comunidad cuenta con una red eléctrica suministrada por la empresa CODENSA - ENEL. La misma fluye con total normalidad a todas las casas de los pobladores que se encuentran ubicados en la zona rural.

Ámbito económico productivo

De acuerdo con la visita de campo realizada el día 12 y 13 de octubre y a través de la entrevista aplicada uno de los pobladores de la zona Anexo 1 se encontró que la economía principal se basa en la agricultura de papa, arveja, zanahoria, cilantro, cebolla larga, habas, entre otros productos. Otra actividad que ha tomado fuerza en esta zona es el Agroturismo a través del cual las poblaciones que habitan allí permiten a los turistas realizar actividades de agricultura. La venta y producción de qué productos lácteos hace parte de las actividades económicas que realiza la población.

Ámbito político institucional

Limites: El Agroparque los Soches Limita: al Norte con la Quebrada de Yomasa, al Sur con la Autopista Bogotá a Villavicencio y La Quebrada El Amoladero, al Oriente con los Cerros Orientales y por el Occidente con La Cuchilla el Gavilán (barrera natural que separa los Soches con los barrios periurbanos). Teniendo en cuenta las diferentes entidades nacionales, regionales, municipales y locales, a través del *Anexo 2 Instituciones Vinculadas al Sector Turístico a Nivel Nacional*, se describe las diferentes instituciones públicas y privadas que intervienen de manera directa e indirecta en la actividad turística que se desarrolla en el Agroparque los Soches o que pueden visualizadas como oportunidades para su fortalecimiento y desarrollo. En el *Anexo 3 Las Instituciones Públicas Presentes en la Localidad de Usme*, se describen las entidades públicas que se encuentran en la localidad de Usme e intervienen en los diferentes proyectos de desarrollo, ordenamiento territorial, control y manejo de las zonas rurales, proyectos sociales, etc. Y en el

Anexo 4 Organizaciones y Comunidades Presentes en el Agroparque los Soches, se describe las entidades que actualmente se encuentra ubicadas en el Agroparque los Soches. Para este último la información fue extraída de extraída de la tesis presentada como requisito parcial para optar al título de: Magister en Medio Ambiente y Desarrollo “Sustentabilidad ambiental en la vereda Los Soches, Localidad de Usme, zona rural de Bogotá” (Quimbay, 2016, pp.41-46).

6.2. Inventario turístico

Descripción de metodología

Para el levantamiento del Inventario Turísticos de los atractivos que se encuentra ubicados en el Agroparque los Soches, se tuvo en cuenta la Guía para la Elaboración de Inventarios Turísticos planteada por el MinCIT en el año 2010. En la misma se describe que a través de los inventarios, se realiza una evaluación objetiva cuantitativa y cualitativa de los recursos que dispone un destino o región. Esta guía presenta una clasificación de acuerdo con el uso turístico que se le da a los destinos en dos grupos: el primero en Patrimonio Cultural que se subdivide en P. Material, P Inmaterial, Festividades y Evento, Grupos de Especial Interés y el segundo en Sitios Naturales. Para un mejor manejo de la información esta guía propone una estructura máxima de cinco componentes que abarcan: Tipo de Patrimonio, Grupo, Componente, Elemento y Listado de Atractivos en Orden Alfabético. Un ejemplo de esto es:

| Primer nivel clasificación | Segundo nivel clasificación | Tercer nivel clasificación | Cuarto nivel de clasificación | |
|----------------------------|--|----------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| Tipo de Patrimonio | Grupo | Componente | Elemento | Listado de atractivos |
| 1. Patrimonio Cultural | 1.1 a 1.5 Material 1.6 Inmaterial 1.7 Festividades y Eventos 1.8 Grupos de Especial Interés | 1.1.1 Arquitectura militar | 1.1.1.1 Recinto amurallado | |

Figura 2. Crecimiento de visitas de extranjeros a Colombia. Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2010)

Dentro de los criterios que se tuvieron en cuenta para la evaluación los Sitios Naturales que se encuentran en el Agroparque los Soches estuvieron: Calidad: Sin contaminación del aire, sin contaminación del agua, sin contaminación visual, estado de conservación, diversidad y singularidad. La asignación de puntaje se realizó de la siguiente manera:

| | | |
|---------|----------------------------|-----------|
| Calidad | Sin contaminación del aire | 10 |
| | Sin contaminación del agua | 10 |
| | Sin contaminación visual | 10 |
| | Sin contaminación sonora | 10 |
| | Estado de conservación | 10 |
| | Diversidad | 10 |
| | Singularidad | 10 |
| | Total | 70 |

Figura 3. Puntuación para evaluar los criterios de un sitio natural. inisterio de Comercio Industria y Turismo (2010)

Significado: Para este caso se tiene en cuenta el grado de importancia que tiene el atractivo o destino para la comunidad Local, Regional, Nacional o Internacional.

| | | |
|-------------|---------------|-----------|
| Significado | Local | 6 |
| | Regional | 12 |
| | Nacional | 18 |
| | Internacional | 30 |
| | Total | 30 |

Figura 4. Puntuación para evaluar el grado de significado de sitio natural. Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2010)

6.3. Resultados inventarios turísticos

Se realizó varias visitas a los diferentes destinos naturales que se encuentran dentro y fuera del Agroparque los Soches. Se validó las condiciones actuales y el potencial turístico que tiene. De acuerdo con los recorridos y formularios *Anexo 5 Inventarios Turísticos* se puede determinar que el destino del Agroparque los Soches cuenta con un alto Potencial Turístico debido a que: Cuenta con destinos naturales cercanos a la zona urbana de la ciudad de Bogotá, para acceder se cuenta con varias vías y senderos peatonales, no existe una alta contaminación en el aire y se siente un ambiente natural y limpio, existen varias fuentes hídricas las cuales en la parte rural se encuentran limpias y sin contaminación. Lamentablemente llegando a la zona urbana esto es diferente ya que algunos pobladores han contaminado estas aguas, no se percibe gran contaminación ya que todo el entorno es natural y con paisajes únicos. Aunque en el sendero de Chinara se encuentra una zona afectada por el desecho de residuos inescrupulosamente, en términos generales existen una buena

conservación del ecosistema y de las especies que se encuentran allí. Un claro ejemplo de esto es el sendero de la Launa de Chinara, no hay contaminación sonora, se puede escuchar el canto de las aves y el viento que sopla, en cuanto a la biodiversidad, se pudo observar una serie de especies de animales y plantas. Estos destinos y lugares son completamente naturales y con una amplia riqueza y biodiversidad.

6.4. Análisis de los impactos ambientales

La matriz de Leopold es una herramienta para la valorización de los impactos ambientales que se podrían generar por la intervención en espacios naturales. A través de esta se puede diseñar planes de acción para mitigar estos impactos (Pinto, 2007, pp 2-3). A continuación, se determinaron las ACCIONES que van a intervenir en la ejecución del proyecto y los FACTORES que van a tener en cuenta para la evaluación en la Matriz de Leopold.

Tabla 3.

Matriz de acciones y factores

| ACCIONES | FACTORES |
|---|--|
| <p>Modificación del Régimen</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Ruido y vibraciones b. Alteración de patrones de drenaje <p>Transformación del Terreno y Construcción</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Implementación de caminos y senderos b. Señalización c. Construcción de estructuras turísticas <p>Procesamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Manipulación de alimentos b. Operación turística <p>Situación y Tratamiento de Residuos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Generación de aguas grises y negras b. Tratamiento de aguas grises c. Eliminación de basura d. Situación y tratamiento de residuos <p>Renovación de Recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Reciclaje de residuos <p>Socio Cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Capacitación al personal. b. Intercambio cultural. | <p>Características Físicas Químicas</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Tierra – Materiales de construcción b. Agua - calidad de agua <p>Condiciones Biológicas</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Flora – Árboles y arbustos b. Fauna – Pájaros – animales terrestres incluyendo reptiles – insectos <p>Factores Culturales</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Uso de la tierra – espacios abiertos – comercialización de productos turísticos b. Recreación – caminatas c. Interés estético y humano - Parques y reservas forestales – vistas escénicas d. Facilidades y actividades humanas – empleo local- patrones culturales |

Nota: Autoría propia

Tabla 4.

Matriz de impacto ambiental Leopold

| MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL LEOPOLD | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|--|-----------------------------------|--------------------------------------|--------------|--|---------------------|---------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|-----------------------|-------------------------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------|--------------------|-------------------------|----------------------|-----|----|
| | | | ACCIONES | | | | | | | | | | | | | FACTORES POSITIVOS | FACTORES NEGATIVOS | PONDERACIÓN DE FACTORES | | | |
| | | | FASE DE CONSTRUCCIÓN | | | | | FASE DE OPERACIÓN | | | | | | | CAPACITACIÓN | | | | | | |
| | | | Ruido y vibraciones | Alteración de patrones de drenaje | Implementación de caminos y senderos | Señalización | Construcción de estructuras turísticas | Operación turística | Manipulación de alimentos | Generación de aguas grises y negras | Tratamiento de aguas grises | Eliminación de basura | Situación y tratamiento de residuos | Reciclaje de residuos | Capacitación al personal | | | | Intercambio cultural | | |
| FACTORES AMBIENTALES | Características físicas y químicas | Tierra | Materiales de construcción | | | -1/3 | | -1/2 | 3/3 | | | | | | 7/8 | | 2 | 2 | 60 | | |
| | | Agua | calidad de agua | | -1/2 | | | | | | 1/3 | 6/8 | | | | 5/8 | 3/3 | 1 | 4 | 98 | |
| | Condiciones biológicas | Flora | Árboles | | | 1/2 | -1/2 | 2/3 | 6/8 | | | | | | | | | 1 | 3 | 54 | |
| | | | Arbustos | | | 1/2 | 1/2 | | 2/3 | | | | | | | | | 3 | 0 | 10 | |
| | | Fauna | Pájaros | 1/1 | | | | | | | | | | | | | | | 1 | 0 | 1 |
| | | | Animales terrestres incluyendo reptiles | | | -1/1 | 1/1 | -1/1 | 6/3 | | -1/2 | 3/6 | -1/1 | 6/7 | | | 6/7 | | 6 | 3 | 98 |
| | Insectos | | | | | | | 5/6 | | | | 6/5 | | | | | | 2 | 0 | 60 | |
| | Factores culturales | Uso de la tierra | Espacios abiertos | | | 1/2 | | | 5/4 | | | | | | | | 6/6 | 3 | 0 | 52 | |
| | | | Comercialización de productos turísticos | | | | | | | 6/6 | | | | | | | 6/5 | 2 | 0 | 66 | |
| | | Recreación | Caminitas | | | | 1/2 | | 7/5 | | | | | | | | | 2 | 0 | 37 | |
| | | Interés estético y humano | Parques y reservas forestales | | | | | | | | | | | | 7/5 | 6/6 | | 2 | 0 | 71 | |
| | | | Vistas escénicas | | | | | | 7/8 | | | | | | | 5/5 | | 2 | 0 | 81 | |
| | | Facilidades y actividades humanas | Empleo local | | | | | | 5/5 | | | | | | 7/8 | 6/5 | | 3 | 0 | 111 | |
| | | | Patrones culturales | | | | | | 6/5 | | | | | | 6/6 | 5/5 | | 3 | 0 | 91 | |
| POSITIVOS | | | | 1 | 0 | 3 | 3 | 1 | 9 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 8 | 36 | | | |
| NEGATIVOS | | | | 0 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 9 | | |
| PONDERACIÓN | | | | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 277 | 36 | 1 | 66 | 29 | 42 | 56 | 171 | 233 | | | 891 | |

Nota: Autoría propia

Tabla 5.

Matriz de planes de acción para mitigar impactos

| PLAN DE ACCIÓN PARA MITIGACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES | | | | | | | | |
|--|---|--|--|------------------------------------|-----------------|---|-----------|--------------|
| COMPONENTE | IMPACTO | MEDIDAS | REQUERIMIENTOS | RESPONSABLE | | CUANDO | | COSTO |
| | | | | REALIZA | CONTROL | REALIZA | CONTROL | |
| Tierra | Materiales de construcción | Hacer uso solo de materiales amigables con el medio ambiente | Determinar con anterioridad los materiales a usar | Obreros | Gerente general | En construcción de la obra | Semanal | |
| Agua | Calidad de agua | Implementación de sistema de manejo de aguas grises | Planta de tratamiento de aguas grises | Obreros | Gerente general | En construcción de la obra | Semanal | \$ 5.000.000 |
| Flora | Árboles | Señalización adecuada | Señales de orientación y prevención | Técnico | Administrador | En construcción de la obra | Semanal | \$ 80.000 |
| | Arbustos | Implementación de senderos y caminos bien definidos | Establecer los corredores y caminos con mano de obra local | Obreros, técnico y población local | Administrador | En construcción de la obra | Semanal | \$ 100.000 |
| Fauna | Pájaros | Prevención de alteración del hábitat natural | Señalización y capacitación a personal visitante | Obreros y técnico | Administrador | Durante la operación y ejecución del proyecto | Anual | \$ 80.000 |
| | Animales terrestres incluyendo reptiles | Crear conciencia en visitantes de la preservación de los seres vivos que habitan la zona | Capacitación al personal visitante | Técnico | Administrador | Durante la operación y ejecución del proyecto | Semestral | \$ 60.000 |
| | Insectos | Crear conciencia de no alteración de los ámbitos naturales de especies pequeñas | Capacitación al personal visitante | Técnico | Administrador | Durante la operación y ejecución del proyecto | Semanal | \$ 50.000 |

| | | | | | | | | |
|-----------------------------------|--|--|--|---------------------------|-----------------|---|-----------|---------------------------------------|
| Uso de la tierra | Espacios abiertos | Adecuar de una manera favorable espacios para el fácil desplazamiento de las personas visitantes y locales | Zonas de libre esparcimiento | Técnico | Administrador | En construcción de la obra | Anual | \$ 2.000.000 Tabla No 4 Plan de |
| | Comercialización de productos turísticos | Implementación de buenas prácticas de manufactura y manipulación de alimentos | Capacitación educación a la comunidad local | población local | Administrador | Durante la operación y ejecución del proyecto | Anual | \$ 100.000 |
| Recreación | Caminatas | Prohibir y controlar al personal visitante de no permanecer en las zonas de reserva | Realizar charlas motivadoras del personal al visitante sobre la importancia del medio ambiente | Técnico y población local | Administrador | Durante la operación y ejecución del proyecto | Semanal | \$ 50.000 |
| Interés estético y humano | Parques y reservas forestales | Crear conciencia en preservación de las zonas de reserva | Implementar señalización y ejecutar prohibiciones preventivas | Técnico y población local | Administrador | Durante la operación y ejecución del proyecto | Semestral | \$ 80.000 |
| | Vistas escénicas | Prohibir la alteración de sitios de interés | Implementación de reglamento sobre estadía en el ecolodge | Técnico | Administrador | Durante la operación y ejecución del proyecto | Anual | \$ 200.000 |
| Facilidades y actividades humanas | Empleo local | Sensibilización a la población local sobre economía e intercambio cultural | Taller de participación de comunidad local | Administrador | Gerente general | Durante la operación y ejecución del proyecto | Anual | \$ 100.000 |
| | Patrones culturales | Crear conciencia sobre la ejecución del proyecto | Capacitación a la población local sobre temas socioculturales | Administrador | Gerente general | Durante la operación y ejecución del proyecto | Anual | \$ 100.000 |
| TOTAL | | | | | | | | \$ 8.000.000 |

Nota: Autoría propia

Para las acciones o los factores que aplican para un proyecto, se debe tomar como base la magnitud, es decir, ¿tanto ha sido el impacto tanto positivo como negativo en el ambiente. La magnitud va de una escala de 1 a 10, siendo 1 el menor y 10 el mayor nivel de alteración máxima, también podemos anteponer un signo (+) o (-) dándole un valor a los factores positivos y negativos. (Pinto, 2007, pp.7). La importancia es medida en una escala de 1 a 10, siendo 1 el menor y 10 la mayor calificación valorativa.

6.5. Análisis general de la matriz de Leopold y plan de acciones

De la multiplicación de 14 factores por 14 acciones salieron en total 196 interacciones que representan el 100% de las interacciones de las cuales tan solo se relacionaron entre sí, 45 lo cual representa de 22.9 % del total de interacciones.

Tabla 6.

Matriz de rangos de afectación

| RANGO EN % | % DE AFECTACION | AFECTACIÓN AL MEDIO | NATURALEZA |
|-------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------|
| 0-20 | No significativo | 1.1% | 891(-/+) |
| 20-40 | Poco significativo | | |
| 40-60 | Medianamente Significativo | | |
| 60-80 | Significativo | | |
| 80-100 | Muy significativo | | |

Nota: Autoría propia

Realizando una verificación, se procedió a contrastar las acciones con los factores y de las 45 interacciones que se realizaron tan solo 9 son negativas y 35 son positivas, de cuales arrojaron la siguiente puntuación: (Ruido y vibraciones = 1 punto en una interacción) (Alteración de patrones de drenaje= 2 puntos en una interacción) (Implementación de caminos y sendero = 2 un punto en cinco interacciones) (Señalización = 3 puntos en cuatro interacciones) (Construcción de estructuras turísticas = 3 puntos en tres interacciones) (Operación turística = 277 puntos en nueve interacciones) (Manipulación de alimentos = 36 puntos en una interacción) (Generación de aguas grises y negras = 1 un punto en dos interacciones) (Tratamiento de aguas grises = 66 puntos en dos interacciones) (Eliminación de basura = 29 puntos en dos interacciones) (Situación y tratamiento de residuos = 42 puntos en una interacción) (Reciclaje de residuos = 56 puntos en una interacción) (Capacitación al personal = 171 puntos en cuatro interacciones) (Intercambio cultural=

233 un punto en ocho interacciones). Esto en cuanto a la suma algebraica y la comparación de factores negativos se determina que el porcentaje (1.1 %) es el impacto ambiental el cual no es significativo para el medio ambiente, en comparación con lo que el proyecto va a beneficiar la naturaleza, la población local, no va a generar deterioro en el hábitat ni en todo el entorno local.

Capítulo VII. Estudio de mercado

7.1. Aspectos de la oferta

Descripción y características de servicio:

La propuesta para un Ecolodge con Tipología Tradicional estará compuesta por 5 Ecolodge ubicadas estratégicamente. Estas dispondrán de las siguientes capacidades y servicios: Ecolodge Acomodación Sencilla (2): Capacidad para mínimo 2 personas máximo para 4 personas. Con servicios de área acondicionado, teléfono para llamadas nacionales e internacionales, wifi y baño con agua caliente. Ecolodge Acomodación Múltiple (3): Capacidad para mínimo 5 personas máximo para 8 personas. Con servicios de área acondicionado, teléfono para llamadas nacionales e internacionales, wifi y baño con agua caliente. Servicio de Alimentación: Pequeña zona de restaurante que estará ubicada cerca a los Ecolodge. Este lugar tendrá la capacidad máxima para 36 personas. Se ofrecerá principalmente comida autóctona de la región. Actividades de Ecoturismo: Los huéspedes que deseen podrán realizar actividades de ecoturismo tales como senderismo, caminadas, observación de aves, cabalgatas, deportes extremos, etc en compañía de los agentes y prestadores turísticos que se encuentran ubicados en el Agroparque los Soches.

7.2. Análisis de competencia

A continuación, se realiza un análisis de los competidores directos e indirectos para la implementación del Ecolodge. Se tuvo en cuenta su ubicación tanto dentro como fuera del Agroparque.

Tabla 7.

Matriz de competidores directos

| MATRIZ DE ANÁLISIS | | | |
|---|-----------------------|---|--|
| Competidor | Ubicación | Ventajas | Desventajas |
| El Refugio del Pescador | Vía Usme a Sumapaz | Se encuentra ubicado sobre la vía a Sumapaz a 12 kilómetros de Usme Centro. Es un área natural de 64 hectáreas con bosques y un lago artificial donde se puede realizar pesca de truchas. Hay un restaurante donde se ofrece una variedad de platos con trucha que crían en el lago y cuenta con espacios para realizar camping y actividades de contacto con la naturaleza y ecoturismo. | No es reconocido en el mercado, no cuenta con una amplia oferta de alojamiento y no tiene página web u otros medios de comunicación para dar a conocer su oferta. |
| Lodge El Mana | Usme | Se encuentra ubicado en la localidad de Usme. Este alojamiento dispone de balcón, aparcamiento privado gratuito y conexión WiFi-gratuita. Tiene 4 dormitorios, 3 baños con bañera y TV de pantalla plana y ofrece tarifas bajas. | No es reconocido en el mercado, no cuenta una oferta para atender grupos grandes y no tiene página web u otros medios de comunicación para dar a conocer sus servicios |
| El Páramo Hostal | Páramo de Sumapaz | Se encuentra ubicado en El Páramo del Sumapaz, tiene un jardín y un restaurante especializado en cocina local. Todas las habitaciones disponen de patio y otras cuentan con zona de cocina con nevera. | No es reconocido en el mercado y no tiene página web u otros medios de comunicación para dar a conocer sus servicios |
| Casas de la comunidad de la vereda los Soches | Agroparque los Soches | Se encuentran ubicadas en el Agroparque los Soches, ofrece ambiente familiar, habitaciones cómodas y amobladas, tarifas bajas, alimentación autóctona y se encuentran cerca a los destinos naturales. | Para algunos turistas no es tan viable esta alternativa de alojamiento y no tienen alto reconocimiento dentro de la oferta del Agroparque |
| Camping en el Refugio del Sumapaz Usme | Páramo de Sumapaz | Este lugar cuenta con una zona de camping equipada con una hornilla artesanal para realizar fogatas y preparar comida. Ofrece tarifas bajas, ambiente familiar, ubicación cerca al río y miradores para apreciar los paisajes. | Para algunos turistas no es tan viable esta alternativa de alojamiento y no tienen alto reconocimiento dentro de la oferta del Agroparque |

Nota: Autonomía propia.

Para realizar este análisis, se tuvo en cuenta los competidores que prestan servicio de alojamiento dentro y fuera del Agroparque. Se analizó su ubicación, sus ventajas y desventajas.

Tabla 8.

Matriz de competidores indirectos

| MATRIZ DE ANÁLISIS | | | | |
|-------------------------|--|-----------|---|--|
| Tipo de Prestador | Competidor | Ubicación | Ventajas | Desventajas |
| Agencia de Viajes | Raíces Profundas Turismo Ecológico y Cultural | Bogotá | Se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá, ofrece una amplia oferta de servicios para la realización de actividades como recorridos ecológicos, metropolitanos, actividades de avistamiento de aves, campamentos y excursiones para destinos cercanos a la ciudad de Bogotá o a nivel nacional, posee redes sociales y está enfocado hacia el turismo sostenible. | Tiene como destinos principales como Caño Cristales, Nevado del Cocuy, Leticia y Amazonas, etc., lo cuales están ubicados lejos de la ciudad Bogotá y no posee reconocimiento en el mercado. |
| | Eco caminatas (Ecología & Caminatas) agencia | | Se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá y ofrece servicios de caminatas ecológicas, ciclo hidrotermal, actividades de deportes extremos, camping, alquiler de fincas, talleres y charlas Eco Ambientales. | No tiene página adicional, no cuenta con amplio reconocimiento en el mercado y no tiene una oferta clara de destinos a los que aplican sus servicios. |
| | Conexión Natural, Caminatas Ecológicas Bogotá S.A.S. | | Se encuentran ubicados en la ciudad de Bogotá, prestan servicios de Ecoturismo a nivel Nacional con enfoque en la ciudad de Bogotá, sus principales actividades son Caminatas Ecológicas, Tours, Chalas y Talleres Pedagógicos y poseen Registro Nacional de Turismo. | No cuenta con reconocimiento en el mercado y sus tarifas son medianamente altas. |
| Alojamientos Ecológicos | Casa Ecológica Cosmo Cristales | | Se encuentra ubicada en la Vereda Alto Iraca Finca El Mochuelo, ofrece servicios de alojamiento y hospedaje. | No cuenta con página web o redes sociales, no tiene reconocimiento en el mercado. |
| | Hotel Toscana Ecológica Resort | | Se encuentra ubicado en el KM 3 vía la mesa Anapoima, ofrece servicios de alojamiento, eventos sociales, restaurante, piscina, instalaciones deportivas, kiosco de juegos, caminatas ecológicas, granja de animales y spa. | No cuenta con página web o redes sociales, no tiene reconocimiento en el mercado, tarifas altas y su enfoque no está directamente vinculado con el ecoturismo. |

Nota: Autonomía propia

Para realizar este análisis, se tuvo en cuenta los competidores que prestan servicios similares o servicios que pueden reemplazar los ofertados por el Agroparque. Se analizó su ubicación, sus ventajas y desventajas.

Además de la recolección de datos, se usó La Matriz del Perfil Competitivo (MPC) para realizar el análisis. Esta matriz es se caracteriza por que busca identificar las fortalezas y debilidades de los competidores, asignar un peso a cada factor de éxito con el objetivo de indicar la importancia relativa de ese factor donde 0,00 = Poca Importancia, 1:00= Alta Importancia. Ayuda a responder a preguntas como ¿Quiénes son mis competidores?, ¿Qué factores son los de mayor importancia para tener éxito en la industria?, ¿Cuál es la importancia relativa de cada factor decisivo?, ¿Qué tan fuerte o débil es cada uno de mis competidores?, entre otras más (Riquelme, 2015).

Tabla 9.

Matriz de análisis de (MPC)

| ANÁLISIS DE (MPC) | | | | | | | | |
|----------------------------------|-----------------------------|---------------|----------------------------------|----------------|------------------|----------------|---|----------------|
| FACTORES CLAVES | | PESO RELATIVO | Ecolodge en el Parque los Soches | | El Páramo Hostal | | Casas de la comunidad de la vereda los Soches | |
| | | | Calificación | Peso ponderado | Calificación | Peso ponderado | Calificación | Peso ponderado |
| 1 | Participación en el mercado | 0,20 | 1 | 0,20 | 2 | 0,40 | 2 | 0,40 |
| 2 | Precios | 0,02 | 2 | 0,04 | 2 | 0,04 | 1 | 0,02 |
| 3 | Posición financiera | 0,30 | 2 | 0,60 | 2 | 0,60 | 1 | 0,30 |
| 4 | Calidad del producto | 0,10 | 4 | 0,40 | 3 | 0,30 | 4 | 0,40 |
| 5 | Lealtad del cliente | 0,10 | 2 | 0,20 | 2 | 0,20 | 2 | 0,20 |
| 6 | Imagen de marca | 0,10 | 3 | 0,30 | 3 | 0,30 | 1 | 0,10 |
| 7 | Localización | 0,08 | 4 | 0,32 | 4 | 0,32 | 4 | 0,32 |
| 8 | Innovación | 0,10 | 4 | 0,40 | 2 | 0,20 | 1 | 0,10 |
| Resultado del Diagnostico | | 1,00 | | 2,46 | | 2,36 | | 1,84 |

| Ponderación | |
|-------------|--|
| 0 | La tendencia a cero es nada importante |
| 1 | La tendencia a uno es muy importante |
| Valor | |
| 1 | Debilidad mayor |
| 2 | Debilidad menor |
| 3 | Fortaleza menor |
| 4 | Fortaleza mayor |

Teniendo en cuenta la matriz anterior, se puede determinar que el Ecolodge es una propuesta con grandes ventajas tales como su ubicación, la innovación, el enfoque y diseño de marca y enfoque hacia la prestación de servicios de calidad. Dentro de sus debilidades y en comparación con la competencia directa se encuentra en posicionamiento en el mercado, precios y lealtad del cliente. En términos generales, no existe una competencia fuerte y directa.

Nota: Autoría propia

7.3.Aspectos de la demanda

Tendencias y proyección del mercado:El turismo en Colombia ha tenido un crecimiento en los últimos años del 7,6% con la llegada de aproximadamente 4,2 millones de extranjeros. El MintCIT confirmo que este crecimiento se dio en comparación con el año 2017, revelando que 3,1 millones fueron extranjeros no residentes y 790.000 colombianos residentes en otros países y el 380.000 fueron pasajeros en cruceros internacionales. El principal país de origen de los extranjeros fue Estados Unidos con un crecimiento del 22% en comparación del año 2017. La ciudad que más recibió extranjeros fue la ciudad de Bogotá, seguido de Cartagena, Medellín y Cali. Respecto a la ocupación, el año 2018 cerró en 55,46%, la más alta registrada en los últimos años (Salcedo, 2019).

Top 10 país de residencia de extranjeros no residentes en Colombia 2017 vs 2018



Fuente: Migración Colombia. Cálculos OEE – MinCIT.

Figura 5. Top 10 país de residencia de extranjeros no residentes en Colombia 2017 vs 2018. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018)

De acuerdo con las estadísticas presentadas por CINTUR (Centro de Información Turísticas), el primer semestre del año 2019 entre la ciudad de Bogotá y el departamento de Cundinamarca se ha registrado la llegada de visitantes extranjeros no residentes de 623.378.



Figura 6. Llegada de visitantes extranjeros no residentes por departamento destino. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018)

Para el este mismo periodo, los motivos principales de viaje han sido por vacaciones y recreo con el 72,5%, seguido de negocios y motivos profesionales con el 14,5 %, y otros motivos 10,2 %.

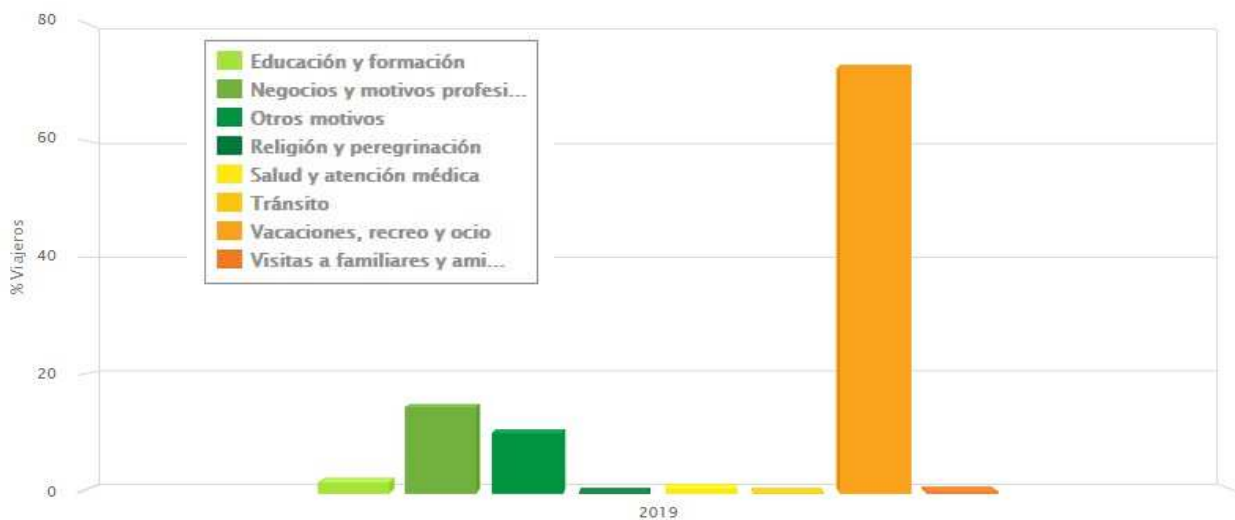


Figura 7. Motivos de viajes año 2019 – 1.nMinisterio de Comercio, Industria y Turismo (2018)

Para complementar lo anterior, la entidad ANATO realizó un estudio y encuestas sobre las tendencias de compra que están teniendo los colombianos, es mismo se realizó con base a una muestra de 140 Agencias de viajes y arrojó algunos de los siguientes resultados: el 54% correspondió a la compra de viajes a destinos internacionales y el 46% a destinos nacionales y el 31% de ventas correspondió al segmento corporativo y el 69% al segmento vacacional. Los destinos nacionales más vendidos fueron Cartagena, San Andrés, **Bogotá**, Santa Marta, Medellín, entre otros (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo., 2019).

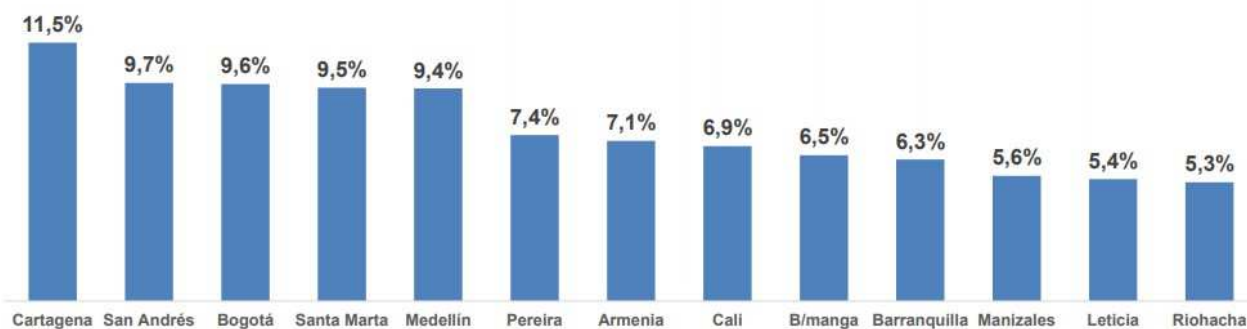


Figura 8. Destinos más vendidos por agencias de viajes. Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (2019) pp.13.

Los productos turísticos que tuvieron más importancia en las ventas fueron los de Sol y Playa, Cultural, Náuticos y cruceros, Compras, **Ecoturismo**, Deportes y Aventura, entre otros.

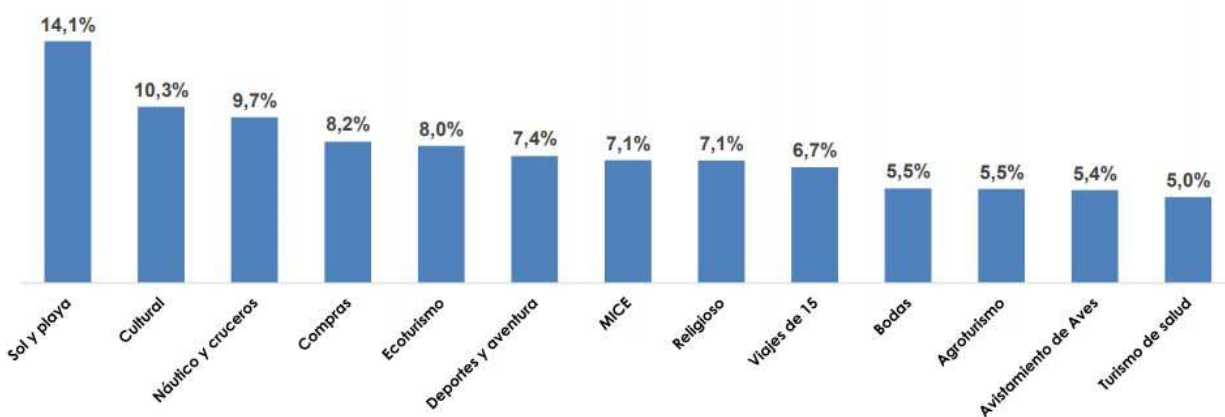


Figura 9. Destinos más importantes en ventas segundo trimestre 2019. Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (2019) pp.16.

Los paquetes turísticos tuvieron el mayor porcentaje y representación en las ventas para el segundo trimestre del 2019, es decir, que hubo una fuerte tendencia hacia la compra de estos productos ya sea para destinos nacionales e internacionales.

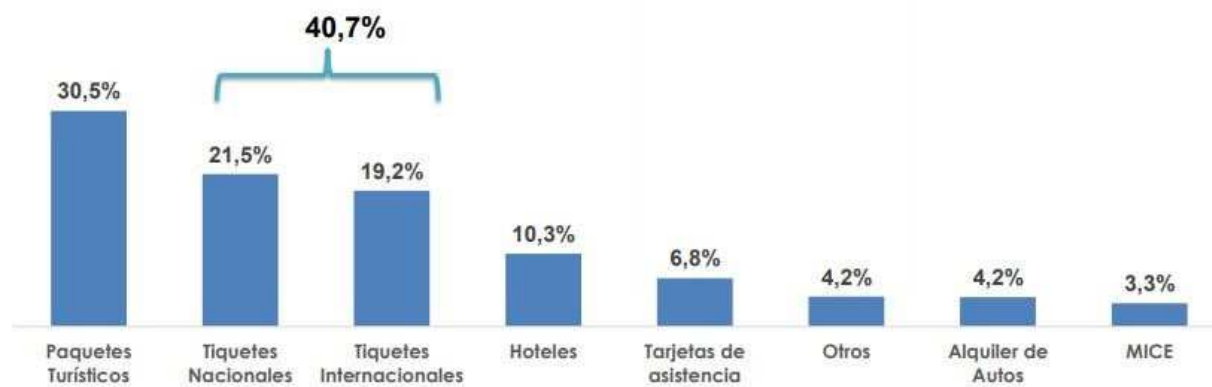


Figura 10. Porcentaje de productos turísticos más vendido 2 trimestre. Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (2019) pp.18.

Tendencias y proyección del mercado para Bogotá y Cundinamarca

Las principales motivaciones para los bogotanos son el turismo de aventura y el ciclomontañismo. Según CINTUR 2017, 4.126.000 de personas visitaron los distintos municipios de Chía, Cajicá, Fusagasugá, Zipaquirá y Mosquera. Una ventaja que tienen los destinos naturales cercanos a la ciudad de Bogotá es que en muchos de ellos se realizan o se pueden realizar en un futuro actividades de Ecoturismo, deportes extremos, y visitas de reconocimiento de la biodiversidad, una cifra importante es que en los últimos años se ha recibido más de 29.083 visitantes a los parques naturales de la región. El rango de edades de los visitantes al departamento de Cundinamarca esta entre los 18 a 29 años, seguido de 30 a 39 años. Una fuerte motivación que existe según este artículo es que los bogotanos buscan alejar del estrés de la ciudad y viajan constantemente los fines de semana. Para finalizar cabe mencionar y de acuerdo con los testimonios de algunos líderes y pobladores del Agroparque los Soches, actualmente el principal mercado son los estudiantes de Universidades, estudiantes de Colegios y un porcentaje muy bajo de extranjeros 82 a 5 turistas extranjeros semanales (Bermúdez, 2018).

7.4.Segmentación del mercado

De acuerdo con las estadísticas presentadas anteriormente y de acuerdo con los planteamientos realizados por autor (Dvoskin, 2004,) en su libro Fundamentos del Marketing se realiza una segmentación de la siguiente manera (pp. 53-61): Segmentación Geográfica: Se caracteriza ya que el mismo está relacionado con la subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles como: región(s), departamento(s), provincias, ciudad(s), zonas, municipios, barrios, entre otra información. Ubicación: Población ubicada en la ciudad de Bogotá y Municipios de Cundinamarca. Segmentación Demográfica: El mismo está relacionado con la demanda. Entre las características demográficas que serán utilizadas están: la edad, el género, estudios, ocupación, nacionalidad. Población: Hombre y mujeres con edad entre los 18 y 35 años, con estudios técnicos, tecnólogos o profesionales en cual área, que estén activos laboralmente, nacionalidad colombiana o extranjera. Segmentación Socioeconómica: Se caracteriza ya que el mismo permite obtener datos e información sobre características de estrato socioeconómico, el nivel de ingresos y situación laboral del mercado objetivos. De acuerdo con el Artículo presentado por la revista Dinero, en la actualidad el estrato socioeconómico más fuertes es el 2 y 3.

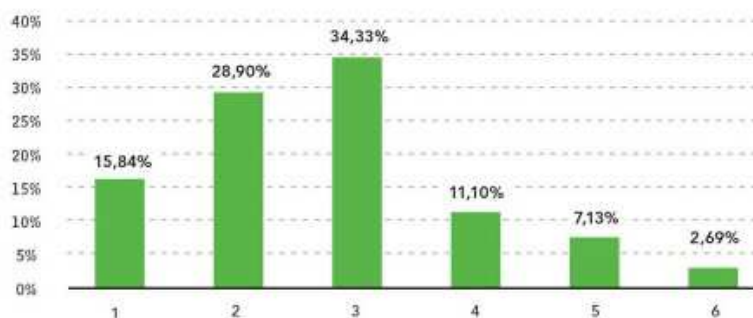


Figura 11. Estrato socioeconómico de la población colombiana. ¿Dónde está la clase media de Colombia? (2019)

Estrato socioeconómico entre de 2 y 3 y con ingresos de 2 a 3 S.M.L.V. mensuales.

Segmentación Conductual: Se caracteriza ya que a través de este se puede analizar y examinar atributos relacionados con la forma de ser de la persona, es decir tipos de personalidad. Cabe mencionar que en este tipo de segmentación también se incluye los estilos de vida, características de la personalidad, sentimientos y conductas de las personas. Población: Dinámico, comprometido, seguro, analítico, expectante, prevenido, ahorrativo, activo, manejo de alto nivel de estrés, dispuesto

a conocer nuevas opciones, amante de la tecnología y medios digitales, en algunos casos con estilo de vida vegetariano, ecologista y conciencia del medio ambiente.

7.5. Aplicación de encuesta

Actualmente la población de la ciudad de Bogotá y el departamento de Cundinamarca tiene una población aproximada de 10.331.626 (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2018). Para la aplicación de la encuesta se tomó una muestra de población correspondiente a los estudiantes de la Uniagustiniana que pertenecen al programa de Hotelería y Turismo y estudian en la Jornada nocturna, representando aproximadamente 275 estudiantes y personal externo ubicado en la zona de Bogotá que represento aproximadamente 25 personas para un total de 300 personas. Analizando a través de la plataforma Datum para obtener un margen de error del 5% el número de encuestas mínimo y validas después de aplicado el filtro es de 95. (Datum Internacional, 2019). Para este cálculo se tuvo en cuenta las variables de: Probabilidad de éxito del 90%, el total de muestra (300 estudiantes) y el Nivel de Confiabilidad del 95%.

The image shows a web-based calculator for determining the minimum number of surveys. The inputs are: Sample size (n) = 95, Success/Failure probability (p/q) = 90, Total population (N) = 300, and Confidence level = 95%. The result shown is a 5% margin of error.

| Variable | Value |
|-------------------------------------|-------|
| Tamaño de muestra (n) | 95 |
| Probabilidad de éxito/fracaso (p/q) | 90 |
| Población total (N) | 300 |
| Nivel de confianza | 95% |
| Resultado | 5% |

Figura 12. Cálculo de margen de error para el número de encuestas Datum Internacional (2019).

De acuerdo con el autor Naresh M. en su libro “Investigación de Mercado para la aplicación de una encuesta su puede definir unos criterios de inclusión para realizar un filtro y obtener resultados más confiables y verídicos. Teniendo en cuenta lo anterior, para este estudio se aplicó los siguientes criterios de inclusión:

- Residente en Bogotá o Municipios cercanos.
- Hombre y mujeres.
- Edad entre 20 y 35 años.
- Con estudios mínimos de técnicos.
- Nivel socioeconómico entre 2 y 3.
- Laboralmente activos
- Frecuencia media de viaje

Es importante mencionar que las encuestas se aplicaron de manera presencial y virtual recibiendo un total de 110 encuestas. Anexo 6 Modelo de Encuesta.

7.6. Resultados generales de las encuestas

En el Anexo 7 Análisis de los Resultados de las Encuestas, se detalla los resultados obtenidos y los análisis de cada una de las preguntas. A continuación, se presenta los resultados generales obtenidos. De 110 encuestas recibidas y aplicadas solo 95 cumplieron los criterios de inclusión. La mayoría de la población encuestada ha visitado ciudad como Bogotá y municipios cercanos. Los destinos de preferencia están ubicados en la Zona Costera y Zona del Eje Cafetero del país. El principal motivo de viaje es descanso, seguido de realización de la visita a familiares y actividades de naturaleza y negocios. Existe una alta percepción una percepción de diferencia entre los alojamientos. El precio es el factor más importante al momento de elegir en donde alojarse, seguido de la ubicación y atención del personal. En términos generales existe una percepción buena, muy buena y excelente hacia propuesta de alojamiento que cumplan con características como ubicación, recorridos a destinos naturales, servicio de alimentación autóctona, complementado con actividades de enseñanza sobre el medio ambiente, con instalaciones que no dañen estos entornos. No hay una frecuencia de viaje alta durante el año, lo cual se ve reflejado en la frecuencia de hospedarse en alojamientos. Al momento de viajar la población encuestada prefiere hacerlo principalmente con familiares y pareja. Los principales canales para recibir y consultar información sobre alojamientos son las páginas web y apps. Los servicios turísticos con más frecuencia de compra son los tiquetes y planes todo incluido. El precio entre \$35.000 y \$60.000 no es percibido como alto o bajo, se encuentra en un punto medio. El gasto para alojamiento en temporada baja en promedio esta entre los \$70.000 y en temporada alta \$150.000. El principal medio de pago es el efectivo, seguido de la tarjeta de débito. La población encuestada se considera fie y poco fiel a una marca. La propuesta de un Ecolodge en el Agroparque los Soches tiene una aceptación muy buena.

7.7. Público objetivo o target

Este concepto se define como el grupo de personas al cual está dirigida los productos o servicios. Estos individuos buscan una empresa que les ofrezcan lo que están necesitando y se inclinadas hacia estas hasta llegar a un acuerdo comercial. Dentro de esta definición se encuentra una serie de

critérios, a través de los cuales se puede analizar las tipologías de la población de forma general objetiva, subjetiva y específicas objetivas y subjetivas (Malhotra, 2008, pp.78). De acuerdo con las encuestas realizadas se determinó que las características del target son: Generales Objetivos: Hombre y mujeres con edad entre los 18 y 35 años, con ingresos económicos de 2 o más S.M.L.V, estrato social entre de 2 y 3, con estudios técnicos, tecnólogos o profesional en cual área, que se encuentre laborando actualmente. Generales Subjetivos: Dinámico, comprometido, seguro, analítico, expectante, prevenido, ahorrativo, activo, manejo de alto nivel de estrés, dispuesto a conocer nuevas opciones, amante de la tecnología y medios digitales, en algunos casos con estilo de vida vegetariano, ecologista y conciencia del medio ambiente. Específicos Subjetivos: Aceptación de propuestas de servicios relacionados con el medio ambiente, percepción positiva hacia los precios bajos y medios de pagos, preferencias medias hacia destinos de naturaleza, expectativas sobre la prestación de servicios, motivación hacia el descanso y relajación, percepción de oportunidad de viajar con seres cercanos como pareja, familia y amigos. Específicos Objetivos: El consumidor es grande, es decir que el mismo tiene la disposición y actitud de conocer y usar un servicio de alojamiento en un ecolodge con tipología tradicional. En temas de fidelidad es fiel y poco fiel. Sus medios de compra más utilizados son los digitales como páginas web e incluso apps. Dentro del momento de compra influyen diferentes factores como precio y ubicación.

7.8. Perfil del cliente

Hombre y mujer trabajador (a), con media frecuencia de viajes, con deseos y gustos por viajar a destinos como Bogotá y Municipios en Cundinamarca. Sus principales motivaciones de viajes son de descanso, visita a destinos naturales y en algunas ocasiones negocios. Su percepción hacia los Ecolodge es que son una propuesta innovadora y amigable con el medio ambiente. Para su elección se basa principalmente en el precio y ubicación de este, esto significa que su nivel de inversión es medio y oscila entre los \$70.000 y \$150.000 dependiendo si es temporada baja o alta. Le gusta viajar principalmente su pareja, familiares y amigos. Para obtener información utiliza el internet y medios digitales, no le gusta utilizar medios como televisión o radio. Finalmente tiene la actitud y disposición de conocer nuevas alternativas de alojamiento que no dañen el medio ambiente y pueda intervenir la misma comunidad. Le es atractiva la idea de consumir comida autóctona de la región.

7.9.Producto

Personalidad de la marca:

Ec lodge con tipología tradicional ubicado en un destino completamente natural rodeado de una maravillosa biodiversidad. Servicios de hospedaje de alta calidad en habitaciones individuales construidas en materiales especiales, con servicio de alimentación autóctona. Con una gran oportunidad de vivir experiencias de descanso y relajación, complementadas con actividades lúdicas de desarrollo y conocimiento sobre el cuidado del medio ambiente, y con una gran posibilidad de disfrutar estos espacios con amigos, pareja e incluso familiares a bajos precios y ofertas únicas.

Branding:

Nombre: NATURAL ECOLODGE

Slogan: VIVE LA MEJOR EXPERIENCIA AL NATURAL

Logotipo



Figura 13. Logotipo de Natural Ecolodge Autoría propia (2010)

Tabla 10.

Construcción de logotipo

| CONSTRUCCIÓN | | | |
|---|---|-------------------------------------|---|
| Fotografía | Abstracción | Nombre | Concepto |
|  |  | Tronco y raíces | Las raíces son la parte fundamental, ya que desde ahí se alimenta del árbol y el tronco funciona como principal soporte de las ramas. |
|  |  | Ramas frondosas | Las ramas grandes verdes y con infinidad de hojas son sinónimo de abundancia en la naturaleza, esto genera microclimas que ayudan a la protección de la flora y fauna. |
|  |  | Figura básica de casa o alojamiento | Es una edificación destinada a ser habitada o de brindar alojamiento a los seres humanos. |
| ISOTIPO | | | |
|  | | Natural | Que no ha sido modificado por el hombre o hace parte de la naturaleza. |
|  | | Ecolodge | Viene del anglicismo "lodge" que tiene como significado alojamiento y la palabra "eco" diminutivo de la palabra ecología que significa relación biológica con los seres que la habitan. |

Nota: Autoriza propia

Tipología: El tipo de letra o fuente tipográfica en la palabra NATURAL será la llamada BLACK



Figura 14. Tipografía natural black.
Autoría propia (2019)

El tipo de letra o fuente tipográfica en la palabra ECOLODGE será la llamada FANCY PANTS, la cual se puede usar en cualquier tipo impreso esta tendrá como color principal el azul verde agua marina (232) con un borde de resalte negro, así como se puede ver en la gráfica.

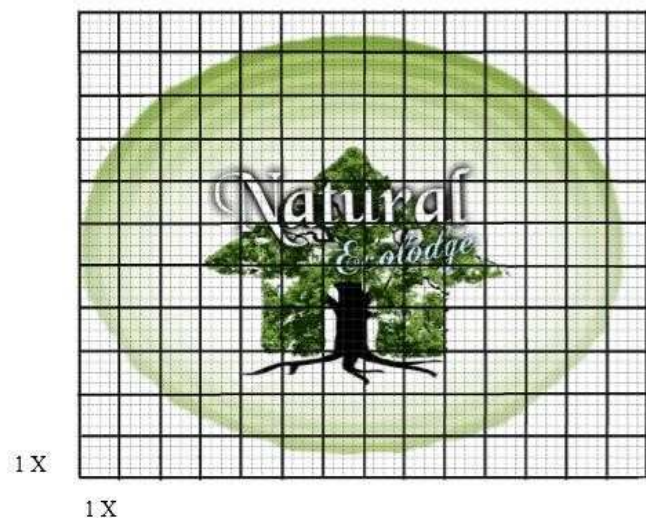


Figura 16. Grilla de logotipo. Autoría propia (2019)

Black Chancery



Figura 15. Tipografía black chancery.
Autoría propia (2019)








CHANCERY, la cual se puede usar en cualquier tipo impreso, esta tendrá como color principal el blanco con un borde de resalte negro, así como se puede ver en la gráfica.



Figura 17. Uso incorrecto. Autoría propia (2019)

Tabla 11.

Matriz de patrón de colores

| ESCALA DE COLOR | | |
|---|-----------|--|
|  | Verde 200 |  |
| | Blanco |  |
| | Verde 114 |  |
| | Verde 239 |  |
| | Negro |  |
| | Azul 232 |  |





Nota: Autoría propia



Figura 18. Aplicaciones de color. Autoría propia (2019)

Tabla 12.

Gama cromática logotipo

| GAMA CROMATICA | |
|--|---|
| <p>Esta es la representación en color de LA marca, donde predomina como color primario el verde ya que en su gran parte de la biodiversidad se ve reflejada tras este color ya que por medio de los árboles y plantas el planeta aun puede respirar aire puro.</p> | |
|  | <p>Como principal color el verde en diferentes tonalidades que representan toda la diversidad en plantas, paisajes que podemos encontrar en el agro parque Los Soches y que por medio de los servicios de alojamientos todos y cada una de las personas que asistan podrán disfrutar de una manera permanente durante su estadía.</p> |
|  | <p>Representa la profundidad de los hermosos bosques, la firmeza de esta tierra negra y que echa raíces para todas las plantas y cultivos que se pueden observar.</p> |
|  | <p>El azul representa las fuentes hídricas de esta localidad, las hermosas lluvias, pero sobre todo que es la fuente de la vida que se representa en el cielo inmenso.</p> |
|  | <p>El blanco representa la pureza del aire y el color de la neblina que se posa sobre el páramo para adornar los frailejones que crecen poco a poco pero que son símbolo de supervivencia.</p> |

Nota: Autoría propia

Identidad corporativa

Diseño de Hoja Membrete



Diseño de Tarjeta



Diseño de Folleto



Figura 19. Material corporativo. Autoría propia (2019)

Diseño de Carpeta



Diseño Servilletas de Tela



Diseño de Servilleta Desechable



Diseño de Carta Menú



Figura 20. Material corporativo II. Autoría propia (2019)

7.10.Precio

El precio se determinó de acuerdo con una proyección de costos, gastos y utilidad, dando como resultados los siguientes valores:

Tabla 13.

Precio de venta habitación

| DESCRIPCIÓN | PRECIO POR PAX |
|-------------------------|----------------|
| Temporada Baja | |
| Habitación Estándar | \$ 100.000 |
| Habitación Suite Junior | \$ 90.000 |
| Habitación Múltiple | \$ 75.000 |
| Temporada Alta | |
| Habitación Estándar | \$ 130.000 |
| Habitación Suite Junior | \$ 100.000 |
| Habitación Múltiple | \$ 80.000 |

Nota: Autoría propia

El precio de venta para la alimentación se determinó de acuerdo con el formato de Receta Estándar elaborado para cada uno de los platos. *Anexo 8 Recetas Estándar.*

Tabla 14.

Precio de venta alimentos

| DESCRIPCIÓN | PRECIO |
|-----------------------------|----------|
| Desayunos | |
| Caldo de Costilla | \$ 6.600 |
| Huevos Rancheros o al Gusto | \$ 5.700 |
| Changua | \$ 3.700 |
| Entradas | |
| Minipicada | \$ 7.000 |
| Miniempanadas | \$ 7.000 |
| Arepas de Cuajada | \$ 5.100 |

| Platos Principales | |
|---------------------------|----------|
| Sobrebarriga Criolla | \$ 8.500 |
| Ajiaco Bogotano | \$ 8.200 |
| Arroz con Pollo y Verdura | \$ 8.000 |
| Postres | |
| Arroz con Leche | \$ 3.600 |
| Postre de Natas | \$ 3.200 |
| Bebidas | |
| Tinto | \$ 600 |
| Chocolate | \$ 1.500 |
| Café en leche | \$ 1.200 |
| Vaso de Leche | \$ 1.000 |
| Agua de Panela | \$ 1.000 |
| Jugos | \$ 2.500 |
| Pasabocas para la Noche | |
| Arepa | \$ 1.200 |
| Pan | \$ 500 |
| Almojabana | \$ 1.200 |
| Queso | \$ 800 |
| Pandebono | \$ 1.200 |

Nota: Autoría propia

7.11.Promoción

Estrategias de marketing, las mejores estrategias de marketing para este tipo de proyectos son:

Marketing de Recomendación: Se practicará a través de redes sociales. Esta estrategia se utilizará para identificar los clientes o usuarios que compartirán información positiva sobre los servicios que para este caso es el alojamiento rural sostenible que se ofrecerá, generando el famosos voz a voz.

Marketing a través de Influencers: Se utilizará la comunicación con las personas influyentes del sector de turismo, es decir que se buscará figuras públicas o entidades reconocida para que a través de esta se dé a conocer el servicio o los beneficios e importancia de este. Una manera va a hacer con un video en el cual la persona este disfrutando de los servicios y actividades del alojamiento.

Email Marketing: Consistirá en utilizar el correo electrónico (de forma individual o colectiva) para presentar productos, servicios o descuentos especiales a los consumidores. Se utilizará para hacer la difundir material publicitario y de los servicios que ofrecerá el alojamiento.

Programa de Fidelización: Se utilizará técnicas y recursos para que los posibles clientes sigan contentos y no se vayan a la competencia. Tiene como objetivo que la futura relación entre la empresa y el consumidor sea lo más duradera y satisfactoria posible. Una buena manera de hacerlo será conocer y saber los gustos, opiniones, aficiones, entre otros aspectos del consumidor, esto con el objetivo ofrecerle lo que más le interesa.

Patrocinios: Consistirá en patrocinar eventos pequeños y contenidos (artículos de un blog, por ejemplo), vídeos, talleres, conferencias o, incluso, espacios. Tendrá como beneficio el fortalecimiento del branding. Además, servirá como medios de difusión y materias publicitarias para las redes sociales.

Publicidad en Redes Sociales: Se realizará el diseño de diferentes de páginas oficiales de la empresa, en las cuales se dará la completa información sobre las características y servicios. Cabe mencionar que a través de este medio se dará la opción de interactuar con los posibles clientes.

Videomarketing: Se realizará un vídeo en el cual se describa los servicios, características y beneficios que tiene el alojamiento rural. Para este caso se utilizará una imagen y enfoque a generar un sentimiento de necesidad de descanso, relajación y compromiso con el medio ambiente. Se dará a conocer por medios digitales y redes sociales.

Telemarketing: Se realizará a través de llamadas telefónicas, en las cuales se dará a conocer los servicios y se buscará agendamiento de visitas para la ampliación de información y presentación de portafolio de servicios.

Publicidad Impresa: Se buscará realizar convenios y acuerdos con medios como periódicos y revistas para la publicación de anuncios.

Merchandising: Se realizará el diseño de pequeños elementos publicitarios y de uso cotidiano como mecheros, calendarios, llaveros o camisetas con el logo de una marca, los mismos serán entregados en eventos, clientes potenciales, durante visitas u otras actividades comerciales.

Estrategias de Comunicación en el canal (pull, push y mixta)

De acuerdo con la publicación (Lavanda, s.f.), Las mejores estrategias de Push y Pull para este tipo de proyectos son:

Estrategias Push

Ferias: Se realizará la participación en ferias y eventos importantes del sector turístico y hotelero, a través de las cuales se promocionará los servicios del Ecolodge, teniendo la gran oportunidad de interactuar de manera directa con clientes potenciales.

Seminarios: Se aplicará dos formas, la primera será la participación en seminarios relacionados con el sector turístico y hotelero y/o la organización de seminarios para la participación de empresas del sector público y privadas.

Anuncios en revistas especializadas: Se aplicará para fortalecer y conseguir imagen de marca, teniendo así más presencia en medios y formatos que se quedan por un largo tiempo en la mente del consumidor. Se diseñará artículos especiales que resalten las características del Ecolodge.

Mailings a prestadores de servicios: Se basará en crear alianzas con los operadores turísticos para enviar en conjunto y a través de correos electrónicos, publicidad a su clientes actuales o potenciales. Estos correos contendrán información sobre novedades de Ecolodge, promociones y descuentos con el fin de estimular la relación con los clientes, fidelizarlos y así aumentar las ventas.

Show Room: Se dará la oportunidad a los prestados de servicios y/o clientes especiales la oportunidad de conocer directamente el Ecolode, a través de visitas y recorridos a las instalaciones de este.

Descuentos a prestadores de servicios: Se realizará descuentos a los prestadores de servicios y/o clientes especiales, teniendo en cuenta las diferentes alianzas estrategias y convenios establecidos.

Promociones especiales: Se aplicará para fechas especiales y temporadas del año. El prestador de servicios tendrá la posibilidad de tener descuentos, premios u otros beneficios adicionales.

Estrategias Pull

Encuestas al cliente: Se aplicará presencial y durante el registro de salida del huésped; Online a través de e-mailing , redes sociales, formulario en el sitio web y telefónicas.

E-mailing: Se basará en el envío masivo de correos electrónicos a un listado de contactos.

Prensa/Radio/TV: Se utilizará para enviar mensajes a una gran cantidad de público. Para este caso se empleará publicidad a través de radio, internet, revistas y periódicos.

Página Web: Se diseñará una página oficial del hotel y sus servicios. En la misma se expondrá información sobre el hotel, precios, características, clientes actuales, formularios de contactos, datos de contacto, etc.

Publicidad Impresas: Se imprimirá material publicitario como folletos, revistar, tarjetas, etc, que serán entregados a los clientes, prestadores de servicios y empresas aliadas.

7.12.Plaza

Las 4 P de Mercadeo, la plaza o lugar será el Ecolodge el cual tendrá servicio al cliente y se manejará una plataforma virtual a través de la cual se dará atención al cliente. No habrá una oficina física adicional. (Villacampa, 2018, pp.1)

Capítulo VIII. Estudio administrativo y legal

8.1. Formulación filosófica y estratégica

Misión: Brindamos una experiencia única a nuestros huéspedes, a través de la prestación de servicios de alojamiento en ecolodge, fortaleciendo la oferta turística con la que ya cuenta y presta el agro parque los soches, generando participación directa y/o indirecta de la comunidad circundante por medio de la promoción de sus productos agrícolas generando un impacto positivo social y medioambiental.

Visión: Ser reconocidos para el año 2025 a nivel nacional como uno de los mejores ecolodge con tipología tradicional enfocado a la prestación de servicios de alojamiento que genera beneficios para la comunidad e impactos positivos al medio ambiente.

Principios: Calidad: Prestamos atención a los requerimientos de cada huésped y servimos con amabilidad, Servicio: Satisfacemos las expectativas de nuestros huéspedes, anticipándonos a sus requerimientos o solicitudes, Honestidad: Actuamos con coherencia y seriedad, respetando la verdad y la justicia, siendo sinceros y cuidadosos con los demás, Calidez: Ofrecemos un trato cuidado y amable, entregando nuestra mejor actitud para hacer sentir al otro bienvenido y apreciado, Flexibilidad: Ejercemos la capacidad y disposición personal de adaptación a diversas circunstancias y al cambio con adecuación e inteligencia emocional.

Política de calidad: Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, estableciendo como principio la mejora continua y la alta calidad en la prestación de los servicios bajo la premisa precio – beneficio.

Objeto Social: Promover el conocimiento de las tradiciones populares agrícolas por medio del turismo rural y ecoturismo.

8.2. Soporte legal

Tipo de organización legal o jurídica

Nombre y Razón Social: El Nombre del Ecolodge será NATURAL ECOLODGE S.A.S con Razón Social NATURAL ECOLODGE S.A.S. Se validó en la plataforma RUES en la parte de los Registros Nacionales de Turismo por la opción de Nombre / Palabra Clave. <https://www.rues.org.co/> y se validó en la página de la Cámara de Comercio de Bogotá en trámites y consultas, por nombre de empresas (Homónima). <https://www.ccb.org.co/>. Las consultas dieron como resultado en blanco, por lo cual no existe otra empresa que tenga el nombre o razón social de NATULODGE.

Código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU: La actividad económica de la empresa estará fundamentada bajo los siguientes parámetros: Código Ciiu 5514 - alojamiento rural: Esta clase determina el alojamiento temporal en habitaciones privadas, ubicada en áreas rurales y cuyo objeto principal es el desarrollo de las actividades asociadas al entorno cultural y natural, ofrece como mínimo, servicios de alimentación bajo la modalidad pensión completa, sin excluir que se puede proporcionar otros servicios complementarios. El alojamiento se determina bajo las siguientes modalidades: Posadas turísticas, Ecohabs entendido como concesiones de parques nacionales para fines turísticos, Fincas turísticas, entre otros.

Selección de Tipo de Empresa o Sociedad: Para este proyecto se determina que la empresa estará catalogada bajo SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS – S.A.S. determinándolo así por los siguientes ítems:

Numero de accionistas o socios: Ya que al poseer 1 un accionista y no tener un límite máximo a futuro se puede determinar una sociedad más grande e incluir accionistas, esto hará que la empresa sea más grande y tenga proyección a futuro.

Capital: Las acciones son negociables entre los mismos socios y se pueden vender sin restricción alguna, la parte del capital al cual se comprometen los socios estará pactada dentro de los 2 años, de constituida la empresa y no es obligatorio pagar todo el capital al cual el socio se comprometió.

Responsabilidad de los accionistas: Este determinará que cada socio responde hasta el monto de sus aportes por las obligaciones sociales.

8.3.Requisitos generales

Inscripción en el RUT (Registro Único Tributario): Se debe realizar esta inscripción previa al inicio de cualquier actividad económica ante la DIAN. Este proceso se deberá realizar en las oficinas de la DIAN, indicando los datos de contacto, cedula, dirección y actividad a la cual se va a dedicar el Ecolodge. Como resultado la DIAN, entregará un documento físico donde se encuentran los datos necesarios para identificarse en el comercio con la actividad comercial elegida.

Trámites ante la Cámara de Comercio: Para este trámite se debe dirigir a la Camara de Comercio más cercana, se debe diligenciar una serie de formulario y entregar documentos tales como: el acta de creación, los estatutos de la empresa, el Pre-RUT generado por la DIAN, el nombramiento del representante legal, copia de las cédulas de los accionistas y del representante legal, entre otros documentos.

Solicitud de Resolución de Facturación: Con los documentos obtenidos, se deberá ir a la DIAN para solicitar la resolución de facturación, la cual es la numeración autorizada para procesos tributarios y tendrá una vigencia máxima de dos (2) años.

Inscribirse en el Sistema de Seguridad Social: Se deberá inscribir en el Sistema de la Seguridad Social con el objetivo de formalizar la contratación laboral conforme a las normas establecidas en la legislación colombiana.

Construcción de Política Laboral: Se deberá tener clara la forma de vinculación laboral que se va a utilizar, esto será fundamental a la hora de proyectar sus gastos empresariales a mediano y largo plazo.

Registro Nacional de Turismo: Este documento se deberá tramitar ante la Cámara de Comercio. Es de carácter obligatorio para empresas o establecimientos relacionados con actividades turísticas cuyos ingresos operacionales netos sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes, entre otros. El NT deberá actualizarse anualmente.

8.4. Normatividad

Código Ético Mundial para el Turismo - Artículo 3: El código ético mundial para el turismo se basa en el turismo como un factor sostenible a través del artículo 3 y plantea los siguientes lineamientos para entender el desarrollo sostenible desde la sociedad y los factores que estos impactan. Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras. El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos.

Constitución Política: Artículos referentes de los principios ambientales contenidos en la colombiana: Art 8: Riquezas culturales y naturales de la Nación; Establece la obligación del Estado y de las personas para con la conservación de las riquezas naturales y culturales de la Nación. Art 58: Función ecológica de la propiedad privada; Establece que la propiedad es una función social que implica obligaciones y que, como tal, le es inherente una función ecológica. Art 80: Planificación del manejo y aprovechamiento de los recursos naturales; Establece como deber del

Estado la planificación del manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución.

Resolución 1555 Del 20 Oct 2005 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial: Esta resolución es creada para determinar y disminuir el impacto ambiental en todos los sectores económicos y estimula a impulsar el mercado sostenible, a través de un sello ambiental colombiano regulado ante la superintendencia de industria y comercio.

Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS - TS 002 Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje - Requisitos de sostenibilidad: Esta norma está dirigida a los establecimientos de alojamiento y hospedaje, que una vez cumplan el 100 % de los requisitos descritos, podrán obtener el Certificado de Calidad Turística. Esta norma especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para los establecimientos de alojamiento y hospedaje, EAH; definidos por dos niveles, así: Nivel básico, de sostenibilidad y Nivel alto de sostenibilidad.

Norma Técnica Colombiana NTC 5133 - Etiquetas Ambientales Tipo I. Sello Ambiental Colombiano: Criterios para establecimientos de alojamiento y hospedaje. Esta norma enmarca la implementación del sello ambiental colombiano, cuya reglamentación se estableció mediante resolución 1555 de 2005 de los ministerios de ambiente, vivienda y desarrollo territorial y de comercio industria y turismo. El principal objetivo de este sello es promover la oferta y la demanda de productos y servicios que causen el menor impacto en el ambiente, mediante la comunicación de información verificable y exacta, sobre aspectos ambientales de dichos productos o servicios, para estimular el mejoramiento ambiental continuo impulsado por el mercado.

Norma Técnica Ntsh Sectorial Colombiana 008: Esta norma está compuesta por los requisitos de planta y de servicios con los que debe contar un Alojamiento Rural.

Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo: Es el que hace una recopilación de todas las normas que rigen el sector de comercio, industria y turismo.

Decreto Número 2063 de 2018: Esta habla de la forma en que se deben registrar las empresas prestadoras de servicios turísticos, ante las entidades reguladoras.

Decreto 2119 de 2018: Por medio del cual se reglamenta la prestación del servicio de alojamiento turístico, es decir, define las formas de alojamiento y las regula según el servicio que se ofrece.

Ley 300 de 1996: Es la ley general de turismo, la misma habla de la importancia de la actividad turística en la economía e industria. Se define que es el turismo y tipos de turismo que existen.

Ley 1558 de 2012: Esta ley modifica la ley 300 de 1996 y tiene como objetivo fomentar, desarrollar y promocionar y regular la actividad turística, teniendo como base mecanismos para la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos resguardándolos de forma sostenible y sustentable.

Ley 1101 de 2006: Esta ley modifica el artículo 40 y 41 de la ley 300 de 1996. Incluyendo varios prestadores de servicios para la contribución parafiscal para la promoción turística. La misma dicta los parámetros para realizar este proceso tributario.

Política de Ecoturismo

“Posicionar a Colombia como destino de turismo de naturaleza, reconocido por el desarrollo de productos y servicios altamente competitivos y sostenibles, que permitan preservar los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras.” (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2012)

8.5. Estructura administrativa

Organigrama de la empresa

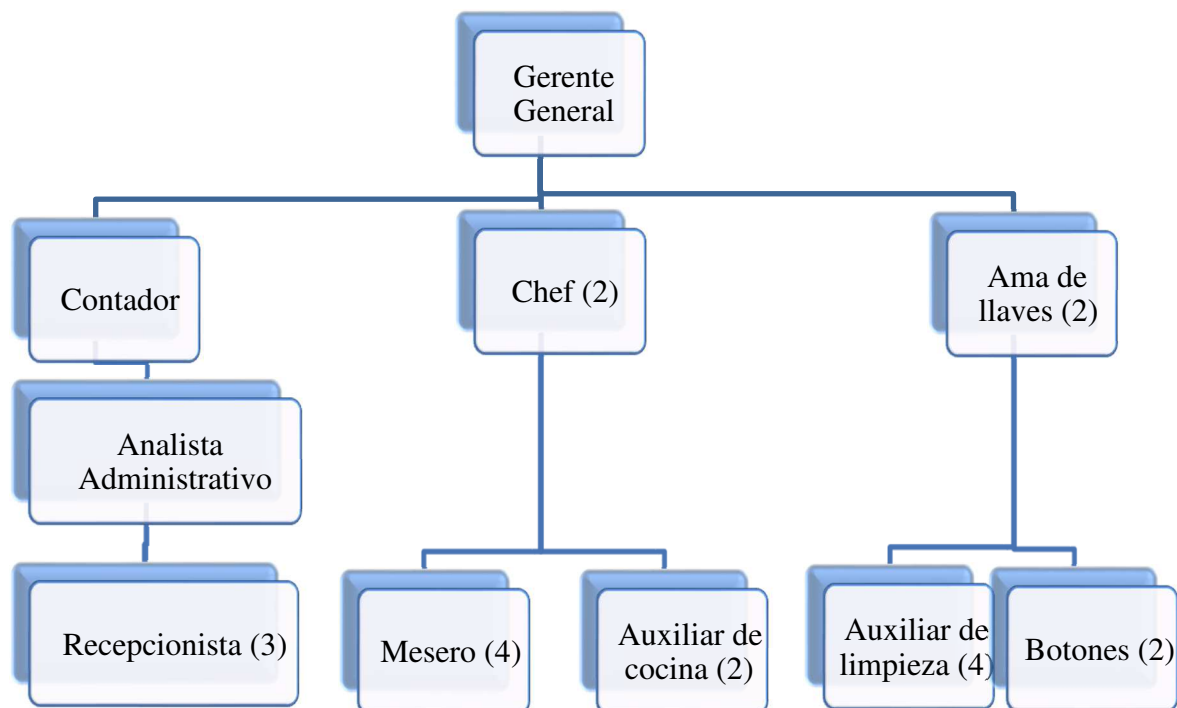


Figura 21. Organigrama de la empresa. Autoría propia (2019)

Cargos por cada área

Tabla 14.

Cargos por cada Área del Ecolodge

| Área | Cargos requeridos | Cantidad |
|-------------------|----------------------------|-----------|
| Gerencial General | Gerente General | 1 |
| Recepción | Recepcionista | 2 |
| | Botones | 2 |
| Restaurante | Chef | 1 |
| | Mesero | 1 |
| | Auxiliar de Cocina | 2 |
| Housekeeping | Ama de Llaves | 1 |
| | Auxiliar de Limpieza | 3 |
| Financiero | Contador | 1 |
| | Analista de administrativo | 1 |
| | TOTAL | 15 |

Nota: Autoría propia

8.5.1. Perfiles, manual de funciones, procesos y procedimientos.

De acuerdo con la estructura administrativa planteada anteriormente, a través del Anexo 9 Descripción de Perfiles, Manual de Funciones, Procesos y Procedimientos

Capítulo IX. Estudio técnico

9.1. Análisis FODA – planificación estratégica de la empresa turística

De acuerdo con las visitas de campo realizadas y las diferentes fuentes de información ya mencionadas, a continuación, se presenta el análisis situacional de los elementos del sistema turístico para la implementación del proyecto.

Tabla 15.

Análisis FODA del territorio

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Esta zona está ubicada cerca de la ciudad Bogotá y zonas industriales. 2. Cerca de este territorio se encuentran vías de acceso. 3. Existe una riqueza de especies de plantas y animales única. 4. Cerca está ubicado paramos y zonas naturales y potenciales para el desarrollo del turismo. 5. Ubicación de zonas de siembra y cosecha de diversos productos. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Las temperaturas de la zona son muy bajas alcanzando hasta los -4°C. 2. Cerca se encuentra ubicado el botadero de Doña Juana (lugar donde se depositan las basuras y residuos de la ciudad). 3. No existe una fuerte visión por parte del gobierno para cuidar y conservar este territorio. 4. Existen zonas en las cuales se está practicando la extracción de recursos naturales. |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Certificar la zona como reserva natural. 2. Desarrollar actividades turísticas de contacto con la naturaleza. 3. Salvaguardar las actividades agrícolas. 4. Mejorar la calidad de vida para la población que se encuentra ubicada allí. 5. Conservar la riqueza natural. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento y urbanización de la ciudad de Bogotá. 2. Corrupción y venta ilegal de terrenos. 3. Incremento de impuestos tributarios. 4. Extracción ilegal de recursos naturales. 5. Extensión del botadero de Doña Juana. |

Nota: Autoría propia

Tabla 16.

Análisis FODA de los servicios turísticos

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. El Agroparque cuenta con una amplia oferta de atractivos naturales. 2. Se encuentra ubicado cerca los páramos de Bogotá, los cuales por excelencia ya se consideran atractivos turísticos. 3. Existe una riqueza cultural muy potencial para explotar y fortalecer a través de la actividad turística. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bajo reconocimiento en el mercado. 2. Desinterés por parte de las entidades gubernamentales para potencializar la actividad turística. 3. Extracción ilegal de recursos, lo cual deteriora el medio ambiente. 4. Pocas facilidades turísticas. 5. No existe una oferta de alojamiento que complemente los recorridos turísticos. |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar una propuesta de alojamiento que complemente la oferta actual. 2. Incentivar a la comunidad para que participe en el desarrollo de actividades turísticas. 3. Potencializar el Agroparque los Soches como un destino turístico. 4. Mejorar la calidad de vida de la población que se encuentra ubicada allí. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Daño del medio ambiente. 2. Pérdida de especies de animales y plantas. 3. Contaminación del medio ambiente. 4. La falta de legalización que ampare las actividades las zonas naturales. |

Nota: Autoría propia

Tabla 17.

Análisis FODA de los servicios básicos

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe cobertura de telefonía móvil, fija y servicios de internet. 2. Existe un servicio de alcantarillado básico. 3. Existen los servicios básicos de agua, luz y gas. 4. Existe el servicio de recolección de basuras. 5. Más del 90 % de los pobladores cuenta los servicios básicos en sus casas. | <ol style="list-style-type: none"> 1. No existe una planta de tratamiento de aguas. 2. La mayoría del agua no es potable. 3. El sistema de alcantarillado no está construido de acuerdo con las necesidades de la población. |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementar un sistema para el tratamiento del agua. 2. Solicitar al gobierno la intervención para la mejora de los sistemas de alcantarillado. 3. Mejorar la red de comunicación para toda la población que se encuentra ubicada en el Agroparque y cerca a este. | <ol style="list-style-type: none"> 1. La no intervención oportuna del gobierno o entidades públicas. 2. El deterioro de los sistemas que actualmente están abasteciendo los servicios básicos de la población. 3. Falta de inversión por parte del gobierno o entidades públicas a la estructura de los sistemas de tratamiento de aguas. |

Nota: Autoría propia

Tabla 18.

Análisis FODA de la accesibilidad

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación Bogotá vía Villavicencio. 2. Vías de llegada en muy buenas condiciones. 3. Existen varias rutas de buses que llegan hasta la entrada del Agroparque. 4. Senderos alrededor y dentro del Agroparque para la realización de actividades como caminatas, ecoturismo, observación de aves, etc. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Al momento de ingresar con carro o moto, las vías no se encuentran en buenas condiciones, es decir no están pavimentadas. 2. En épocas de invierno, los caminos dentro del parque se tornan resbalosos y peligrosos. 3. No existe acceso vehicular a los atractivos turísticos. 4. Los senderos no siempre están en óptimas condiciones para desarrollar actividades de turismo. |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Mejorar las vías de acceso al agroparque. 2. Realizar mantenimiento a los caminos y senderos para acceder a los atractivos turísticos. 3. Invertir en la apertura de caminos para mejorar el acceso al aeroparque y sus atractivos. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de inversión para el mejoramiento de las vías. 2. Corrupción y desvío de los recursos. 3. Deterioro de las vías actuales. 4. Cierre de vías por derrumbes o malas condiciones de los senderos y caminos. |

Nota: Autoría propia

Tabla 19.

Análisis FODA de las facilidades turísticas

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Existen caminos y senderos para llegar a los atractivos turísticos. 2. Existen agencias de viajes encargadas de programar los recorridos. 3. Existe una gran intervención de la comunidad en el desarrollo de actividades de guianza, hospedaje, recorridos, deportes extremos, etc. 4. Existe una amplia riqueza de atractivos turísticos. 5. Existe una oferta gastronomía. | <ol style="list-style-type: none"> 1. No existe señalización para llegar al agroparque y de dentro de él. 2. No existe un punto de información para el turista. 3. No siempre hay disponibilidad de guías. 4. No existe alojamientos adecuados para los turistas que desean hospedarse. 5. No hay facilidades para realizar varios recorridos en un solo día. |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar propuestas para prestar servicios de alojamiento. 2. Capacitar a la comunidad para los procesos de guianza. 3. Diseñar senderos que permitan conocer varios atractivos turísticos en poco tiempo. 4. Fortalecer la gastronomía de la zona. | <ol style="list-style-type: none"> 1. La baja inversión para fortalecer las actividades de turismo. 2. Perdida de zonas naturales. 3. Contaminación ambiental. 4. Regulación jurídica excesiva |

Nota: Autoría propia

Tabla 20.

Análisis FODA de comercialización

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe canales digitales a través de los cuales se promociona el Agroparque los Soches. 2. Existe una estrategia de voz a voz para dar a conocer los atractivos turísticos. 3. Existe un enfoque hacia el mercado de los estudiantes universitarios y de colegios, quien son los que más visitan el agroparque. | <ol style="list-style-type: none"> 1. No hay un enfoque hacia el mercado extranjero. 2. No existe el respaldo financiero de entidades públicas o privadas para fortalecer las actividades turísticas de este destino. 3. No existe una empresa dedicada única y exclusivamente a la promoción. |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar estrategias de comercialización y posicionamiento en el mercado. 2. Iniciar a promocionar la oferta del agroparque en el mercado extranjero. 3. Participar en eventos privados y públicos de turismo. | <ol style="list-style-type: none"> 1. No tener los suficientes recursos para el desarrollo de las estrategias. 2. Obtener bajo reconocimiento en el mercado. 3. Competencia desleal. 4. Bajo interés del mercado extranjero. |

Nota: Autoría propia

Tabla 21.

Análisis FODA de la superestructura

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Existen un Plan de Ordenamiento Territorial de la Ciudad de Bogotá, en el cual se reconoce las zonas rurales. 2. Existen leyes y normas que regulan las actividades turísticas. 3. Actualmente los pobladores tienen un enfoque hacia el cumplimiento de la normatividad vigente. 4. Existen investigaciones y estudios realizados sobre la zonas, suelos y condiciones del agroparque, respaldando la importancia que tiene este para el medio ambiente. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Interés por parte de las entidades públicas en urbanizar esta zona. 2. Regulación descontrolada. 3. Colocación de Impuestos adicionales para la población. 4. Falta de cumplimiento de la regulación ambiental que protege zonas naturales |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Certificar al Agroparque los Soches como un destino natural, sostenible y de alta calidad. 2. Disminuir los impuestos. 3. Bajo los procesos regulatorios, salvaguardar la riqueza natural y cultural de la zona. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Incumplimiento de la normatividad vigente. 2. Creación de leyes que obliguen a los pobladores a pagar más impuestos. 3. Corrupción y pactos de interés dentro de las entidades públicas. |

Nota: Autoría propia

9.2. Localización del ecolodge

Macro localización

El Ecolodge estará ubicado en:

| | |
|---------------------|-------------------|
| País | Colombia |
| Departamento | Cundinamarca |
| Ciudad | Bogotá |
| Localidad | Usme |
| Sector | Vereda los Soches |



Figura 22. Mapa de Colombia. Google Map (2019)



Figura 23. Mapa de Cundinamarca. Google Map (2019)



Figura 24. Localidad de Usme. Google Maps (2019)

Micro localización

El Ecolodge estará ubicado dentro Agroparque los Soches. La ubicación exacta está pendiente por definir, lo anterior debido a que se coordinaría con los pobladores la zona a utilizar.

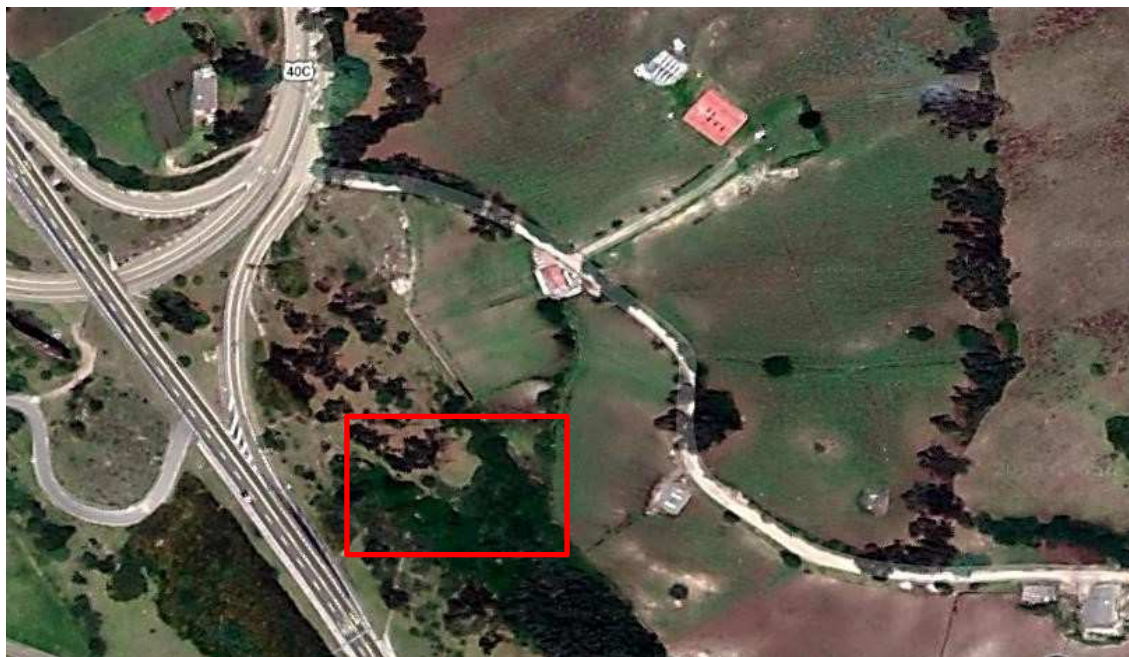


Figura 25. Agroparque los Soches. Google Maps (2019)

9.3. Tamaño de proyecto

Según capacidad de instalada: La capacidad instalada corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente (Padilla, s.f.). Para determinar el tamaño del Ecolodge, se tuvo en cuenta el comportamiento del mercado objetivo y las tendencias actuales. Es preciso mencionar que este destino actualmente está siendo visitado principalmente por estudiantes de colegios y universidades. Lo ideal es que a futuro se amplíe con la visita de turistas extranjeros. Este alojamiento estará compuesto por 5 Ecolodge ubicadas estratégicamente. Estas dispondrán de las siguientes capacidades y servicios:

Tabla 22.

Capacidad total del ecolodge

| Acomodación | # de Ecolodge | # de Pax por Ecolodge | Total Capacidad |
|-------------|---------------|-----------------------|-----------------|
| Sencillas | 2 | 4 | 8 |
| Múltiple | 3 | 8 | 24 |

Nota: Autoría propia

Teniendo en cuenta lo anterior, el Ecolodge tendrá la capacidad máxima para alojar a 32 personas, es decir, tiene un **tamaño óptimo** de acuerdo con la demanda.

Según mercado o cantidad de clientes: De acuerdo con el estudio de mercado y a las estadísticas descritas por el DNP (Departamento Nacional de Planeación, DANE Información para Todos, 2018, pp. 638-649) en el primer semestre del año 2019 entre la ciudad de Bogotá y el departamento de Cundinamarca se ha registrado la llegada de visitantes extranjeros no residentes de 623.378; para el este mismo periodo, los motivos principales de viaje han sido por Vacaciones, recreo y ocio con el 72,5%, seguido de negocios y motivos profesionales con el 14,5 % y Otros Motivos 10,2 %; los principales destinos visitados fueron Cartagena, San Andrés, Bogotá, Santa Marta, Medellín y los productos turísticos que tuvieron más importancia en las ventas fueron los de Sol y Playa, Cultural, Náuticos y cruceros, Compras, Ecoturismo, Deportes y Aventura, entre otros, podemos determinar que actualmente existe un potencial medio de mercado. Con la anterior información se puede determinar que el proyecto de un Ecolodge y de acuerdo con el mercado tiene un tamaño óptimo, es decir, las estadísticas muestran un incremento en las visitas de extranjeros y viajes de los turistas nacionales, el ecoturismo se encuentra dentro de las tendencias del turismo. Un factor clave es que Bogotá es el tercer destino más visitado, lo cual representa una ventaja para el turismo que se realiza allí o alrededor de la ciudad.

Según la tecnología necesaria: Teniendo en cuenta la tecnología necesaria para el desarrollo del Ecolodge, se puede determinar que es un proyecto que no requiere de una alta tecnología para su funcionamiento, es decir, se requerirá de sistemas y software especiales, pero no requeriría de maquinaria o equipos.

Según las inversiones necesarias: Según el análisis realizado a proyectos presentados con características similares, las inversiones requeridas para este son de valores medios, ya que se requeriría inversiones iniciales para aspectos tales como terrenos, materiales de construcción,

procesos legales, entre otros. De acuerdo con lo anterior es proyecto con tamaño óptimo que necesitaría una inversión considerable de fácil manejo y que entidades públicas o privadas podrían respaldar.

Según la localización: De acuerdo con la ubicación del Agroparque, este proyecto tiene un tamaño óptimo ya que, estaría ubicado cerca de la ciudad de Bogotá, no representaría una zona extensa dentro del Agroparque, su construcción se realizaría en materiales amigables con el medio ambiente. Se ubicaría en una zona estratégica de fácil acceso, se coordinaría con los pobladores el uso de los terrenos para la construcción del Agroparque.

9.4. Tipología de la construcción

Condiciones ambientales, las condiciones ambientales con las que actualmente cuenta la ciudad de Bogotá y donde se encuentra el Agroparque los Soches son: Temperatura: Oscila entre los 10°C hasta los 13°C. (Previsión meteorológica y clima mensual de Bogotá, 2019, pp.1)

Altitud: Entre los 2800 y los 3200 msnm

Precipitaciones: En el mes más húmedo (con la precipitación más alta) es Octubre (137mm). El mes más seco (con la precipitación más baja) es Julio (35mm).

Humedad relativa: Los meses con la humedad relativa más alta son abril, mayo y Noviembre (77%). Los meses con la humedad relativa más baja son Julio y Agosto (74%).

Época de lluvias: Meses que van de marzo a mayo y de septiembre a noviembre.

Época de seca: Mes de Enero a febrero, junio a agosto y diciembre.

Listado y tipo de materiales. Teniendo en cuenta la publicación (Materiales para construir una casa ecológica, 2017), se plantea una posible propuesta de materiales para la construcción del Ecolodge. Estos materiales son de fácil acceso, de un bajo costo y de alta calidad. Anexo 10 Propuesta de Materiales para la Construcción del Ecolodge.

9.5. Diseño técnico arquitectónico

Requerimientos mínimos

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha determinado una serie de Normas Técnicas Sectoriales que normalizan y plasma los requisitos de planta y servicio para cada una de las actividades turísticas que se desea desarrollan. Para el caso de Alojamiento existe la NTS 008 “Alojamientos Rurales, Requisitos de Planta y Servicio”. Teniendo en cuenta esta NTS para el diseño del Ecolodge, se contempló cada uno de los puntos descritos en el presupuesto y en su estructura básica. Anexo 11 Requisitos de Planta y Servicios NTS 008.

9.6.Distribución del ecolodge

De acuerdo con el diseño inicial del ecolodge y los requerimientos mínimos para su funcionamiento, se plantea la siguiente distribución de las áreas, teniendo en cuenta el número máximo de personas que se podrían encontrar ubicadas allí.

Tabla 23.

Distribución de las zonas del ecolodge.

| DISTRIBUCIÓN DEL ECOLODGE | | | | | |
|---------------------------|----------------------------|--------------------|------------------------------|----------|----------------|
| Sistema | Subsistema | Elemento | Sub Elemento | Personas | Total Personas |
| Ecolodge | Administrativa o Comercial | Recepción | Oficina de Administrativos | 1 | 15 |
| | | | Recepción / Información | 2 | |
| | | | Sada de Espera | 10 | |
| | | | Baños | 4 | |
| | | Parqueadero | Área de Parqueo | 5 | 5 |
| | | Zona de Empleados | Habitación de empleados | 6 | 8 |
| | Baños de empleados | | 2 | | |
| | Productivo | Cocina | Área de Cocina | 4 | 6 |
| | | | Baños | 2 | |
| | | Comedor | Área de mesas | 32 | 40 |
| | | | Barra de snak- bar | 4 | |
| | | | Baño | 4 | |
| | | Ecolodge | Habitaciones Huéspedes | 32 | 32 |
| | | | Baños | 32 | |
| | | Área de Recreación | Zona Verdes para Actividades | 16 | 16 |
| | | Lavandería | Área de Lavandería | 2 | 2 |
| Bodega | Área de Bodega | 3 | 3 | | |

Nota: Autoría propia

9.7.Presupuesto total para la infraestructura turística

De acuerdo con la validación con uno de los arquitectos de la facultad de Arquitectura de la Uniagustiniana y con el Sr Ignacio Pérez constructor, para la construcción del Ecolodge con base a los materiales mencionados en el *Anexo 10 Propuesta de Materiales para la Construcción del Ecolodge*, la inversión podría estar entre los \$160.000.000. Para el caso del terreno durante las visitas de campo y de acuerdo con la validación realizada con los pobladores un área de 1.000 a 1.200 metros cuadrados podría costar entre \$150.000.000 a \$180.000.000, se contempla el valor promedio de \$165.000.000.

Tabla 24.

Presupuesto para la infraestructura del ecolodge

| PRESUPUESTO TOTAL INFRAESTRUCTURA | | | |
|-----------------------------------|----------|----------------|-----------------------|
| Ítem | Cantidad | Vr Unitario | Vr. Total |
| Material de construcción | 1 | \$ 160.000.000 | \$ 160.000.000 |
| Terreno | 1 | \$ 100.000.000 | \$ 165.000.000 |
| TOTAL | | | \$ 335.000.000 |

Nota: Autoría propia

9.8. Flujogramas de los procesos productivo

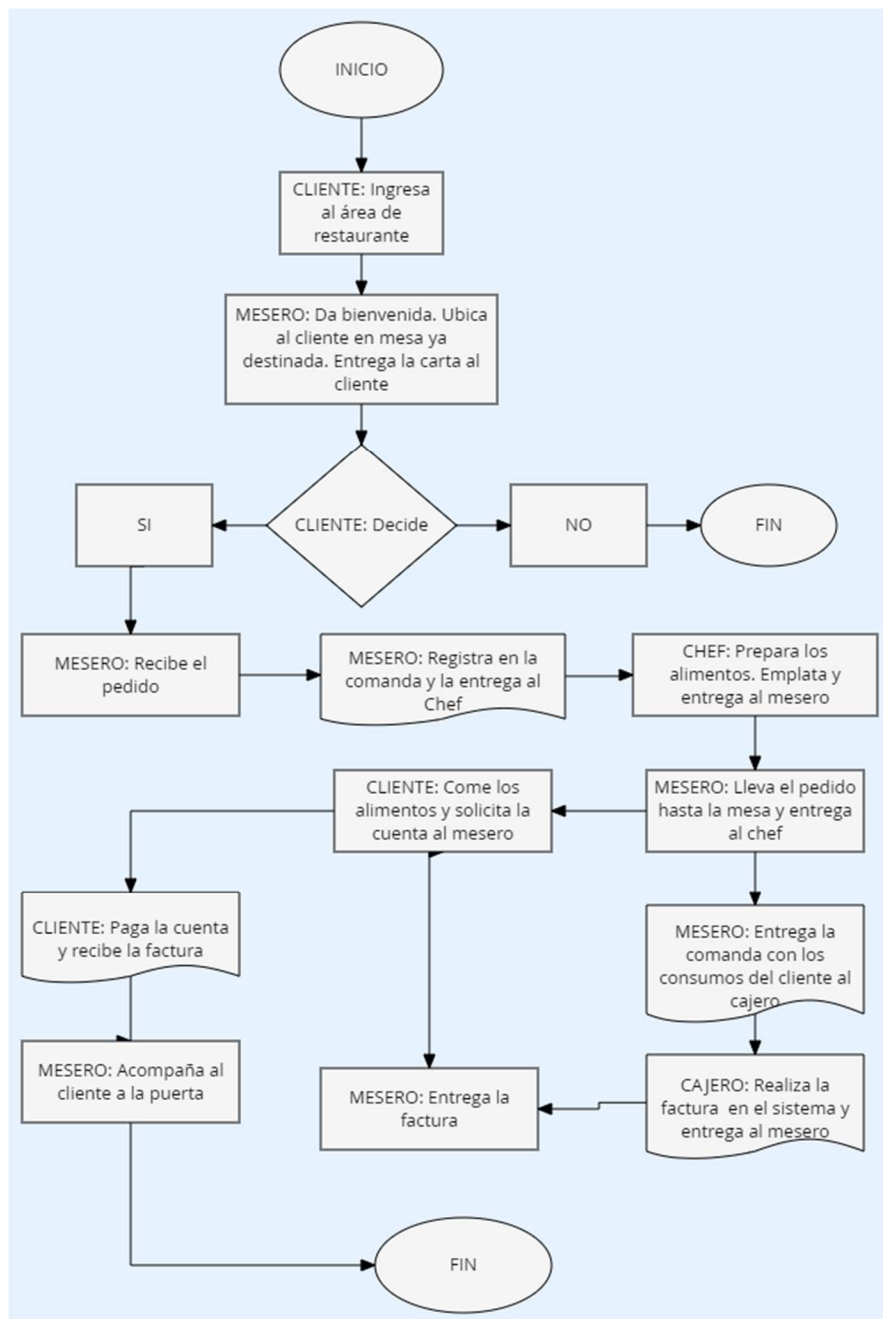


Figura 24. Diagrama de flujo para el servicio de alimentación. Autoría propia (2019)

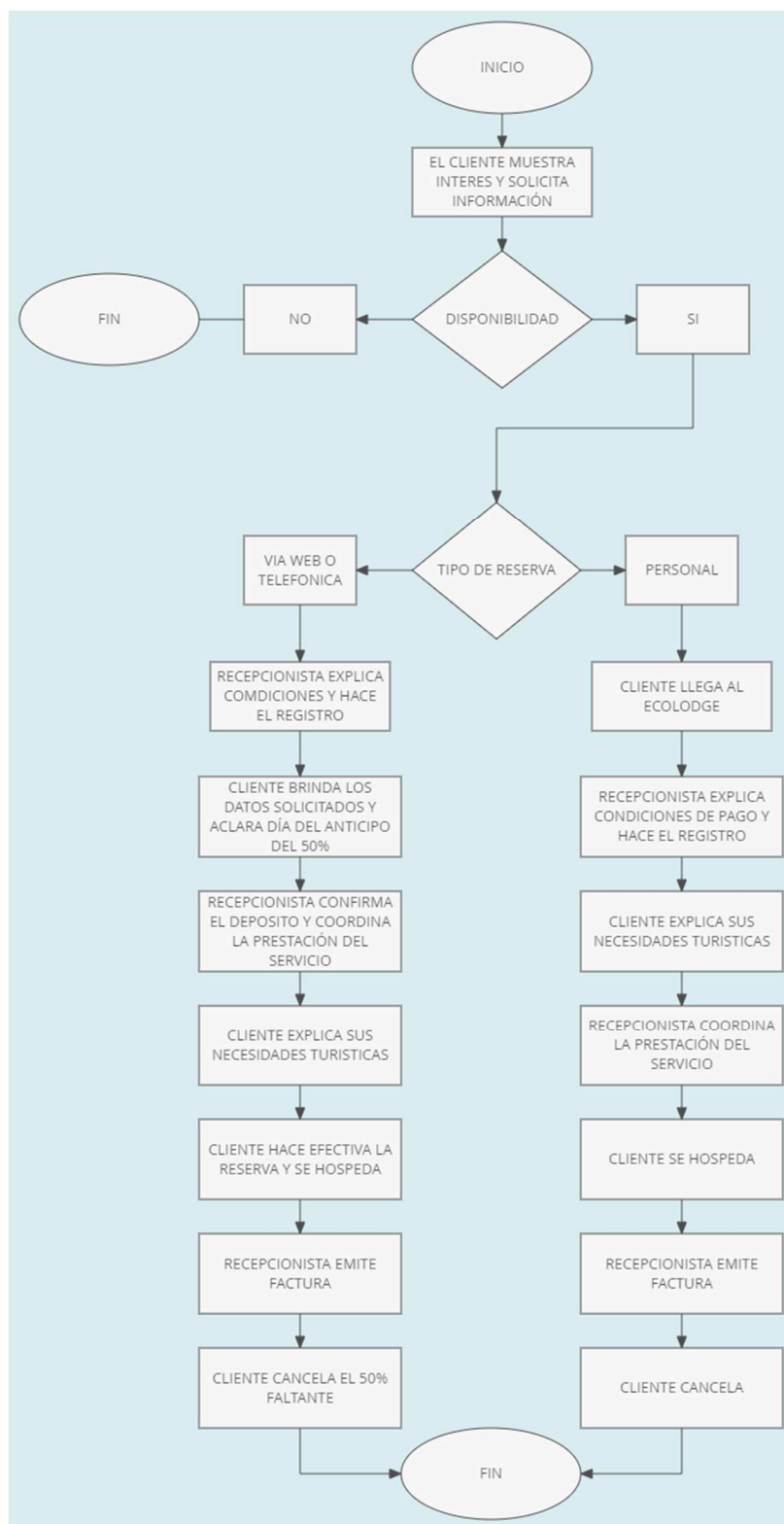


Figura 25. Diagrama de flujo para para el servicio de hospedaje. Autoría propia (2019)

9.9.Propuesta de equipamiento para el ecolodge

9.9.1. Alojamiento.

De acuerdo con las diferentes fuentes de información, para la cotización de los elementos presentados a continuación se tuvo en cuenta las páginas de venta de Easy, Éxito y Falabella tomando un valor promedio. A continuación, se presenta una propuesta de equipamiento.

Tabla 25.

Habitación estándar con acomodación doble twin

| NOMBRE | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VR. UNITARIO | VR. TOTAL |
|---------------------------|--|----------|--------------|---------------------|
| MUEBLES Y ENSERES | | | | |
| Base Cama Doble | Con espaldar y medidas de 190 cm de Alto * 150 cm de Ancho | 2 | \$ 400.000 | \$ 800.000 |
| Colchón Doble | Medidas de 190 cm Alto * 150 cm de Ancho, 28 cm de Grosor | 2 | \$ 350.000 | \$ 700.000 |
| Mesa de Tocador | Medidas de 100 cm de Alto * 75 cm de Ancho | 1 | \$ 150.000 | \$ 150.000 |
| Silla | Para tocador | 1 | \$ 80.000 | \$ 80.000 |
| Cuadros Decorativos | Imágenes de Naturaleza | 3 | \$ 50.000 | \$ 150.000 |
| Caja Fuerte | Medidas de 35 cm Alto * 35 cm de Alto | 1 | \$ 300.000 | \$ 300.000 |
| Sofá | Medidas de Ancho 120 cm | 1 | \$ 220.000 | \$ 220.000 |
| Mesa Adicional | Medidas de 100 cm Alto * 120 cm de Ancho | 1 | \$ 120.000 | \$ 120.000 |
| Mesa de Noche | Medidas de 60 cm Alto * 50 cm de Ancho | 2 | \$ 100.000 | \$ 200.000 |
| Closet | Medidas de 200 cm Alto * 100 cm de Ancho | 2 | \$ 300.000 | \$ 600.000 |
| Alfombra | Medida de 150 cm * 150 cm | 2 | \$ 150.000 | \$ 300.000 |
| TOTAL | | | | \$ 3.620.000 |
| LENCERÍA | | | | |
| Juego de Cobijas Térmicas | Medidas de 200 cm * 200 cm | 4 | \$ 180.000 | \$ 720.000 |

| | | | | |
|-----------------------------------|--|---|--------------|---------------------|
| Juego de Sabanas | Medidas de 200 cm * 200 cm | 4 | \$ 75.000 | \$ 300.000 |
| Almohadas | Material Algodón medidas de 48 cm de Alto * 65 cm de Ancho | 8 | \$ 50.000 | \$ 400.000 |
| Fundas Protectoras para Almohadas | Material Seda medidas de 55 cm de Alto * 70 cm de Ancho | 8 | \$ 20.000 | \$ 160.000 |
| Juego de Cortinas | Para cubrir ventanas | 6 | \$ 120.000 | \$ 720.000 |
| TOTAL | | | | \$ 2.300.000 |
| EQUIPOS | | | | |
| Televisor Pared | Marca Panasonic de 34 pulgadas | 1 | \$ 1.200.000 | \$ 1.200.000 |
| Lampara | Para mesa de noche | 2 | \$ 80.000 | \$ 160.000 |
| Teléfono | Inalámbrico | 1 | \$ 90.000 | \$ 90.000 |
| TOTAL | | | | \$ 1.450.000 |

| ACOMODACIÓN | | |
|--------------|-------------|--------------|
| TIPO DE CAMA | No DE CAMAS | TOTAL DE PAX |
| Cama Doble | 2 | 2 |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | \$ 7.370.000 |
|--------------|---------------------|

Nota: Autoría propia

Tabla 26.

Presupuesto de equipamiento para la habitación suite junior

| NOMBRE | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VR. UNITARIO | VR. TOTAL |
|---------------------------------------|--|----------|--------------|---------------------|
| MUEBLES Y ENSERES | | | | |
| Base Cama Doble | Con espaldar y medidas de 190 cm de Alto * 150 cm de Ancho | 1 | \$ 400.000 | \$ 400.000 |
| Colchón Doble | Medidas de 190 cm Alto * 150 cm de Ancho, 28 cm de Grosor | 1 | \$ 350.000 | \$ 350.000 |
| Base Cama Sencilla | Con espaldar y medidas de 190 cm de Alto * 135 cm de Ancho | 2 | \$ 200.000 | \$ 400.000 |
| Colchón Sencilla | Medidas de 190 cm Alto * 135 cm de Ancho, 28 cm de Grosor | 2 | \$ 250.000 | \$ 500.000 |
| Mesa de Tocador | Medidas de 100 cm de Alto * 75 cm de Ancho | 1 | \$ 150.000 | \$ 150.000 |
| Silla | Para tocador | 1 | \$ 80.000 | \$ 80.000 |
| Cuadros Decorativos | Imágenes de Naturaleza | 3 | \$ 50.000 | \$ 150.000 |
| Caja Fuerte | Medidas de 35 cm Alto * 35 cm de Alto | 1 | \$ 300.000 | \$ 300.000 |
| Sofá | Medidas de Ancho 120 cm | 1 | \$ 220.000 | \$ 220.000 |
| Mesa Adicional | Medidas de 100 cm Alto * 120 cm de Ancho | 1 | \$ 120.000 | \$ 120.000 |
| Mesa de Noche | Medidas de 60 cm Alto * 50 cm de Ancho | 3 | \$ 100.000 | \$ 300.000 |
| Closet | Medidas de 200 cm Alto * 100 cm de Ancho | 2 | \$ 300.000 | \$ 600.000 |
| Alfombra | Medida de 150 cm * 150 cm | 2 | \$ 150.000 | \$ 300.000 |
| TOTAL | | | | \$ 3.870.000 |
| LENCERÍA | | | | |
| Juego de Cobijas Térmicas C. Doble | Medidas de 200 cm * 200 cm | 2 | \$ 180.000 | \$ 360.000 |
| Juego de Sabanas C. Doble | Medidas de 200 cm * 200 cm | 2 | \$ 75.000 | \$ 150.000 |
| Juego de Cobijas Térmicas C. Sencilla | Medidas de 200 cm * 140 cm | 4 | \$ 120.000 | \$ 480.000 |
| Juego de Sabanas C. Sencilla | Medidas de 200 cm * 140 cm | 4 | \$ 55.000 | \$ 220.000 |

| | | | | |
|-----------------------------------|--|---|--------------|---------------------|
| Almohadas | Material Algodón medidas de 48 cm de Alto * 65 cm de Ancho | 8 | \$ 50.000 | \$ 400.000 |
| Fundas Protectoras para Almohadas | Material Seda medidas de 55 cm de Alto * 70 cm de Ancho | 8 | \$ 20.000 | \$ 160.000 |
| Juego de Cortinas | Para cubrir ventanas | 6 | \$ 120.000 | \$ 720.000 |
| TOTAL | | | | \$ 2.490.000 |
| EQUIPOS | | | | |
| Televisor Pared | Marca Panasonic de 34 pulgadas | 1 | \$ 1.200.000 | \$ 1.200.000 |
| Lampara | Para mesa de noche | 3 | \$ 80.000 | \$ 240.000 |
| Teléfono | Inalámbrico | 1 | \$ 90.000 | \$ 90.000 |
| TOTAL | | | | \$ 1.530.000 |

| ACOMODACIÓN | | |
|---------------|-------------|--------------|
| TIPO DE CAMA | No DE CAMAS | TOTAL DE PAX |
| Cama Doble | 1 | 2 |
| Cama Sencilla | 2 | 2 |
| TOTAL | 3 | 4 |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | \$ 7.890.000 |
|--------------|---------------------|

Nota: Autoría propia

Tabla 27.

Presupuesto de equipamiento para las habitaciones múltiples

| NOMBRE | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VR. UNITARIO | VR. TOTAL |
|---------------------------------------|--|----------|--------------|---------------------|
| MUEBLES Y ENSERES | | | | |
| Base Cama Doble | Con espaldar y medidas de 190 cm de Alto * 150 cm de Ancho | 2 | \$ 400.000 | \$ 800.000 |
| Colchón Doble | Medidas de 190 cm Alto * 150 cm de Ancho, 28 cm de Grosor | 2 | \$ 350.000 | \$ 700.000 |
| Base para Camarote | Con espaldar y medidas de 190 cm de Alto * 135 cm de Ancho | 2 | \$ 400.000 | \$ 800.000 |
| Colchón Sencillo | Medidas de 190 cm Alto * 135 cm de Ancho, 28 cm de Grosor | 4 | \$ 250.000 | \$ 1.000.000 |
| Mesa de Tocador | Medidas de 100 cm de Alto * 75 cm de Ancho | 2 | \$ 150.000 | \$ 300.000 |
| Silla | Para tocador | 2 | \$ 80.000 | \$ 160.000 |
| Cuadros Decorativos | Imágenes de Naturaleza | 6 | \$ 50.000 | \$ 300.000 |
| Caja Fuerte | Medidas de 35 cm Alto * 35 cm de Alto | 2 | \$ 300.000 | \$ 600.000 |
| Sofá | Medidas de Ancho 120 cm | 2 | \$ 220.000 | \$ 440.000 |
| Mesa Adicional | Medidas de 100 cm Alto * 120 cm de Ancho | 2 | \$ 120.000 | \$ 240.000 |
| Mesa de Noche | Medidas de 60 cm Alto * 50 cm de Ancho | 6 | \$ 100.000 | \$ 600.000 |
| Closet | Medidas de 200 cm Alto * 100 cm de Ancho | 4 | \$ 300.000 | \$ 1.200.000 |
| Alfombra | Medida de 150 cm * 150 cm | 4 | \$ 150.000 | \$ 600.000 |
| TOTAL | | | | \$ 7.740.000 |
| LENCERÍA | | | | |
| Juego de Cobijas Térmicas C. Doble | Medidas de 200 cm * 200 cm | 4 | \$ 180.000 | \$ 720.000 |
| Juego de Sabanas C. Doble | Medidas de 200 cm * 200 cm | 4 | \$ 75.000 | \$ 300.000 |
| Juego de Cobijas Térmicas C. Sencilla | Medidas de 200 cm * 140 cm | 8 | \$ 120.000 | \$ 960.000 |

| | | | | |
|-----------------------------------|--|----|--------------|---------------------|
| Juego de Sabanas C. Sencilla | Medidas de 200 cm * 140 cm | 8 | \$ 55.000 | \$ 440.000 |
| Almohadas | Material Algodón medidas de 48 cm de Alto * 65 cm de Ancho | 24 | \$ 50.000 | \$ 1.200.000 |
| Fundas Protectoras para Almohadas | Material Seda medidas de 55 cm de Alto * 70 cm de Ancho | 24 | \$ 20.000 | \$ 480.000 |
| Juego de Cortinas | Para cubrir ventanas | 12 | \$ 120.000 | \$ 1.440.000 |
| TOTAL | | | | \$ 5.540.000 |
| EQUIPOS | | | | |
| Televisor | Marca Panasonic de 34 pulgadas | 1 | \$ 1.200.000 | \$ 1.200.000 |
| Lampara | Para mesa de noche | 6 | \$ 80.000 | \$ 480.000 |
| Teléfono | Inalámbrico | 2 | \$ 90.000 | \$ 180.000 |
| TOTAL | | | | \$ 1.860.000 |

| ACOMODACIÓN | | |
|--------------|-------------|--------------|
| TIPO DE CAMA | No DE CAMAS | TOTAL DE PAX |
| Cama Doble | 2 | 2 |
| Camarotes | 4 | 4 |
| TOTAL | 6 | 8 |

| | |
|--------------|----------------------|
| TOTAL | \$ 15.140.000 |
|--------------|----------------------|

Nota: Autoría propia

Tabla 28.

Presupuesto de equipamiento para baños de las habitaciones estándar y suite Jr

| NOMBRE | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VR. UNITARIO | VR. TOTAL |
|-----------------------------|----------------------------|----------|--------------|---------------------|
| Toallas de manos | Medidas de 50 cm * 30 cm | 8 | \$ 15.000 | \$ 120.000 |
| Toallas de cuerpo | Medidas de 100 cm * 50 cm | 16 | \$ 35.000 | \$ 560.000 |
| Toallas de baño | Medidas de 150 cm * 100 cm | 16 | \$ 55.000 | \$ 880.000 |
| Cortina de baño | Medidas de 200 cm * 200 cm | 4 | \$ 45.000 | \$ 180.000 |
| Canasta para los jabones | N/A | 4 | \$ 25.000 | \$ 100.000 |
| Tapete para baño | Medidas de 100 cm * 60 cm | 4 | \$ 45.000 | \$ 180.000 |
| Secador de Cabello de Pared | N/A | 2 | \$ 90.000 | \$ 180.000 |
| Espejo | Medidas 100 cm * 100 cm | 2 | \$ 75.000 | \$ 150.000 |
| Sets de Champú + Jabón | Kit por 1000 Unid | 2 | \$ 300.000 | \$ 600.000 |
| Basurero | Redondo tamaño mediano | 4 | \$ 20.000 | \$ 80.000 |
| TOTAL | | | | \$ 3.030.000 |

Nota: Autoría propi

Tabla 29.

Presupuesto de equipamiento para baños de las habitaciones múltiples

| NOMBRE | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VR. UNITARIO | VR. TOTAL |
|-----------------------------|----------------------------|----------|--------------|---------------------|
| Toallas de manos | Medidas de 50 cm * 30 cm | 12 | \$ 15.000 | \$ 180.000 |
| Toallas de cuerpo | Medidas de 100 cm * 50 cm | 24 | \$ 35.000 | \$ 840.000 |
| Toallas de baño | Medidas de 150 cm * 100 cm | 24 | \$ 55.000 | \$ 1.320.000 |
| Cortina de baño | Medidas de 200 cm * 200 cm | 6 | \$ 45.000 | \$ 270.000 |
| Canasta para los jabones | N/A | 6 | \$ 25.000 | \$ 150.000 |
| Tapete para baño | Medidas de 100 cm * 60 cm | 6 | \$ 45.000 | \$ 270.000 |
| Secador de Cabello de Pared | N/A | 3 | \$ 90.000 | \$ 270.000 |
| Espejo | Medidas 100 cm * 100 cm | 3 | \$ 75.000 | \$ 225.000 |
| Sets de Champú + Jabón | Kit por 1000 Unid | 3 | \$ 300.000 | \$ 900.000 |
| Basurero | Redondo tamaño mediano | 6 | \$ 20.000 | \$ 120.000 |
| TOTAL | | | | \$ 4.545.000 |

Nota: Autoría propia

Tabla 30.

Presupuesto de equipamiento para baños de las zonas comunes

| NOMBRE | CANTIDAD | VR. UNITARIO | VR. TOTAL |
|--------------------------------|----------|--------------|-------------------|
| MUEBLES Y ENSERES | | | |
| Dispensador de Tallas de papel | 4 | \$ 70.000 | \$ 280.000 |
| Dispensador de Jabón | 4 | \$ 45.000 | \$ 180.000 |
| Basurero | 6 | \$ 20.000 | \$ 120.000 |
| Jabón Liquido | 4 | \$ 25.000 | \$ 100.000 |
| TOTAL | | | \$ 680.000 |

| UBICACIÓN | No BAÑOS | No PAX POR BAÑO |
|---------------|----------|-----------------|
| Pasillo | 1 | 4 |
| Parte Trasera | 1 | 4 |
| TOTAL | 2 | 8 |

Nota: Autoría propia

Tabla 31.
Total de presupuesto de equipamiento para las habitaciones

| ÍTEM | CANTIDAD | VR TOTAL HABITA. | VR TOTAL BAÑOS | VR HAB + BAÑO |
|--------------|----------|------------------|----------------|----------------------|
| Estándar | 1 | \$ 7.370.000 | \$ 3.030.000 | \$ 10.400.000 |
| Suite Jr | 1 | \$ 7.890.000 | \$ 3.030.000 | \$ 10.920.000 |
| Múltiple | 3 | \$ 15.140.000 | \$ 4.545.000 | \$ 19.685.000 |
| TOTAL | | | | \$ 41.005.000 |

Nota: Autoría propia

9.9.2. Lavandería y administración.

Tabla 32.
Presupuesto de equipamiento para la lavandería

| NOMBRE | CANTIDAD | VR. UNITARIO | VR. TOTAL |
|-----------------------------------|----------|--------------|---------------------|
| Lavadora semi industrial | 1 | \$ 3.000.000 | \$ 3.000.000 |
| Secadora semi industrial | 1 | \$ 2.500.000 | \$ 2.500.000 |
| Plancha Oster | 1 | \$ 900.000 | \$ 900.000 |
| Planchador de ropa | 2 | \$ 200.000 | \$ 400.000 |
| Estantería metálica de tres pisos | 2 | \$ 350.000 | \$ 700.000 |
| Aspiradora | 1 | \$ 150.000 | \$ 150.000 |
| Ganchos de ropa | 100 | \$ 1.500 | \$ 150.000 |
| TOTAL | | | \$ 7.800.000 |

Nota: Autoría propia

Tabla 33.
Presupuesto de equipamiento para la área administrativa y recepción

| NOMBRE | CANTIDAD | VR. UNITARIO | VR. TOTAL |
|--|----------|----------------------|----------------------|
| MUEBLES Y ENSERES ÁREA ADMINISTRATIVA | | | |
| Computadores | 4 | \$ 1.200.000 | \$ 4.800.000 |
| Impresora | 1 | \$ 800.000 | \$ 800.000 |
| Fotocopiadora | 1 | \$ 600.000 | \$ 600.000 |
| Teléfono | 2 | \$ 130.000 | \$ 260.000 |
| Escritorios | 4 | \$ 250.000 | \$ 1.000.000 |
| Archivadores | 2 | \$ 450.000 | \$ 900.000 |
| Sillas Giratorias | 4 | \$ 130.000 | \$ 520.000 |
| Sillas | 8 | \$ 80.000 | \$ 640.000 |
| Cuadros Decorativos | 4 | \$ 120.000 | \$ 480.000 |
| Porpapeles | 6 | \$ 30.000 | \$ 180.000 |
| Portaesferos | 6 | \$ 15.000 | \$ 90.000 |
| Elementos Varios | 100 | \$ 8.000 | \$ 800.000 |
| Papeleria | 100 | \$ 8.000 | \$ 800.000 |
| TOTAL | | | \$ 11.870.000 |
| MUEBLES Y ENSERES ÁREA RECEPCIÓN | | | |
| Computadores | 2 | \$ 1.200.000 | \$ 2.400.000 |
| Impresora | 1 | \$ 800.000 | \$ 800.000 |
| Fotocopiadora | 1 | \$ 600.000 | \$ 600.000 |
| Teléfono | 2 | \$ 130.000 | \$ 260.000 |
| Archivadores | 1 | \$ 450.000 | \$ 450.000 |
| Sillas Giratorias | 2 | \$ 130.000 | \$ 260.000 |
| Cuadros Decorativos | 2 | \$ 120.000 | \$ 240.000 |
| Counter de Recepción | 1 | \$ 450.000 | \$ 450.000 |
| Juego de Sala | 1 | \$ 800.000 | \$ 800.000 |
| Porpapeles | 2 | \$ 30.000 | \$ 60.000 |
| Portaesferos | 2 | \$ 15.000 | \$ 30.000 |
| Elementos Varios | 40 | \$ 8.000 | \$ 320.000 |
| Papeleria | 40 | \$ 8.000 | \$ 320.000 |
| TOTAL | | | \$ 6.990.000 |
| TOTAL | | \$ 18.860.000 | |

Nota: Autoría propia

Tabla 34.

Total presupuesto de equipamiento para la lavandería y el área administrativa y recepción

| ÍTEM | CANTIDAD | VR UNITARIO | VR. TOTAL |
|----------------------------------|----------|---------------|----------------------|
| Equipamiento Lavandería | 1 | \$ 7.800.000 | \$ 7.800.000 |
| Equipamiento Área Administración | 1 | \$ 18.860.000 | \$ 18.860.000 |
| TOTAL | | | \$ 26.660.000 |

Nota: Autoría propia

9.9.3. Restaurante.

Tabla 34.

Presupuesto de equipamiento de la zona de mesas

| NOMBRE | CANTIDAD | VR. UNITARIO | VR. TOTAL |
|--------------------------|----------|--------------|---------------------|
| MUEBLES Y ENSERES | | | |
| Mesa de Madera | 9 | \$ 150.000 | \$ 1.350.000 |
| Silla | 36 | \$ 50.000 | \$ 1.800.000 |
| Silla para Niños | 5 | \$ 55.000 | \$ 275.000 |
| Estantería | 3 | \$ 250.000 | \$ 750.000 |
| Aparador | 2 | \$ 300.000 | \$ 600.000 |
| Televisor 42 Pulgadas | 1 | \$ 1.600.000 | \$ 1.600.000 |
| TOTAL | | | \$ 6.375.000 |
| LENCERÍA | | | |
| Centro de Mesa | 9 | \$ 30.000 | \$ 270.000 |
| Mantelería | 18 | \$ 40.000 | \$ 720.000 |
| Servilletero de Tela | 72 | \$ 15.000 | \$ 1.080.000 |
| TOTAL | | | \$ 2.070.000 |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | \$ 8.445.000 |
|--------------|---------------------|

Nota: Autoría propia

Tabla 35.
Presupuesto de equipamiento para la cocina

| NOMBRE | CANTIDAD | VR. UNITARIO | VR. TOTAL |
|--------------------------|----------|--------------|--------------|
| EQUIPOS DE COCINA | | | |
| Nevera | 1 | \$ 1.100.000 | \$ 1.100.000 |
| Extractor | 1 | \$ 350.000 | \$ 350.000 |
| Horno Microondas | 2 | \$ 250.000 | \$ 500.000 |
| Licuadaora | 2 | \$ 150.000 | \$ 300.000 |
| Batidora | 2 | \$ 200.000 | \$ 400.000 |
| Estantes de Cocina | 3 | \$ 300.000 | \$ 900.000 |
| Estufa Semiindustrial | 1 | \$ 1.800.000 | \$ 1.800.000 |
| Balanza | 2 | \$ 80.000 | \$ 160.000 |
| Cafetera | 2 | \$ 500.000 | \$ 1.000.000 |
| Mesones de Trabajo | 4 | \$ 350.000 | \$ 1.400.000 |
| Mesas | 3 | \$ 150.000 | \$ 450.000 |
| Tostadora | 1 | \$ 100.000 | \$ 100.000 |
| Extintor | 1 | \$ 40.000 | \$ 40.000 |
| Rebanadora | 2 | \$ 110.000 | \$ 220.000 |
| Picadora | 2 | \$ 80.000 | \$ 160.000 |
| Plancha y Parrilla | 1 | \$ 450.000 | \$ 450.000 |
| Exprimidor | 2 | \$ 130.000 | \$ 260.000 |
| Abrelatas | 2 | \$ 25.000 | \$ 50.000 |
| Transportadores | 1 | \$ 250.000 | \$ 250.000 |
| Máquina para pasta | 1 | \$ 250.000 | \$ 250.000 |
| Batería de Ollas | 2 | \$ 400.000 | \$ 800.000 |
| Sartenes | 5 | \$ 30.000 | \$ 150.000 |
| Sed de Cuchillos | 2 | \$ 70.000 | \$ 140.000 |
| Tabla de Corte | 4 | \$ 35.000 | \$ 140.000 |
| Rallador | 3 | \$ 20.000 | \$ 60.000 |
| Afilador de Cuchillos | 2 | \$ 40.000 | \$ 80.000 |
| Colador | 2 | \$ 25.000 | \$ 50.000 |
| Rodillo de Madera | 2 | \$ 30.000 | \$ 60.000 |
| Espátula | 8 | \$ 15.000 | \$ 120.000 |
| Pinzas | 5 | \$ 25.000 | \$ 125.000 |
| Báscula de Cocina | 2 | \$ 60.000 | \$ 120.000 |
| Mortero | 1 | \$ 17.000 | \$ 17.000 |
| Sierra Manual | 2 | \$ 30.000 | \$ 60.000 |
| Hachuela | 2 | \$ 35.000 | \$ 70.000 |
| Coctelera | 1 | \$ 120.000 | \$ 120.000 |
| Cortadores | 2 | \$ 80.000 | \$ 160.000 |

| | | | |
|---|-----|------------|------------|
| Chucharas para Helado | 2 | \$ 15.000 | \$ 30.000 |
| Escurreidor | 3 | \$ 120.000 | \$ 360.000 |
| Jarras | 12 | \$ 15.000 | \$ 180.000 |
| Mandolina de Cocina | 2 | \$ 60.000 | \$ 120.000 |
| Manga Repostera | 5 | \$ 13.000 | \$ 65.000 |
| Marcadores | 10 | \$ 5.000 | \$ 50.000 |
| Moldes | 10 | \$ 20.000 | \$ 200.000 |
| Molinillos | 3 | \$ 10.000 | \$ 30.000 |
| Papel para Horno | 100 | \$ 1.200 | \$ 120.000 |
| Peladores | 3 | \$ 20.000 | \$ 60.000 |
| Porta utensilios | 3 | \$ 60.000 | \$ 180.000 |
| Sacacorchos | 2 | \$ 50.000 | \$ 100.000 |
| Salsera | 5 | \$ 20.000 | \$ 100.000 |
| Sopera | 3 | \$ 80.000 | \$ 240.000 |
| Soplete | 2 | \$ 90.000 | \$ 180.000 |
| Tablillas niveladoras | 3 | \$ 12.000 | \$ 36.000 |
| Tapetes | 10 | \$ 20.000 | \$ 200.000 |
| Termos | 2 | \$ 60.000 | \$ 120.000 |
| Tijeras de Cocina | 3 | \$ 24.000 | \$ 72.000 |
| Termómetros | 1 | \$ 180.000 | \$ 180.000 |
| Vaporeras | 2 | \$ 100.000 | \$ 200.000 |
| Vasos para Helado | 10 | \$ 25.000 | \$ 250.000 |
| Velas | 18 | \$ 2.500 | \$ 45.000 |
| Bol | 20 | \$ 7.500 | \$ 150.000 |
| Cucharas y Tenedores | 30 | \$ 1.500 | \$ 45.000 |
| Vasos | 36 | \$ 2.500 | \$ 90.000 |
| Pocillos | 36 | \$ 3.500 | \$ 126.000 |
| Juego de Cubiertos | 36 | \$ 6.000 | \$ 216.000 |
| Platos Base | 36 | \$ 6.500 | \$ 234.000 |
| Platos de Entrada | 36 | \$ 3.500 | \$ 126.000 |
| Platos de Sopa | 36 | \$ 4.500 | \$ 162.000 |
| Platos de Plato Fuerte | 36 | \$ 5.500 | \$ 198.000 |
| Platos de Postre | 36 | \$ 3.500 | \$ 126.000 |
| Copas Agua | 36 | \$ 4.000 | \$ 144.000 |
| Copas Vino Blanco | 36 | \$ 4.000 | \$ 144.000 |
| Copas Vino Tinto | 36 | \$ 4.000 | \$ 144.000 |
| Copas Champaña | 36 | \$ 4.000 | \$ 144.000 |
| Vasos para Cocteles y bebidas Alcohólicas | 20 | \$ 5.500 | \$ 110.000 |
| Saleros | 12 | \$ 8.000 | \$ 96.000 |
| Pimenteros | 12 | \$ 8.000 | \$ 96.000 |

TOTAL**\$ 17.644.000**

Nota: Autoría propia

Tabla 36.
Total presupuesto equipamiento para el restaurante

| ÍTEM | CANTIDAD | VR UNITARIO | VR. TOTAL |
|----------------------------|----------|---------------|----------------------|
| Equipamiento Zona de Mesas | 1 | \$ 8.445.000 | \$ 8.445.000 |
| Equipamiento Cocina | 1 | \$ 17.644.000 | \$ 17.644.000 |
| TOTAL | | | \$ 26.089.000 |

Nota: Autoría propia

9.10. Total de inversiones para equipamiento

Tabla 37.
Total de inversiones de equipamiento para ecolodge

| INVERSIONES FIJAS TOTALES | | | |
|---------------------------|---|---------------|----------------------|
| Equipamiento Alojamiento | 1 | \$ 41.005.000 | \$ 41.005.000 |
| Equipamiento Restaurante | 1 | \$ 26.089.000 | \$ 26.089.000 |
| Equipamiento Adicionales | 1 | \$ 26.660.000 | \$ 26.660.000 |
| TOTAL | | | \$ 93.754.000 |

Nota: Autoría propia

9.11. Insumos, materia prima y proyección de consumo de servicios

Tabla 38.
Insumos para la cocina

| NOMBRE | CANTIDAD ANU | VR UNITARIO | GASTO ANU |
|---------------------------------|--------------|-------------|------------|
| Paquete de Servilletas con Logo | 120 | \$ 6.000 | \$ 720.000 |
| Caja de Sorbetes | 60 | \$ 5.500 | \$ 330.000 |
| Caja de Palillos | 60 | \$ 2.500 | \$ 150.000 |
| Carta de Menú | 108 | \$ 6.500 | \$ 702.000 |
| Comandas | 108 | \$ 2.500 | \$ 270.000 |

| | | | |
|----------------------------------|----|-----------|---------------------|
| Paquete de Vasos Desechables | 96 | \$ 2.500 | \$ 240.000 |
| Paquete de Platos Desechables | 96 | \$ 4.500 | \$ 432.000 |
| Paquete de Cubiertos Desechables | 96 | \$ 3.500 | \$ 336.000 |
| Paquete de Bolsas Comida | 96 | \$ 3.700 | \$ 355.200 |
| TOTAL | | | \$ 3.535.200 |
| ELEMENTOS DE ASEO | | | |
| Escoba de cerda fina | 12 | \$ 3.500 | \$ 42.000 |
| Escoba de cerda gruesa | 12 | \$ 4.000 | \$ 48.000 |
| Trapeador | 12 | \$ 4.000 | \$ 48.000 |
| Recogedor | 12 | \$ 3.000 | \$ 36.000 |
| Caja de Guantes | 12 | \$ 5.500 | \$ 66.000 |
| Cepillos de plástico | 12 | \$ 3.500 | \$ 42.000 |
| Paquete de Funda Basuras x 12 | 12 | \$ 6.500 | \$ 78.000 |
| Botella de Detergentes pisos | 24 | \$ 8.000 | \$ 192.000 |
| Botella de Detergentes losa | 24 | \$ 8.000 | \$ 192.000 |
| Botella de Desinfectante | 24 | \$ 8.000 | \$ 192.000 |
| Botella de Aromatizante | 24 | \$ 8.000 | \$ 192.000 |
| Paquete de Trapos | 50 | \$ 12.000 | \$ 600.000 |
| TOTAL | | | \$ 1.728.000 |

| | |
|--------------|---------------------|
| TOTAL | \$ 5.263.200 |
| Mensual | \$ 438.600 |

Nota: Autoría propia

Tabla 39.
Insumos aseo y limpieza

| NOMBRE | CANTIDAD ANUAL | GASTO UNITARIO | GASTO ANUAL |
|-------------------------------|----------------|----------------|---------------------|
| Escoba de cerda fina | 36 | \$ 3.500 | \$ 126.000 |
| Escoba de cerda gruesa | 36 | \$ 4.000 | \$ 144.000 |
| Trapeador | 36 | \$ 4.000 | \$ 144.000 |
| Recogedor | 36 | \$ 3.000 | \$ 108.000 |
| Caja de Guantes | 120 | \$ 5.500 | \$ 660.000 |
| Cepillos de plástico | 120 | \$ 3.500 | \$ 420.000 |
| Paquete de Funda Basuras x 12 | 80 | \$ 6.500 | \$ 520.000 |
| Botella de Detergentes pisos | 150 | \$ 8.000 | \$ 1.200.000 |
| Botella de Detergentes losa | 150 | \$ 8.000 | \$ 1.200.000 |
| Botella de Desinfectante | 150 | \$ 8.000 | \$ 1.200.000 |
| Botella de Aromatizante | 150 | \$ 8.000 | \$ 1.200.000 |
| Paquete de Trapos | 50 | \$ 12.000 | \$ 600.000 |
| TOTAL | | | \$ 7.522.000 |
| Mensual | | | \$ 626.833 |

Nota: Autoría propia

Tabla 40.
Materia prima

| MATERIA PRIMA | | | | |
|------------------|--------|---------------|--------------|---------------|
| NOMBRE | UNIDAD | UNIDAD | VR DIARIO | COSTO MENSUAL |
| Aceite | Litro | \$ 3.223.200 | \$ 322.320 | \$ 3.867.840 |
| Agua de Panela | Und | \$ 5.400.000 | \$ 540.000 | \$ 6.480.000 |
| Aguacate | Und | \$ 3.450.000 | \$ 345.000 | \$ 7.728.000 |
| Ajo | Und | \$ 7.500 | \$ 750 | \$ 9.000 |
| Almojábana | Und | \$ 6.480.000 | \$ 648.000 | \$ 7.776.000 |
| Arepa | Und | \$ 6.480.000 | \$ 648.000 | \$ 7.776.000 |
| Arroz | Kilos | \$ 8.925.000 | \$ 892.500 | \$ 10.710.000 |
| Azúcar | Kilos | \$ 1.125.000 | \$ 112.500 | \$ 1.350.000 |
| Café en leche | Und | \$ 6.480.000 | \$ 648.000 | \$ 7.776.000 |
| Cálaho | Und | \$ 1.620.000 | \$ 162.000 | \$ 1.944.000 |
| Canela en polvo | Kilos | \$ 75.000 | \$ 7.500 | \$ 90.000 |
| Carne de cerdo | Kilos | \$ 5.400.000 | \$ 540.000 | \$ 6.480.000 |
| Carne de res | Kilos | \$ 9.000.000 | \$ 900.000 | \$ 10.800.000 |
| Cebolla | Und | \$ 1.537.500 | \$ 153.750 | \$ 1.845.000 |
| Cerveza | Und | \$ 330.000 | \$ 33.000 | \$ 396.000 |
| Chicharrón | Kilos | \$ 1.650.000 | \$ 165.000 | \$ 1.980.000 |
| Chocolate | Und | \$ 8.100.000 | \$ 810.000 | \$ 9.720.000 |
| Chorizo | Kilos | \$ 1.125.000 | \$ 112.500 | \$ 1.350.000 |
| Costilla | Kilos | \$ 10.125.000 | \$ 1.012.500 | \$ 12.150.000 |
| Crema de Leche | Litro | \$ 2.835.000 | \$ 283.500 | \$ 3.402.000 |
| Cuajada | Kilos | \$ 3.570.000 | \$ 357.000 | \$ 4.284.000 |
| Cubos de caldo | Und | \$ 157.500 | \$ 15.750 | \$ 189.000 |
| Diente de ajo | Und | \$ 30.000 | \$ 3.000 | \$ 36.000 |
| Harina | Kilos | \$ 825.000 | \$ 82.500 | \$ 990.000 |
| Harina de maíz | Kilos | \$ 1.995.000 | \$ 199.500 | \$ 2.394.000 |
| Huevos | Und | \$ 4.455.000 | \$ 445.500 | \$ 5.346.000 |
| Jugos | Und | \$ 13.500.000 | \$ 1.350.000 | \$ 16.200.000 |
| Leche | Litros | \$ 13.215.000 | \$ 1.321.500 | \$ 15.858.000 |
| Leche Condensada | Litros | \$ 2.925.000 | \$ 292.500 | \$ 3.510.000 |
| Lechuga | Und | \$ 562.500 | \$ 56.250 | \$ 675.000 |
| Longaniza | Kilos | \$ 975.000 | \$ 97.500 | \$ 1.170.000 |
| Mantequilla | Kilos | \$ 230.400 | \$ 23.040 | \$ 276.480 |
| Mazorca | Und | \$ 540.000 | \$ 54.000 | \$ 648.000 |
| Morcilla | Kilos | \$ 1.800.000 | \$ 180.000 | \$ 2.160.000 |
| Pan | Und | \$ 3.810.000 | \$ 381.000 | \$ 4.572.000 |
| Pandebono | Und | \$ 6.480.000 | \$ 648.000 | \$ 7.776.000 |
| Papa | Kilos | \$ 3.037.500 | \$ 303.750 | \$ 3.645.000 |

| | | | | |
|---------------------------|--------|---------------|----------------------|-----------------------|
| Papa criolla | Kilos | \$ 900.000 | \$ 90.000 | \$ 1.080.000 |
| Papa criolla | Kilos | \$ 375.000 | \$ 37.500 | \$ 450.000 |
| Papa sabanera | Kilos | \$ 262.500 | \$ 26.250 | \$ 315.000 |
| Paquete de ciruelas pasas | Und | \$ 2.100.000 | \$ 210.000 | \$ 2.520.000 |
| Paquete de especias | Und | \$ 900.000 | \$ 90.000 | \$ 1.080.000 |
| Pechuga de pollo | Kilos | \$ 14.400.000 | \$ 1.440.000 | \$ 17.280.000 |
| Pimentón amarillo | Und | \$ 1.200.000 | \$ 120.000 | \$ 1.440.000 |
| Pimentón rojo | Und | \$ 1.200.000 | \$ 120.000 | \$ 1.440.000 |
| Pimentón verde | Und | \$ 1.200.000 | \$ 120.000 | \$ 1.440.000 |
| Queso | Kilos | \$ 9.720.000 | \$ 972.000 | \$ 11.664.000 |
| Ramita Cilantro | Und | \$ 150.000 | \$ 15.000 | \$ 180.000 |
| Ramita de Comino | Und | \$ 90.000 | \$ 9.000 | \$ 108.000 |
| Ramita de Laurel | Und | \$ 30.000 | \$ 3.000 | \$ 36.000 |
| Ramita de Tomillo | Und | \$ 30.000 | \$ 3.000 | \$ 36.000 |
| Ramito Alcaparras | Und | \$ 225.000 | \$ 22.500 | \$ 270.000 |
| Ramito de Canela | Und | \$ 150.000 | \$ 15.000 | \$ 180.000 |
| Ramito Guascas | Und | \$ 225.000 | \$ 22.500 | \$ 270.000 |
| Ron | Litros | \$ 193.500 | \$ 19.350 | \$ 232.200 |
| Sal | Kilos | \$ 105.000 | \$ 10.500 | \$ 126.000 |
| Salsa de carne | Litro | \$ 900.000 | \$ 90.000 | \$ 1.080.000 |
| Salchichas | Und | \$ 135.000 | \$ 13.500 | \$ 162.000 |
| Sobrebarriga de res | Kilos | \$ 10.800.000 | \$ 1.080.000 | \$ 12.960.000 |
| Tinto | Und | \$ 3.240.000 | \$ 324.000 | \$ 3.888.000 |
| Tomate | Und | \$ 450.000 | \$ 45.000 | \$ 540.000 |
| Uvas pasas | Kilos | \$ 900.000 | \$ 90.000 | \$ 1.080.000 |
| Verduras picadas | Kilos | \$ 1.800.000 | \$ 180.000 | \$ 2.160.000 |
| TOTAL | | | \$ 19.315.710 | \$ 193.157.100 |

Nota: Autoría propia

Tabla 41.
Consumo servicios básicos

| SERVICIO | PROVEEDOR | GASTO MENSUAL | GASTO ANUAL |
|-------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Agua | Acueducto de Bogotá | \$ 550.000 | \$ 6.600.000 |
| Energía Eléctrica | Enel | \$ 400.000 | \$ 4.800.000 |
| Teléfono | ETB | \$ 300.000 | \$ 3.600.000 |
| Internet | Claro | \$ 300.000 | \$ 3.600.000 |
| TOTAL | | \$ 1.550.000 | \$ 18.600.000 |

Nota: Autoría propia

Tabla 42.

Total presupuesto de insumos, materia primas y consumos

| ÍTEM | CANTI. AÑOS | COSTO ANUAL | TOTAL |
|--------------------------------|-------------|----------------|-----------------------|
| Insumos de Aseo y Limpieza Hab | 1 | \$ 7.522.000 | \$ 7.522.000 |
| Insumos para la Cocina | 1 | \$ 5.263.200 | \$ 5.263.200 |
| Materia Prima Anual | 1 | \$ 193.157.100 | \$ 193.157.100 |
| Consumo Servicios Básicos | 1 | \$ 18.600.000 | \$ 18.600.000 |
| TOTAL | | | \$ 205.942.300 |

Nota: Autoría propia

9.12. Marketing y publicidad

Tabla 43.

Presupuesto para marketing y publicidad

| MARKETING | |
|---------------------------------------|---------------------|
| ESTRATEGIA | PRESUPUESTO ANUAL |
| Marketing de Recomendación | \$ 250.000 |
| Marketing a través de Influencers | \$ 500.000 |
| Patrocinios | \$ 500.000 |
| Videomarketing | \$ 500.000 |
| Merchandising | \$ 500.000 |
| TOTAL | \$ 2.250.000 |
| Estrategias Push | |
| Ferias | \$ 150.000 |
| Seminarios | \$ 800.000 |
| Anuncios en revistas especializadas | \$ 300.000 |
| Descuentos a prestadores de servicios | \$ 800.000 |
| TOTAL | \$ 2.050.000 |
| Estrategias Pull | |
| Prensa/Radio/TV | \$ 500.000 |
| Publicidad Impresas | \$ 800.000 |
| TOTAL | \$ 1.300.000 |
| TOTAL | \$ 5.600.000 |
| Mensual | \$ 466.667 |

Nota: Autoría propia

9.13. Análisis de mano de obra (remuneración económica)

Tabla 44.
Presupuesto para mano de obra

| Nombre del empleado | DEVENGADO | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|--------------|-------------|-------------------|----------------------|
| | Sueldo básico | Días trabajados | Horas Extras | Comisiones | Auxilio de Transp | Total devengado |
| Gerente General | \$ 4.000.000 | 30,00 | 0,00 | 0,00 | \$ - | \$ 4.000.000 |
| Contador | \$ 2.200.000 | 30,00 | 0,00 | 0,00 | \$ - | \$ 2.200.000 |
| Analista Administrativo | \$ 1.200.000 | 30,00 | 0,00 | 0,00 | \$ 97.032 | \$ 1.297.032 |
| Recepcionista | \$ 828.116 | 30,00 | 0,00 | 0,00 | \$ 97.032 | \$ 925.148 |
| Chef | \$ 1.500.000 | 30,00 | 0,00 | 0,00 | \$ 97.032 | \$ 1.597.032 |
| Mesero | \$ 828.116 | 30,00 | 0,00 | 0,00 | \$ 97.032 | \$ 925.148 |
| Auxiliar Cocina | \$ 828.116 | 30,00 | 0,00 | 0,00 | \$ 97.032 | \$ 925.148 |
| Ama de Llaves | \$ 1.200.000 | 30,00 | 0,00 | 0,00 | \$ 97.032 | \$ 1.297.032 |
| Auxiliar de Limpieza | \$ 828.116 | 30,00 | 0,00 | 0,00 | \$ 97.032 | \$ 925.148 |
| Botones | \$ 828.116 | 30,00 | 0,00 | 0,00 | \$ 97.032 | \$ 925.148 |
| TOTAL | \$ 14.240.580 | 300,00 | 0,00 | 0,00 | \$ 776.256 | \$ 15.016.836 |

| DEDUCCIONES | | | NETO PAGADO |
|-------------------|-------------------|---------------------|----------------------|
| Aportes Salud | Aportes pensión | Total deducciones | |
| \$ 160.000 | \$ 160.000 | \$ 320.000 | \$ 3.680.000 |
| \$ 88.000 | \$ 88.000 | \$ 176.000 | \$ 2.024.000 |
| \$ 48.000 | \$ 48.000 | \$ 96.000 | \$ 1.201.032 |
| \$ 33.125 | \$ 33.125 | \$ 66.249 | \$ 858.899 |
| \$ 60.000 | \$ 60.000 | \$ 120.000 | \$ 1.477.032 |
| \$ 33.125 | \$ 33.125 | \$ 66.249 | \$ 858.899 |
| \$ 33.125 | \$ 33.125 | \$ 66.249 | \$ 858.899 |
| \$ 48.000 | \$ 48.000 | \$ 96.000 | \$ 1.201.032 |
| \$ 33.125 | \$ 33.125 | \$ 66.249 | \$ 858.899 |
| \$ 33.125 | \$ 33.125 | \$ 66.249 | \$ 858.899 |
| \$ 569.623 | \$ 569.623 | \$ 1.139.246 | \$ 13.877.590 |

Nota: Autoría propia

| Concepto | Mensual | Valor | Total |
|-----------------------|---------|----------------------|-----------------------|
| Nomina Administrativo | 12 | \$ 6.905.032 | \$ 82.860.384 |
| Nomina Operacional | 12 | \$ 6.972.558 | \$ 83.670.691 |
| TOTAL | | \$ 13.877.590 | \$ 166.531.075 |

Conclusiones

En los últimos años Colombia ha tenido un crecimiento importante en el sector turístico, principalmente por su geografía ya que esta, se presta para que el público en general tenga una gran diversidad de atractivos, que se pueden acomodar a los diferentes gustos, al momento de hacer la consolidación de toda la información, se logró evidenciar que el turismo de naturaleza es de los atractivos turísticos con un mayor crecimiento en el país, podemos concluir que Colombia es de los países que en cuanto a turismo de naturaleza puede ofrecer una de las más grandes y mejores ofertas. Es importante resaltar el crecimiento que ha tenido el país en cuanto a la oferta turística, principalmente en cuanto al de naturaleza, pero a su vez y quizás un poco más importante, es mencionar la responsabilidad que esto conlleva, ya que en Colombia el sector turístico se ha preocupado por mantener un equilibrio con el medio ambiente, y busca la manera de causar el menor impacto posible a la naturaleza, hace falta mucho por trabajar en esta materia pero podemos concluir que se puede ejercer un turismo responsable, sustentable y sostenible en Colombia. Al hablar de turismo de naturaleza, es hablar de experiencias diferentes, pero que a su vez son muy atractivas para los potenciales visitantes, y la idea de vender aventura es muy gratificante y más si está acompañada de una gran logística y comodidad, el alojamiento es de las cosas que más genera preocupación en las personas al momento de elegir un destino, por eso cuando se plantea la posibilidad de crear un alojamiento por medio de ecolodge en el agro parque “los soches” en la localidad de Usme, podemos llegar a concluir que esa expectativa inicial se incrementa, ya que no solo planteamos aventura natural, sino una gran experiencia de comodidad con un impacto ambiental positivo y de manera responsable, esto genera conciencia en quienes experimentan hospedarse en alojamientos alternativos.

Al momento de plantear un proyecto como este, surgen diferentes y diversas dudas como por ejemplo ¿si este tipo de alojamientos (Ecolodge) funcionan en Colombia? y ¿si en verdad son rentables? Para llegar a una respuesta, para este tipo de dudas nos remontamos a diversos tipos de investigaciones en el mundo y en el propio país, en Colombia encontramos los casos, que ya existen en diferentes regiones del territorio, como lo son: el Magdalena, Chocó, la Amazonia, el eje cafetero, Casanare y Antioquia. Debido a la experiencia de estos podemos concluir que efectivamente son rentables y más en un país como el nuestro. Desde que se planteó la idea para la creación de un “Ecolodge” en el Agro parque “los soches” se buscó la manera para realizarlo, con las especificaciones que se requieren, apegados a la idea natural que tienen como propósito, de tal

manera que se realizó una exhaustiva investigación de diversas formas en como los podemos construir, de tal manera que logramos concluir que es necesario aplicar diferentes herramientas como la “matriz de Lepold” que nos brinda información de los impactos ambientales que se pueden llegar a generar bajo la ejecución de un proyecto como este. Se puede trabajar de una manera con enfoque natural, pero al final de cuentas no podemos olvidar que esto es una idea negocio, de tal manera que siempre se debe realizar un estudio administrativo, así como está justificado ya que de esto depende mucho que a futuro una idea como el proyecto se pueda llegar a un buen término, concluimos que este puede llegar a ser un gran aporte para la economía nacional y para el crecimiento del mismo turismo. También es importante realizar una proyección, de los posibles visitantes, la manera de cómo vamos a ofertar los productos y servicios, es clave buscar un punto de equilibrio para que esa relación de ofertante y ofertado funcione de una manera positiva para cada uno de los lados, es decir sea un representante de gana y gana, por eso se concluye que se debe ser coherente con lo que buscan los turistas y lo que ofrecemos. Para lograr un gran posicionamiento en el mercado de turismo, principalmente en el de la naturaleza se debe buscar la manera de crear recordación en la mejor mediada por la calidad del servicio, pero a su generando una imagen, de esta manera podemos concluir que el trabajo en crecimiento de la marca no brinda la oportunidad de ir creciendo cada vez más. Es de vital importancia cumplir con todas y cada una de las obligaciones, que el estado colombiano y la normatividad legal vigente nos exige, de tal manera que el proyecto tenga desde un principio las bases para funcionar de la mejor manera posible desde todos los entornos sociales, legales y medio ambientales, y debido a esto concluimos que si todo se realiza basados en la fiabilidad el proyecto no solo genera confianza sino que además se fortalece en su idea de ser funcional. El planteamiento del construir un Ecólodge en el agro parque “los soches” en la localidad de Usme, conlleva a un estudio a profundidad de diferentes conceptos de autores, teorías, estudios de las diversas formas, ya sean de impactos ecológicos, así como de los mismos procesos administrativos y legales, pasando por la parte de la rentabilidad y financiera, a lo que podemos concluir que efectivamente desde lo global, desde un todo que surgió desde lo más mínimo, que es si viable sostenible y rentable construir un Ecólodge en esta zona.

Referencias

- 5 hoteles ecológicos en Colombia (23 de abril de 2019). *Viajala*. Obtenido de <https://viajala.com.co/blog/5-hoteles-ecologicos-en-colombia>
- ¿Qué es una investigación de campo? (s.f.). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-campo.html>
- ¿Dónde está la clase media de Colombia? (6 de junio de 2019). *Dinero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/informe-especial/articulo/son-los-colombianos-mayoritariamente-de-clase-media/266792>
- ¿Qué es una investigación mixta? (9 de agosto de 2018). *Salusplay*. Obtenido de <https://www.salusplay.com/blog/investigacion-mixta/>
- Arturo K. (13 de noviembre de 2013). *CreceNegocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/la-tecnica-de-observacion/>
- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (noviembre de 2019). *Anato*. Obtenido de <https://anato.org/wp-content/uploads/2020/06/Resultados-Encuesta-Trimestral-de-Agencias-ANATO-IIIQ-2019-.pdf>
- Bermúdez, J. (8 de octubre de 2018). La aventura y el ciclomontañismo, los reyes del turismo en Cundinamarca. *Semana*. Obtenido de <https://www.semana.com/100-empresas/articulo/el-turismo-cundinamarques/578946>
- Bertomeu, P. F. (s.f.). *Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona*. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Boff, L. (3 de febrero de 2012). *América Latina en Movimiento*. Obtenido de <https://www.alainet.org/es/articulo/155652?language=en>
- Corporación Integral Eclipse (s.f.). *Bogotá Turismo*. Obtenido de http://bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/presentaciones_Turismo_rural/Presentacio%CC%81n%20Agroparque%20los%20Soches.pdf
- Calculadora del margen de error (01 de octubre de 2019). *Datum Internacional*. Obtenido de <http://www.datum.com.pe/calculadora>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (22 de mayo de 2005). *DANE Información para Todos*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-general-2005-1>

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (31 de mayo de 2018). *DANE Información para Todos*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>
- Departamento Nacional de Planeación (2018). *Colombia productiva y sostenible: un propósito de todos*. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Colombia%20productiva%20Actualizaci%C3%B3n.pdf>
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos del Marketing*. Buenos Aires: *Ediciones Granica S.A.*
- Estévez, R. (28 de agosto de 2012). *Eco Inteligencia*. Obtenido de <https://www.ecointeligencia.com/2012/08/ecolodge-turismo-corazon-naturaleza/>
- Herrera, J. (s.f.). *La investigación cualitativa*. Obtenido de <https://juanherrera.files.wordpress.com/2008/05/investigacion-cualitativa.pdf>
- Importancia del Turismo Natural (s.f.). *Importancia*. Obtenido de <https://www.importancia.org/turismo-natural.php>
- Lavanda, D. G. (s.f.). *Monografías*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos82/estrategia-push-y-pull/estrategia-push-y-pull.shtml>
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados*. Ciudad de Mexico: Pearson Education.
- Materiales para construir una casa ecológica (18 de diciembre de 2017). *Slowhome*. Obtenido de <https://www.slowhome.es/sin-categoria/materiales-construir-una-casa-ecologica>
- Nieto, A. (2013). Participación comunitaria en iniciativas de ecoturismo en la vereda los Soches, localidad de Usme, Bogotá. *Revista interamericana de ambiente y turismo – RIAT*, 9(2), 101-107. Recuperado de http://riat.atalca.cl/index.php/test/article/view/254/pdf_1.
- Nieto, A. (2018). Aportes metodológicos para la planificación turística en los entes territoriales: caso municipio de Pacho Cundinamarca. En A. Nieto (et al), *Planificación turística en territorios campesinos* (pp. 11-55). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec.
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (01 de diciembre de 2017). *Minambiente*. Obtenido de https://www.minambiente.gov.co/images/revista_MADS_digital.pdf
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (31 de enero de 2010). *Mincit*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/desarrollo-regional/inventarios-turisticos/metodologia-para-la-elaboracion-del-inventario-de/metodologia-para-la-elaboracion-del-inventario-de-atractivos-2010.pdf.aspx>

- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (01 de septiembre de 2012). *Bogotá Turismo*.
Obtenido de <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/POLITICA%20DE%20TURISMO%20DE%20NATURALEZA.pdf>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (01 de marzo de 2013). *Colombia Productiva*.
Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=f6d0411b-1ce7-4eb3-bc89-d6b47d6b6095>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (15 de marzo de 2013). *Colombia Productiva*.
Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ef226c3-5cb5-410a-b081-ad762c9f4e17>
- Naciones Unidas (diciembre de 2018). *Repositorio CEPAL*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf
- Padilla, M. C. (s.f.). *EcoEdiciones*. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/08/Formulaci%C3%B3n-y-evaluaci%C3%B3n-de-proyectos-2da-edici%C3%B3n.pdf>
- Pinto, S. C. (2007). Valorización de Impactos Ambientales. *Sevilla*.
- Previsión meteorológica y clima mensual (01 de octubre de 2019). *Weather Atlas*. Obtenido de <https://www.weather-col.com/es/colombia/bogota-clima>
- Procolombia. (27 de julio de 2018). *Procolombia*. Obtenido de https://procolombia.co/sites/default/files/presentacion_webinar_de_turismo_sostenible_27_de_julio.pdf
- Observación Sistemática (s.f.). *Monografías*. Obtenido de <https://www.monografias.com/docs/Observacion-Sistemática-PK8B5S36L9JF>
- Objetivos de Desarrollo Sostenible (11 de abril de 2018). *Departamento Nacional de Planeación*.
Obtenido de <https://sinergia.dnp.gov.co/Paginas/Internas/ODS/%C2%BFQu%C3%A9es.aspx>
- Quimbay, J. N. (2016). *Bdigital Unal*. Obtenido de http://bdigital.unal.edu.co/53970/1/1074414333_2016.pdf
- Quintero, J. L. (2004). Los Impactos Económicos, Socioculturales, Medioambientales del Turismo. Madrid: *Universidad Complutense*.
- Riquelme, M. (24 de mayo de 2015). *Web y empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-matriz-del-perfil-competitivo/>

Ventas: Todo lo que necesitas saber (s.f.). *RDStation*. Obtenido de [https://www.rdstation.com /co/ventas/](https://www.rdstation.com/co/ventas/)

Sagrasta, J. (s.f.). *Mediterrani*. Obtenido de <https://www.mediterrani.com/blog/turismo-natural-que-es/>

Salcedo, C. G. (15 de febrero de 2019). *La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/economia/el-turismo-a-colombia-crecio-8-en-2018-tras-lallegada-de-42-millones-devisitantes-2828455>

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de Mexico: McGraw Hill Interamericana *Editores S.A.*

Villacampa, Ó. (25 de octubre de 2018). *Ondho Agencia de MarketingOnline*. Obtenido de <https://www.ondho.com/que-son-4-p-marketing-como-aplicarlas-ejemplos/>

Anexos

ANEXO 1 Entrevista para complementar información sobre las condiciones del Agroparque los Soches

ENTREVISTA NO ESTRUCTURADA

| | |
|--------------------------|---|
| Nombre del Entrevistador | Tatiana Huertas |
| Nombre del Entrevistado | William Giovanni Rojas Pineda – Guía de Turismo de la Región |
| Fecha de Entrevista | 12 de octubre de 2019 |
| Tema de la Entrevista | Complementar información sobre las condiciones del Agroparque los Soches. |

PREGUNTAS

| | |
|--|---|
| ¿Cuánta es la población aproximada que se encuentra ubicada actualmente en el Agroparque? | Actualmente existe aproximadamente 3000 pobladores en la zona de la vereda los Soches y a su alrededor. |
| ¿Cómo son los servicios de salud para la población del Agroparque los Soches?, ¿Existen centros de salud cercanos? | Para tener atención de salud la población de las rurales debe desplazarse hasta la zona urbana. No existe buenos centros de salud cercanos al Agroparque. |
| ¿Qué rutas de transporte terrestre existen para llegar y acceder al Agroparque los Soches? | Para llegar al Agroparque existen diferentes alternativas entre las cuales están: a través de transporte propio como moto, carro o bicicleta o a través de rutas de servicio público que tiene como paradero final la estación de gasolina ESSO y MOBIL. Estos buses o colectivos dicen (Uval – Virrey). Otra opción es a través de Transmilenio, para este caso hay que llegar hasta el portal de Usme y tomar el alimentador el Caracas, el Santa Librada y el Chuniza o el Virrey. |
| En temas de comunicaciones ¿Cómo son las redes que existen actualmente? | Por ser una zona rural de la localidad de Usme, el Agroparque no cuenta con una amplia red de comunicaciones, pero sus pobladores disponen de los servicios básicos de Internet y Telefonía. |

- ¿Cómo es el manejo abastecimiento de agua? Actualmente las agua que emergen de las Quebradas de Yomasa, las Cáquezas, las Tetillas y el Amoladeroa, son utilizadas para el consumo doméstico. Algunas de estas aguas están contaminadas por las actividades agrícolas, domésticas y pecuarias. No existe un suministro de agua potable, por lo cual la comunidad ha recurrido a las quebradas ya mencionadas. Existe una planta de tratamiento llamada Yomasa y El Dorado.
- ¿Tienen sistema de alcantarillado? En caso de no ¿Cómo es el manejo de las aguas sucias? Actualmente existe un sistema de alcantarillado y de pozos sépticos en la zona. A través del mismo se drena las aguas sucias.
- ¿Además de la Agricultura, que otro tipo de actividades económicas realiza la comunidad? La economía principal se basa en la agricultura de papa, arveja, zanahoria, cilantro, cebolla larga, habas, entre otros productos. Otra actividad que ha tomado fuerza en esta zona es el Agroturismo a través del cual las poblaciones que habitan allí permiten a los turistas realizar actividades de agricultura. La venta y producción de qué productos lácteos hace parte de las actividades económicas que realiza la población.
- ¿Cómo es el manejo de las basuras?, ¿Existe alguna empresa encargada de la recolección de estos residuos? La empresa Coviandes se encarga de realizar la recolecta de basuras en algunos puntos estratégicos en los cuales la comunidad puede depositar la basura. Lamentablemente este sistema no es 100% efectivo, ya que esta empresa no está relacionada directamente con esta actividad.
- ¿Cómo es el sistema de energía eléctrica con el que cuenta el Agroparque los Soches? La comunidad cuenta con una red eléctrica suministrada por la empresa CODENSA - ENEL. La misma fluye con total normalidad a todas las casas de los pobladores que se encuentran ubicados en la zona rural.

ANEXO 2 Instituciones Vinculadas al Sector Turístico a Nivel Nacional

Descripción de las entidades del sector público y privado que intervienen en los proyectos de crecimiento y fortalecimiento de la actividad turística a nivel nacional, regional y municipal.

| Organización | Descripción | Página web |
|---|--|---|
| Ministerio de Comercio, Industria y Turismo | Tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior. | http://www.mincit.gov.co/ |
| Anato | Es una entidad sin ánimo de lucro y de carácter gremial que representa, defiende y promueve los intereses generales del turismo y de las Agencias de Viajes en Colombia. Creada el 20 de octubre de 1949 está conformada por Agencias Asociadas en todo el territorio nacional con 9 capítulos de representación, consolidando el sector y la agremiación como la entidad de más amplio reconocimiento nacional por el desarrollo de su gestión. | http://newpage.anato.org/ |
| Cotelco | Es un gremio federado con amplia trayectoria, reconocimiento y presencia nacional que representa y apoya los intereses del sector hotelero y turístico colombiano fortaleciendo su competitividad y productividad mediante la prestación de servicios que permitan dar respuesta a las necesidades de nuestros afiliados y del turismo en general. | http://www.cotelco.org/ |

| Organización | Descripción | Página web |
|------------------------------------|---|---|
| Fondo Nacional de Turismo - FONTUR | Creada para el manejo de los recursos provenientes de la contribución parafiscal, la cual se debe destinar a la promoción y competitividad del turismo, el manejo de estos recursos debe ceñirse a los lineamientos de la política turística definidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Los recursos provenientes del impuesto con destino al turismo se destinarán a su promoción y competitividad y su ejecución se hará a través de Procolombia para la promoción internacional, y con la entidad Administradora del Fondo Nacional de Turismo para la promoción interna y la competitividad. | http://www.fontur.com.co |
| Parques Nacionales Naturales | Unidad Administrativa Especial denominada Parques Nacionales Naturales de Colombia, del orden nacional, sin personería jurídica, con autonomía administrativa y financiera, con jurisdicción en todo el territorio nacional, en los términos del artículo 67 de la Ley 489 de 1998. La entidad está encargada de la administración y manejo del Sistema de Parques Nacionales Naturales y la coordinación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. | http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/ |
| Procolombia | Es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país. A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios. | http://www.procolombia.co/ |

ANEXO 3 Instituciones Públicas Presentes en la Localidad de Usme

Descripción de las entidades públicas que se encuentran en la localidad de Usme e intervienen en los diferentes proyectos de desarrollo, ordenamiento territorial, control y manejo de las zonas rurales, proyectos sociales, etc.

| Organización | Descripción | Página web |
|------------------------|---|---|
| Alcaldía Local de Usme | Es un organismo del Sector Central con autonomía administrativa y financiera que tiene por objeto orientar y liderar la formulación y seguimiento de las políticas encaminadas al fortalecimiento de la gobernabilidad democrática en el ámbito distrital y local, mediante la garantía de los derechos humanos y constitucionales, la convivencia pacífica, el ejercicio de la ciudadanía, la promoción de la paz y la cultura democrática, el uso del espacio público, la promoción de la organización y de la participación ciudadana y la coordinación de las relaciones políticas de la Administración Distrital en sus distintos niveles. | http://www.usme.gov.co/ |
| Idiger | Ejecutar, orientar, y coordinar acciones para la reducción del riesgo de desastres, el manejo de emergencias y la adaptación al cambio climático, contribuyendo al desarrollo sostenible de la ciudad y a la protección y mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes. | https://www.idiger.gov.co |

| Organización | Descripción | Página web |
|---|--|---|
| Secretaría Distrital de Ambiente | Orientar y liderar la formulación de políticas ambientales y de aprovechamiento sostenible de los recursos ambientales y del suelo, tendientes a preservar la diversidad e integridad del ambiente, el manejo y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales distritales y la conservación del sistema de áreas protegidas, para garantizar una relación adecuada entre la población y el entorno ambiental y crear las condiciones que garanticen los derechos fundamentales y colectivos relacionados con el medio ambiente. | http://www.ambientebogota.gov.co |
| Subdirección Local para la Integración Social | Materializar la garantía, protección y restablecimiento de derechos, que se evidencia en la implementación de políticas públicas sociales, modelos de atención y servicios y acciones de transformación social que tienen en cuenta las diferencias étnicas, culturales, de discapacidad, de orientación sexual e identidad de género, así como las de cada territorio. | http://www.integracionsocial.gov.co |
| Promoambiental | Prestar servicios medioambientales integrales y sostenibles para el manejo de residuos. Está enfocada principalmente en recolección y transporte de residuos, barrido, corte de césped, poda de árboles, lavado de áreas públicas, e instalación y mantenimiento de cestas para residuos en la ciudad de Bogotá. Actualmente, atiende a más de 645 mil usuarios en las localidades de Usaquén, Chapinero, La Candelaria, Santa Fe, San Cristóbal, Usme y Sumapaz. | https://www.promoambientaldistrito.com |

ANEXO 4 Organizaciones y Comunidades Presentes en el Agroparque los Soches

Descripción de las organizaciones y comunidades locales que se encuentran en la vereda los Soches y están relacionadas de manera directa con las actividades que se ejecutan en el Agroparque.

| Organización | Descripción |
|---|--|
| Junta de Acción Comunal | Formalizada legalmente desde 1972 y elegida por medio de la votación de los habitantes mayores de 14 años. Se encarga de la representación de la vereda ante la institucionalidad y es gestora de proyectos para el mejoramiento de la vereda. Las tareas de la junta se han visto enfocadas en la construcción y reparación de vías internas e infraestructura y principalmente la defensa del territorio rural ante la expansión urbana por medio de la integración con otras veredas en la llamada mesa territorial de borde de la localidad de Usme. |
| Corporación Eclipse | Fundada hace 20 años por el líder comunitario Belisario Villalba y 30 jóvenes de la vereda con el objetivo central de velar por los recursos naturales y culturales de Los Soches por medio de actividades de educación ambiental, de turismo ecológico y agroturismo. |
| Turismo Rural comunitario - Agroparque Los Soches | Liderado por antiguos integrantes de la corporación Eclipse que han integrado a nuevas generaciones para brindar a los visitantes de la ciudad, los servicios de senderismo y agroturismos no solo en la vereda sino en territorios continuos como los páramos de Cruz Verde y Sumapaz. Sus actividades de guianza se caracterizan por la reflexión sobre las problemáticas que enfrenta la ruralidad. Los guías son jóvenes de la vereda, algunos incluso que se dedican a la agricultura. |
| Grupo de danzas Suyai | Formado hace 5 años por mujeres de la vereda, se inició como un grupo para la reivindicación de los derechos de la mujer y se ha convertido en un espacio de encuentro y participación cultural y artístico, al interior de la comunidad de la vereda, en donde se fortalezca la identidad, refuercen los lazos de amistad y vecindad haciendo énfasis en la recuperación de su memoria histórica y defensa del territorio de la vereda los Soches. |

| Organización | Descripción |
|---|--|
| Asociación de usuarios Aguas Cristalinas Los Soches ESP | Está conformada por los usuarios del acueducto veredal que capta aguas de la quebrada los Caquezas desde el 2009. Cuenta con alrededor de 400 usuarios, es decir con la mayoría de la población de la vereda, por lo que sus reuniones se han convertido en uno de los pocos espacios de integración frecuente de la comunidad. Al mismo tiempo hace parte de la Red Territorial de Acueductos Comunitarios de Bogotá y Cundinamarca (Retaco). |
| Lácteos y Conservas El Soche | Formado a partir de un antiguo comité de amas de casas, asocia alrededor de 12 mujeres que fabrican y venden productos elaborados a base de leche y frutos obtenidos en la misma vereda. Funciona desde hace 9 años vendiendo sus productos a turistas y en mercados campesinos apoyados por la alcaldía local. |

ANEXO 5 Inventarios Turísticos

| FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS | | | | | |
|---|---|----------------|-------------|------------------|-----------|
| FORMULARIO SITIOS NATURALES | | | | | |
| 1. GENERALIDADES | | | | | |
| 1.1. Nombre | Bosque Alto Andino | | | | |
| 1.2. Departamento | Cundinamarca | 1.3. Municipio | Bogotá D.C. | | |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad | Páramo Cruz Verde - Cerros Orientales | | | | |
| 1.5. Administrador o Propietario | Distrito y parte de la población de la región | | | | |
| 1.6. Dirección/Ubicación | Ubicado en el sendero de Yomasa | | | | |
| 1.7. Teléfono/Fax | (57 1) 769 3100 | | | Alcaldía de Usme | |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano) | 1.9. Tipo de Acceso | | | | |
| Entrada a sendero a 1,5 Km aproximadamente de la Zona Urbana de Usme y Vía al Llano | Terrestre | X | Acuático | Férreo | Aéreo |
| 1.11. Indicaciones para el acceso: | Tomar la antigua vía al llano e ingresar por el sendero de Yomasa y Cerros | | | | |
| 2. CARÁCTERÍSTICAS | | | | | |
| 2.1. Código Asignado | 2. Sitios Naturales - 2.1. Montañas - 2.1.12 Cerro - 2.1.13 Páramo | | | | |
| 2.2. Descripción | Zona natural a travessada por la quebrada de Yomasa. Cuenta con una amplia variedad de vegetación y biodiversidad | | | | |
| 3. PUNTAJES DE VALORACIÓN | | | | | |
| CALIDAD | PUNTAJE | | | | |
| Sin contaminación del aire (10) | 10 | | | | |
| Sin contaminación del agua (10) | 8 | | | | |
| Sin contaminación visual (10) | 10 | | | | |
| Estado de conservación (10) | 9 | | | | |
| Sin contaminación sonora (10) | 10 | | | | |
| Diversidad (10) | 9 | | | | |
| Singularidad (10) | 9 | | | | |
| SUBTOTAL | 65 | | | | |
| 4. SIGNIFICADO | | | | | |
| Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30) | | | | | 12 |
| TOTAL | | | | | 77 |
| Diligenciado por: | Tatiana Huertas | | Fecha | 12/10/2019 | |



| FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS | | | | | |
|---|--|----------------|------------------|------------|-----------|
| FORMULARIO SITIOS NATURALES | | | | | |
| 1. GENERALIDADES | | | | | |
| 1.1. Nombre | Valle de Frailejones | | | | |
| 1.2. Departamento | Cundinamarca | 1.3. Municipio | Bogotá D.C. | | |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad | Páramo Cruz Verde - Cerros Orientales | | | | |
| 1.5. Administrador o Propietario | Distrito y parte de la población de la región | | | | |
| 1.6. Dirección/Ubicación | Ubicado en el sendero de Yomasa | | | | |
| 1.7. Teléfono/Fax | (57 1) 769 3100 | | Alcaldía de Usme | | |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano) | 1.9. Tipo de Acceso | | | | |
| Entrada a sendero a 1,5 Km aproximadamente de la Zona Urbana de Usme y Vía al Llano | Terrestre | X | Acuático | Férreo | Aéreo |
| 1.11. Indicaciones para el acceso: | Tomar la antigua vía al llano e ingresar por el sendero de Yomasa y Cerros | | | | |
| 2. CARACTERÍSTICAS | | | | | |
| 2.1. Código Asignado | 2. Sitios Naturales - 2.1. Montañas - 2.1.12 Cerro - 2.1.13 Páramo | | | | |
| 2.2. Descripción | Allí se puede observar una variedad de suaves colinas y frailejones | | | | |
| 3. PUNTAJES DE VALORACIÓN | | | | | |
| CALIDAD | PUNTAJE | | | | |
| Sin contaminación del aire (10) | 10 | | | | |
| Sin contaminación del agua (10) | 8 | | | | |
| Sin contaminación visual (10) | 10 | | | | |
| Estado de conservación (10) | 9 | | | | |
| Sin contaminación sonora (10) | 10 | | | | |
| Diversidad (10) | 9 | | | | |
| Singularidad (10) | 9 | | | | |
| SUBTOTAL | 65 | | | | |
| 4. SIGNIFICADO | | | | | |
| Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30) | | | | | 12 |
| TOTAL | | | | | 77 |
| Diligenciado por: | Tatiana Huertas | | Fecha | 12/10/2019 | |



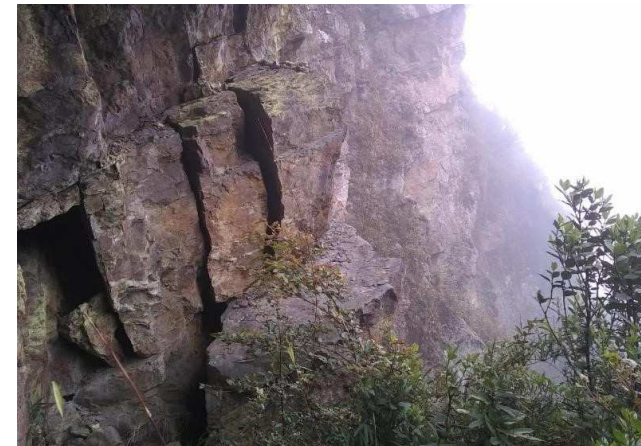
| FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS | | | | | |
|---|---|----------------|------------------|------------|-----------|
| FORMULARIO SITIOS NATURALES | | | | | |
| 1. GENERALIDADES | | | | | |
| 1.1. Nombre | Quebrada de Yomasa | | | | |
| 1.2. Departamento | Cundinamarca | 1.3. Municipio | Bogotá D.C. | | |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad | Páramo Cruz Verde - Cerros Orientales | | | | |
| 1.5. Administrador o Propietario | Distrito y parte de la población de la región | | | | |
| 1.6. Dirección/Ubicación | Ubicado en el sendero de Yomasa | | | | |
| 1.7. Teléfono/Fax | (57 1) 769 3100 | | Alcaldía de Usme | | |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano) | 1.9. Tipo de Acceso | | | | |
| Entrada a sendero a 1,5 Km aproximadamente de la Zona Urbana de Usme y Vía al Llano | Terrestre | X | Acuático | Férreo | Aéreo |
| 1.11. Indicaciones para el acceso: | Tomar la antigua vía al llano e ingresar por el sendero de Yomasa y Cerros | | | | |
| 2. CARÁCTERÍSTICAS | | | | | |
| 2.1. Código Asignado | 2. Sitios Naturales - 2.5. Aguas Lóticas - 2.5.4 Querada | | | | |
| 2.2. Descripción | Cuenca que nace en el sur oriente de Bogotá. Esta quebrada desemboca en el río Tunjuelo | | | | |
| 3. PUNTAJES DE VALORACIÓN | | | | | |
| CALIDAD | PUNTAJE | | | | |
| Sin contaminación del aire (10) | 10 | | | | |
| Sin contaminación del agua (10) | 9 | | | | |
| Sin contaminación visual (10) | 10 | | | | |
| Estado de conservación (10) | 10 | | | | |
| Sin contaminación sonora (10) | 10 | | | | |
| Diversidad (10) | 7 | | | | |
| Singularidad (10) | 6 | | | | |
| SUBTOTAL | 62 | | | | |
| 4. SIGNIFICADO | | | | | |
| Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30) | | | | | 12 |
| TOTAL | | | | | 74 |
| Diligenciado por: | Tatiana Huertas | | Fecha | 12/10/2019 | |



| FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS | | | | | |
|---|---|----------------|------------------|------------|-----------|
| FORMULARIO SITIOS NATURALES | | | | | |
| 1. GENERALIDADES | | | | | |
| 1.1. Nombre | Mirador del Gavilán | | | | |
| 1.2. Departamento | Cundinamarca | 1.3. Municipio | Bogotá D.C. | | |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad | Parque Natural Entre Nubes | | | | |
| 1.5. Administrador o Propietario | Distrito y parte de la población de la región | | | | |
| 1.6. Dirección/Ubicación | Ubicado entre las localidades de San Cristóbal, Rafael Uribe Uribe y Usme | | | | |
| 1.7. Teléfono/Fax | (57 1) 769 3100 | | Alcaldía de Usme | | |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano) | 1.9. Tipo de Acceso | | | | |
| A 1 Km zona urbana de las localidades de San Cristobal, Rafael Uribe Uribe y Usme | Terrestre | X | Acuático | Férreo | Aéreo |
| 1.11. Indicaciones para el acceso: | Tomar nueva vía al llano e inicar ascender por sendero de la cuchilla | | | | |
| 2. CARÁCTERÍSTICAS | | | | | |
| 2.1. Código Asignado | 2. Sitios Naturales - 2.1. Montañas - 2.1.12 Cerro | | | | |
| 2.2. Descripción | Cerro que se encuentra ubicado en el parque entre nubes | | | | |
| 3. PUNTAJES DE VALORACIÓN | | | | | |
| CALIDAD | PUNTAJE | | | | |
| Sin contaminación del aire (10) | 10 | | | | |
| Sin contaminación del agua (10) | 8 | | | | |
| Sin contaminación visual (10) | 10 | | | | |
| Estado de conservación (10) | 7 | | | | |
| Sin contaminación sonora (10) | 9 | | | | |
| Diversidad (10) | 7 | | | | |
| Singularidad (10) | 7 | | | | |
| SUBTOTAL | 58 | | | | |
| 4. SIGNIFICADO | | | | | |
| Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30) | | | | | 12 |
| TOTAL | | | | | 70 |
| Diligenciado por: | Tatiana Huertas | | Fecha | 12/10/2019 | |



| FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS | | | | | |
|--|--|--|---------------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| FORMULARIO SITIOS NATURALES | | | | | |
| 1. GENERALIDADES | | | | | |
| 1.1. Nombre | La Peña del Diablo | | | | |
| 1.2. Departamento | Cundinamarca | 1.3. Municipio | Bogotá D.C. | | |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad | Vereda de Chinara | | | | |
| 1.5. Administrador o Propietario | Distrito y parte de la población de la región | | | | |
| 1.6. Dirección/Ubicación | Km 1 Av Ciudad de Villavicencio | | | | |
| 1.7. Teléfono/Fax | (57 1) 769 3100 | | Alcaldía de Usme | | |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano) | 1.9. Tipo de Acceso | | | | |
| Aproximadamente a 10 Km de la zona urbana de Usme | <input type="checkbox"/> Terrestre | <input checked="" type="checkbox"/> Acuático | <input type="checkbox"/> Férreo | <input type="checkbox"/> Aéreo | <input type="checkbox"/> |
| 1.11. Indicaciones para el acceso: | Tomar antigua vía al llano e ingresar por sendero hacia la Laguna de Chinara | | | | |
| 2. CARÁCTERÍSTICAS | | | | | |
| 2.1. Código Asignado | 2. Sitios Naturales - 2.12 Formaciones cársicas - 2.12.3 Otro | | | | |
| 2.2. Descripción | Atractivo natural formado por una gran cantidad de rocas y cuevas | | | | |
| 3. PUNTAJES DE VALORACIÓN | | | | | |
| CALIDAD | PUNTAJE | | | | |
| Sin contaminación del aire (10) | 9 | | | | |
| Sin contaminación del agua (10) | 9 | | | | |
| Sin contaminación visual (10) | 7 | | | | |
| Estado de conservación (10) | 7 | | | | |
| Sin contaminación sonora (10) | 10 | | | | |
| Diversidad (10) | 7 | | | | |
| Singularidad (10) | 6 | | | | |
| SUBTOTAL | 55 | | | | |
| 4. SIGNIFICADO | | | | | |
| Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30) | | | | | 12 |
| TOTAL | | | | | 67 |
| Diligenciado por: | Tatiana Huertas | | Fecha | 12/10/2019 | |



| FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS | | | | | | |
|--|--|----------------|-------------|------------------|------------|-----------|
| FORMULARIO SITIOS NATURALES | | | | | | |
| 1. GENERALIDADES | | | | | | |
| 1.1. Nombre | La Laguna de Chinara | | | | | |
| 1.2. Departamento | Cundinamarca | 1.3. Municipio | Bogotá D.C. | | | |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad | Vereda de Chinara | | | | | |
| 1.5. Administrador o Propietario | Distrito y parte de la población de la región | | | | | |
| 1.6. Dirección/Ubicación | Km 1 Av Ciudad de Villavicencio | | | | | |
| 1.7. Teléfono/Fax | (57 1) 769 3100 | | | Alcaldía de Usme | | |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano) | 1.9. Tipo de Acceso | | | | | |
| Aproximadamente a 10 Km de la zona urbana de Usme | Terrestre | X | Acuático | | Férreo | Aéreo |
| 1.11. Indicaciones para el acceso: | Tomar antigua vía al llano e ingresar por sendero hacia la Laguna de Chinara | | | | | |
| 2. CARÁCTERÍSTICAS | | | | | | |
| 2.1. Código Asignado | 2. Sitios Naturales - 2.12 Formaciones cársicas - 2.12.3 Otro | | | | | |
| 2.2. Descripción | Se caracteriza por ser no tener una gran profundidad y su importancia mitológica para las comunidades que habitaron allí | | | | | |
| 3. PUNTAJES DE VALORACIÓN | | | | | | |
| CALIDAD | PUNTAJE | | | | | |
| Sin contaminación del aire (10) | 10 | | | | | |
| Sin contaminación del agua (10) | 9 | | | | | |
| Sin contaminación visual (10) | 10 | | | | | |
| Estado de conservación (10) | 9 | | | | | |
| Sin contaminación sonora (10) | 10 | | | | | |
| Diversidad (10) | 9 | | | | | |
| Singularidad (10) | 8 | | | | | |
| SUBTOTAL | 65 | | | | | |
| 4. SIGNIFICADO | | | | | | |
| Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30) | | | | | | 12 |
| TOTAL | | | | | | 77 |
| Diligenciado por: | Tatiana Huertas | | | Fecha | 12/10/2019 | |



| FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS | | | | | |
|--|---|----------------|---------------------|------------|-----------|
| FORMULARIO SITIOS NATURALES | | | | | |
| 1. GENERALIDADES | | | | | |
| 1.1. Nombre | Páramo de Sumapaz | | | | |
| 1.2. Departamento | Cundinamarca | 1.3. Municipio | Bogotá D.C. | | |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad | Provincia del Sumapaz | | | | |
| 1.5. Administrador o Propietario | Distrito y parte de la población de la región | | | | |
| 1.6. Dirección/Ubicación | Nacional Natural Sumapaz Carrera 8 Bis A Bogotá | | | | |
| 1.7. Teléfono/Fax | (57 1) 381 3000 | | Alcaldía de Sumapaz | | |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano) | 1.9. Tipo de Acceso | | | | |
| A una hora de la zona Urbana de Bogotá | Terrestre | X | Acuático | Férreo | Aéreo |
| 1.11. Indicaciones para el acceso: | Tomar un bus hasta el centro de Usme y Alcaldía, tomar ruta directa hacia el Páramo luego iniciar ascenso a pie | | | | |
| 2. CARACTERÍSTICAS | | | | | |
| 2.1. Código Asignado | 2. Sitios Naturales - 2.1. Montañas - 2.1.13 Páramo | | | | |
| 2.2. Descripción | Tiene una extensión de 333.420 hectáreas. Es una de las fuentes hídricas que más tiene importancia en el país | | | | |
| 3. PUNTAJES DE VALORACIÓN | | | | | |
| CALIDAD | PUNTAJE | | | | |
| Sin contaminación del aire (10) | 8 | | | | |
| Sin contaminación del agua (10) | 10 | | | | |
| Sin contaminación visual (10) | 9 | | | | |
| Estado de conservación (10) | 8 | | | | |
| Sin contaminación sonora (10) | 10 | | | | |
| Diversidad (10) | 9 | | | | |
| Singularidad (10) | 9 | | | | |
| SUBTOTAL | 63 | | | | |
| 4. SIGNIFICADO | | | | | |
| Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30) | | | | | 18 |
| TOTAL | | | | | 81 |
| Diligenciado por: | Tatiana Huertas | | Fecha | 12/10/2019 | |



| FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS | | | | | | |
|---|--|----------------|-------------|------------------|------------|-------|
| FORMULARIO SITIOS NATURALES | | | | | | |
| 1. GENERALIDADES | | | | | | |
| 1.1. Nombre | Páramo de Cruz Verde | | | | | |
| 1.2. Departamento | Cundinamarca | 1.3. Municipio | Bogotá D.C. | | | |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad | Páramo Cruz Verde - Cerros Orientales | | | | | |
| 1.5. Administrador o Propietario | Distrito y parte de la población de la región | | | | | |
| 1.6. Dirección/Ubicación | Ubicado en el sendero de Yomasa | | | | | |
| 1.7. Teléfono/Fax | (57 1) 769 3100 | | | Alcaldía de Usme | | |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano) | 1.9. Tipo de Acceso | | | | | |
| Entrada a sendero a 1,5 Km aproximadamente de la Zona Urbana de Usme y Vía al Llano | Terrestre | X | Acuático | | Férreo | Aéreo |
| 1.11. Indicaciones para el acceso: | Tomar la antigua vía al llano e ingresar por el sendero de Yomasa y Cerros | | | | | |
| 2. CARACTERÍSTICAS | | | | | | |
| 2.1. Código Asignado | 2. Sitios Naturales - 2.1. Montañas - 2.1.13 Páramo | | | | | |
| 2.2. Descripción | Allí habitan una gran variedad de especies de animales y aves característicos de la región | | | | | |
| 3. PUNTAJES DE VALORACIÓN | | | | | | |
| CALIDAD | | PUNTAJE | | | | |
| Sin contaminación del aire (10) | | 10 | | | | |
| Sin contaminación del agua (10) | | 8 | | | | |
| Sin contaminación visual (10) | | 10 | | | | |
| Estado de conservación (10) | | 9 | | | | |
| Sin contaminación sonora (10) | | 10 | | | | |
| Diversidad (10) | | 9 | | | | |
| Singularidad (10) | | 9 | | | | |
| SUBTOTAL | | 65 | | | | |
| 4. SIGNIFICADO | | | | | | |
| Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30) | | 12 | | | | |
| TOTAL | | 77 | | | | |
| Diligenciado por: | Tatiana Huertas | | | Fecha | 12/10/2019 | |



ANEXO 6 Modelo de encuesta Aplicada**INVESTIGACIÓN: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN ECOLODGE PARA EL AGROPARQUE LOS SOCHES**

Buenos días / tardes, mi nombre es _____ y soy encuestador de la Universitaria Agustiniana, (mostrar credencial) y en estos momentos nos encontramos realizando una encuesta sobre un tema de actualidad. ¿Podría por favor brindarnos unos minutos de su tiempo? –Agradecer- (Duración: 15 min. Aprox.).

F0. ANOTAR (OBSERVACIÓN)

| | | | |
|----|-----------|----|----------|
| 1. | Masculino | 2. | Femenino |
|----|-----------|----|----------|

FILTRO

F1. ¿Actualmente te encuentras trabajando o algún familiar o amigo tuyo cercano en algunas de las siguientes actividades? (RU)

| | | |
|---|----|-----------|
| Agencias de Publicidad | 1. | TERMINAR |
| Empresas de Investigación de mercados | 2. | |
| Consultoras de Marketing | 3. | |
| Operadores turísticos (Hoteles, agencias de viajes) | 4. | |
| Ninguno de los anteriores | 5. | CONTINUAR |

F2. (ESP) En los últimos 3 meses, ¿Has participado en alguna encuesta o sesión de grupo (focus group)? (RU)

| | | | | | |
|----|----|-----------|----|----|------------|
| 1. | SI | CONTINUAR | 2. | NO | PASAR A F3 |
|----|----|-----------|----|----|------------|

F3. (ESP) De acuerdo con tu respuesta anterior ¿Cuál fue el tema de dicha investigación? (RU)

| | | |
|----|---|-----------|
| 1. | Servicios de Alojamiento u otra similar | TERMINAR |
| 2. | Otro tema | CONTINUAR |

F4. (ESP) ¿Cuál es tu edad en años cumplidos? _____ (ANOTAR EDAD) **SOLO >20 años** (RU).

F5. ¿Has visitado en el último mes algún alojamiento? (RU)

| | | | |
|----|----|----|----|
| 1. | Si | 2. | No |
|----|----|----|----|

F6. (ESP) ¿Cuál es tu nivel o estrato socioeconómico? (RU)

| | | | | | | | |
|----|--|----|--|----|--|----|--|
| 1. | | 2. | | 3. | | 4. | |
|----|--|----|--|----|--|----|--|

F7. (ESP) ¿En dónde vives? (RU)

| | | | | | | | |
|----|--------|----|--------------------------|----|----------------|----|----------------|
| 1. | Bogotá | 2. | Municipio cerca a Bogotá | 3. | En otra ciudad | 4. | Fuera del país |
|----|--------|----|--------------------------|----|----------------|----|----------------|

F8. (ESP) ¿En qué zona de la ciudad vives? (RU)

| | | | | | | | | | |
|----|------------------------------------|----|-----------------------------------|----|---------|----|-----------|----|--------|
| 1. | Norte Noroccidente Nororient | 2. | Sur Suroccidente Suroriente | 3. | Oriente | 4. | Occidente | 5. | Centro |
|----|------------------------------------|----|-----------------------------------|----|---------|----|-----------|----|--------|

F9. (ESP) ¿Cuál es tu ocupación actual? (RU)

| | | | |
|----|--------------------------|----|-------------------|
| 1. | Trabajador Independiente | 4. | No Labora/Estudia |
| 2. | Estudiante | 5. | Trabaja y Estudia |
| 3. | Trabajador Dependiente | | |

F10. (ESP) ¿Cuál es tu nivel de estudios? (RU)

| | | | |
|----|--------------|----|-------------|
| 1. | Primaria | 4. | Tecnólogo |
| 2. | Bachillerato | 5. | Profesional |
| 3. | Técnico | | |

ASPECTOS GENERALES

COMENTAR: Para iniciar le hablaré sobre la propuesta de un Ecolode en el Agroparque los Soches, el mismo tiene como objetivo prestar un servicio de hospedaje en un entorno natural, es completamente sostenible y se ubicaría en una zona de biodiversidad cerca de la ciudad de Bogotá.

P1. (TP1). ¿A cuál de los siguientes destinos has viajado alguna vez? (RU)

P2 (TP1). ¿Cuál de ellos PREFIERES o te parece el mejor? (RU) P3.

(TP1). ¿Cuál sería tu SEGUNDA MEJOR OPCION? (RU)

| | ROTAR □ | P1 (RM) | P2 (RU) | P3 (RU) |
|---|-------------------|---------|---------|---------|
| 1 | ZONA CENTRO | 1 | 1 | 1 |
| 2 | ZONA COSTERA | 2 | 2 | 2 |
| 3 | ZONA SANTANDER | 3 | 3 | 3 |
| 4 | ZONA EJE CAFETERO | 4 | 4 | 4 |
| 5 | ZONA SUR | 5 | 5 | 5 |
| 6 | ZONA AMAZONIA | | | |
| 7 | Otra: especifique | 6 | 6 | 6 |
| 8 | N/S N/R | 999 | 999 | 999 |

ZONA CENTRO (Destinos en Bogotá, Boyacá o Municipios de Cundinamarca)

ZONA COSTERA: Destinos como Cartagena, San Andrés, Santa Marta, Montería, Barranquilla o cercanos.

ZONA COSTERA (Destinos como Cartagena, San Andrés, Santa Marta, Montería, Valledupar, Barranquilla o cercanos).

ZONA SANTANDER (Destinos como Cúcuta, Bucaramanga, Santander o cercanos) ZONA

EJE CAFETERO (Destinos como Medellín, Manizales, Pereira, Armenia o cercanos).

ZONA SUR (Destinos como Ibagué, Cali, Pasto, Popayán o cercanos).

ZONA AMAZONIA (Destinos como Neiva, Florencia, Caquetá, Putumayo, Leticia o cercanos).

MOTIVACIÓN DE COMPRA

P4. (TP2) ¿Cuál es el principal motivo por el que sueles viajar a ciudades o destinos turísticos? (RU) P5.
(TP2) ¿Y cuál sería el segundo motivo? (RU)

| Razones | | P4 | P5 |
|---------|--|----|----|
| 1. | Descanso | 1 | 1 |
| 2. | Visita a familiares | 2 | 2 |
| 3. | Negocios | 3 | 3 |
| 4. | Realización de actividades de naturaleza | 4 | 4 |
| 5. | Moda | 5 | 5 |

P6. (LEER) En general, percibe que los alojamientos son: _____? (RU)

| | |
|----|--------------------|
| 1. | Todos iguales |
| 2. | Algunos Diferentes |
| 3. | Todos diferentes |

FACTORES DE ELECCIÓN

P7. (TP3) En particular ¿Para ti cuál de los siguientes atributos es el más importante al momento de considerar hospedarse en un hotel? (RU)

| | | | |
|----|---------------------|----|------------------------------|
| 1. | Precios | 4. | Atención del personal |
| 2. | Ubicación | 5. | Reconocimiento en el mercado |
| 3. | Oferta de servicios | | |

Otros (especificar) _____

IMAGEN DE MARCA

P8. Ahora me gustaría conocer cómo sería tu percepción sobre un alojamiento que tenga las siguientes características. (TP4)

| | REACTIVO | MUY MALO | MALO | REGULAR | BUENO | MUY BUENO | EXCELENTE |
|----|--|----------|------|---------|-------|-----------|-----------|
| 1 | Habitaciones individuales | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 2 | Ubicación en un entorno natural | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 3 | Desconexión de los equipos tecnológicos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 4 | Recorridos a destinos naturales no incluidos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 5 | Alimentación internacional | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 6 | Alimentación autóctona | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7 | Actividades de enseñanza sobre el medio ambiente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 8 | Instalaciones a base de materiales industriales y contaminantes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 9 | Ubicación en el Agroparque Soches | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 10 | Cercanía a la ciudad Bogotá | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 11 | Instalaciones a base de materiales amigables con el MA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 12 | Atención directa por parte de los habitantes de las comunidades de la región | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 13 | Precio entre \$35.000 y \$60.000 por noche y pax | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 14 | Pago adicional de servicios complementarios | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 15 | Cercanía a destinos turísticos y naturales | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

HÁBITOS DE COMPRA

P9. (ESP) ¿Cuántas veces sueles viajar en el año? (RU)

| | | | |
|----|---------------------|-----|------------------------|
| 1. | 1 a 2 veces por año | 3.. | 3 a 4 veces por año |
| 2. | 5 a 6 veces por año | 4.. | Más de 6 veces por año |

P10. (ESP) ¿Cuántas veces sueles hospedarte en alojamientos en el año? (RU)

| | | | |
|----|---------------------|-----|------------------------|
| 1. | 1 a 2 veces por año | 3.. | 3 a 4 veces por año |
| 2. | 5 a 6 veces por año | 4.. | Más de 6 veces por año |

P11. (TP5) ¿Con quién sueles viajar y hospedarte en alojamientos? (RU)

| | | | |
|----|--------------------|----|------------|
| 1. | Amigos | 4. | Compañeros |
| 2. | Pareja | 5. | Solo |
| 3. | Colegas de Trabajo | 6. | Familiares |
| 3. | Otros | | |

P12. (LEER) Para recibir información acerca de las opciones de alojamientos, precios, servicios, etc ¿Qué canales de comunicación sueles consultar? (RU)

| | | | |
|----|-------------|-----|------------------|
| 1. | Páginas web | 3.. | Televisión |
| 2. | Radio | 4.. | Aplicaciones APP |

P13. (TP6) ¿Cuáles de los siguientes servicios turísticos sueles comprar y adquirir con más frecuencia? (RU)

| | | | |
|----|------------------|-----|----------------------|
| 1. | Alojamiento | 4.. | Transporte |
| 2. | Tiquetes | 5.. | Asistencia medica |
| 3. | Rutas turísticas | 6. | Planes todo incluido |

Otros (ESPECIFICAR) _____

GASTO

P14. Respecto a los precios, de manera general ¿Consideras que los precios de los servicios de alojamiento que está entre los \$35.000 y \$60.000 por noche y por persona son?: (RU)

| | | | |
|----|-----------|----|-------|
| 1. | Altos | 3. | Bajos |
| 2. | Regulares | | |

P15 (ESP) Aproximadamente y tomando como referencia las temporadas bajas del año para viajar ¿Cuánto sueles gastar en promedio para el alojamiento?

\$ _____

P16 (ESP) Aproximadamente y tomando como referencia las temporadas altas del año para viajar ¿Cuánto sueles gastar en promedio para el alojamiento?

\$ _____

P17. (TP7) ¿Con cuáles de los siguientes medios de pago sueles realizar los pagos del alojamiento? (RU)

| | | | |
|----|--------------------|-----|------------|
| 1. | Tarjeta de Crédito | 3.. | Efectivo |
| 2. | Tarjeta de Débito | 4.. | Otro medio |

P18. (LEER) En general, ¿Cómo calificarías la propuesta de Ecolodge ubicado en el Agroparque los Soches teniendo cerca una oferta de atractivos turísticos naturales y cerca de la ciudad Bogotá? (RU)

| | | | |
|-----|-----------|-----|-------|
| 1. | Muy Buena | 2. | Buena |
| 3. | Regular | 4.. | Mala |
| 5.. | Muy Mala | | |

ATENCIÓN Y LEALTAD

P19. (LEER) ¿Te consideras FIEL o LEAL a un servicio de alojamiento a la que asiste con mayor frecuencia? (RU)

| | | | |
|----|--------------------|-----|-----------|
| 1. | Completamente Fiel | 2. | Fiel |
| 3. | Poco Fiel | 4.. | Nada Fiel |

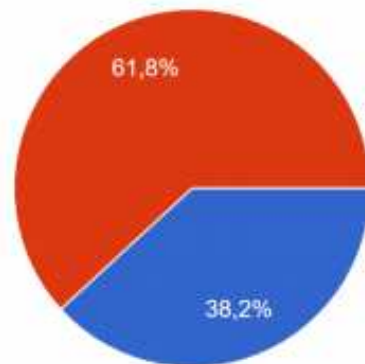
Link de encuesta virtual: <https://forms.gle/3U6EqzEfp34zdNEZA>

ANEXO 7 Análisis de los Resultados de las Encuestas

Teniendo en cuenta los criterios de inclusión y el modelo de la encuesta anterior, se recibieron 110 de encuestas de las cuales se obtuvo los siguientes resultados en las preguntas de **F1 a la F10**.

Seleccione el género al que pertenece

110 respuestas



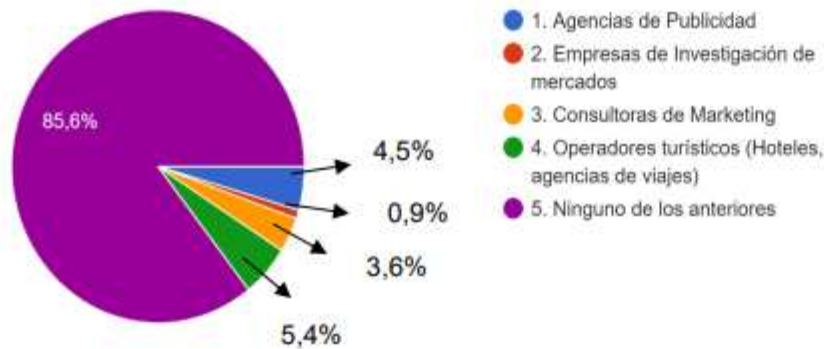
- 1. Hombre
- 2. Mujer

FILTRO 1

Análisis Género: La participación de mujeres representó el 61,8 % y la masculina el 38,2 %, es decir, se obtuvo más respuestas de mujeres que hombres.

F1. ¿Actualmente te encuentras trabajando o algún familiar o amigo tuyo cercano en algunas de las siguientes actividades? (RU)

110 respuestas

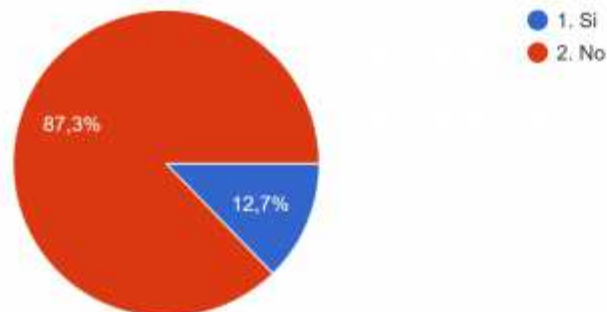


FILTRO 1

Análisis F1: El 85,6 % representaron 95 personas, las cuales respondieron que ni ellos, familiares o amigo trabajan en algún establecimiento relacionado con alojamiento o empresas de publicidad o mercadeo, lo cual corresponde a un alto porcentaje de población encuestada que no posee alteraciones subjetivas para responder las siguientes preguntas.

F2. En los últimos 3 meses, ¿Has participado en alguna encuesta o sesión de grupo (focus group)? (RU)

110 respuestas

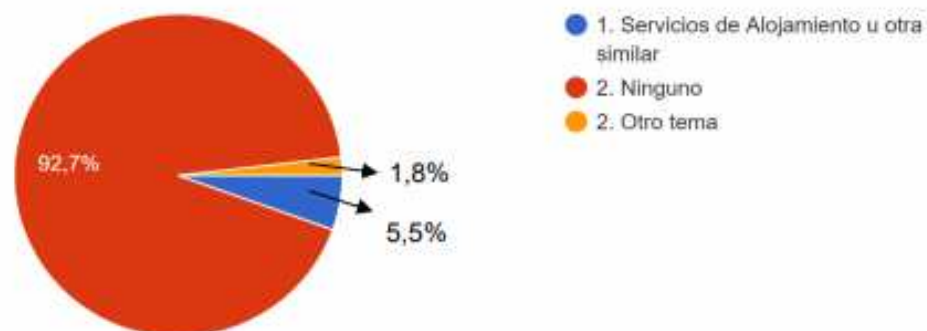


FILTRO 2

Análisis F2: El 87,3% representaron 96 personales, las cuales respondieron que **NO** han participado en los últimos 3 meses en encuestas o focus group y solo un 12,7 % respondieron que **SI**.

F3. De acuerdo con tu respuesta anterior ¿Cuál fue el tema de dicha investigación? (RU)

110 respuestas

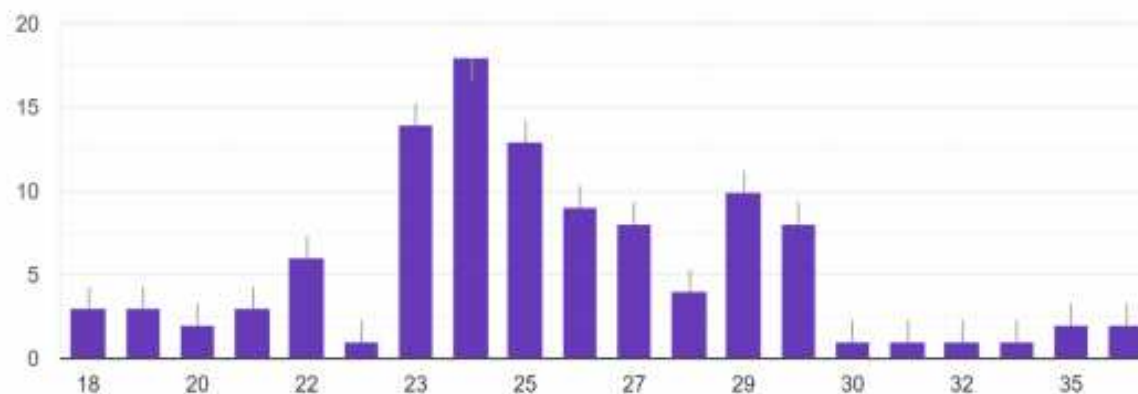


FILTRO 3

Análisis F3: El 92,79 % de las personas encuestadas, soporta que casi el 87,3 % mencionado anteriormente **NO** han participado en encuestas o focus groups en los últimos meses. Cabe mencionar que solo el 5,5 % de personas ha participado en estos procesos con temas relacionados con servicios de Alojamiento.

F4. ¿Cuál es tu edad en años cumplidos?

110 respuestas

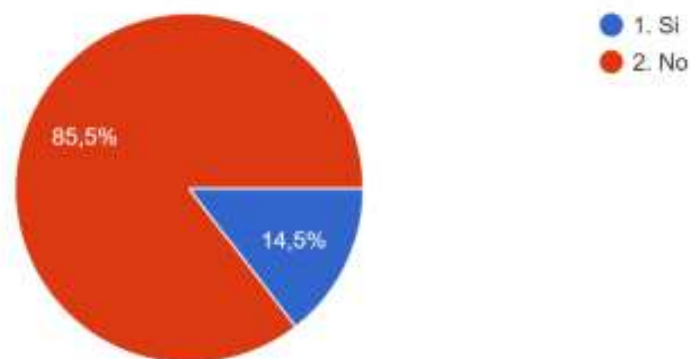


FILTRO 4

Análisis F4: Teniendo en cuenta los resultados, se puede determinar el mayor número de respuestas se obtuvo de una población con edades principalmente de 23, 24, 25 y 29 años.

F5. ¿Has visitado en el último mes algún alojamiento? (RU)

110 respuestas

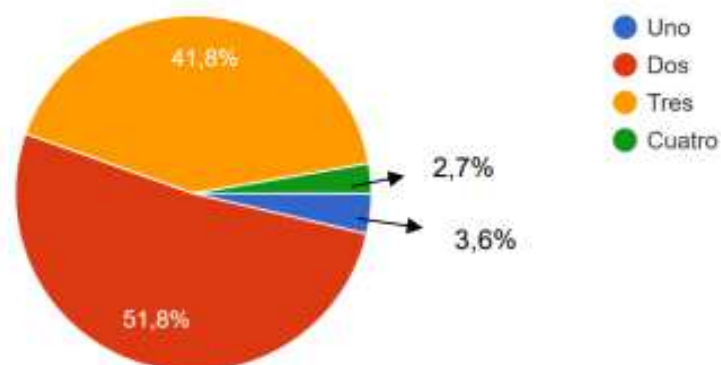


FILTRO 5

Análisis F5: El 85,5 % de los encuestados, no se han hospedado en alojamientos en el último mes. El 14,5 % confirma si haberse hospedado en un alojamiento en el último mes.

F6. ¿Cuál es tu nivel o estrato socioeconómico? (RU)

110 respuestas

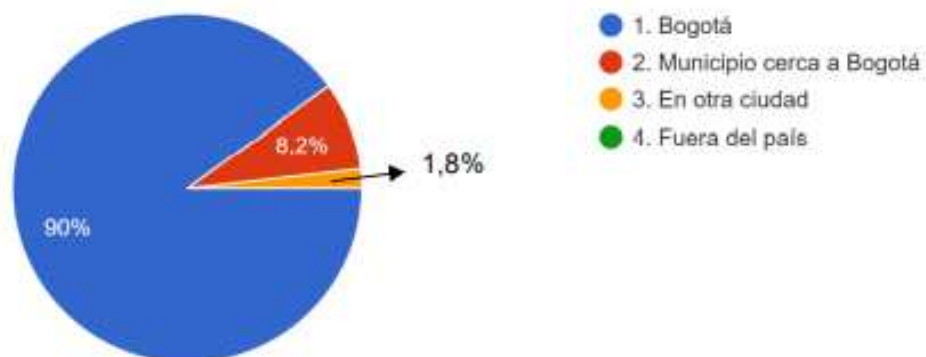


FILTRO 6

Análisis F6: De acuerdo con los resultados, el nivel socioeconómico que tuvo más porcentaje fue el tres con 51,8 % y el dos con 41,8%.

F7. ¿En dónde vives? (RU)

110 respuestas

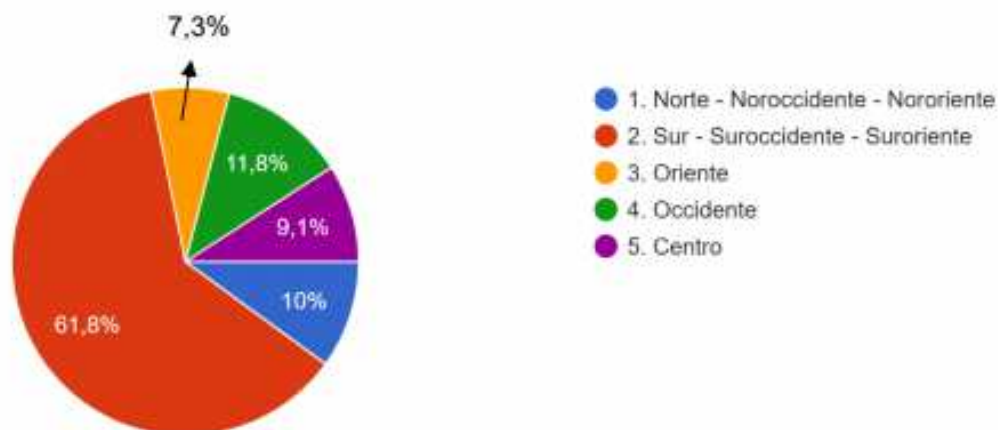


FILTRO 7

Análisis F7: El 90% de la población encuestada vive en la ciudad de Bogotá y un 8,2% en un municipio cercano. Solo el 1,8% vive en otra ciudad.

F8. ¿En qué zona de la ciudad vives? (RU)

110 respuestas

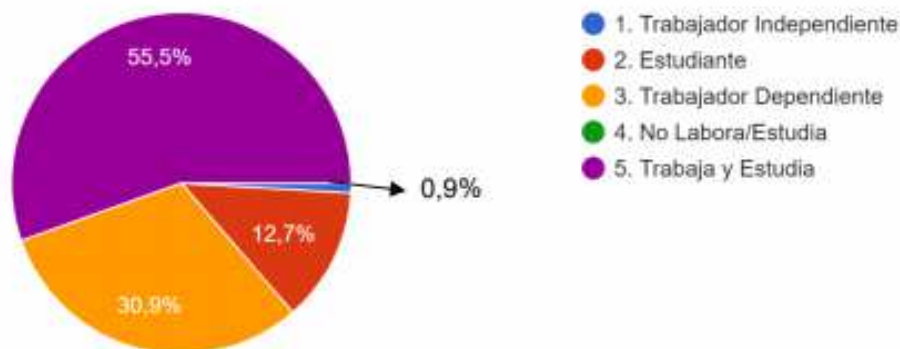


FILTRO 8

Análisis F8: De acuerdo con los resultados la población encuestada se encuentra ubicada principalmente en la zona Sur, Suroc. – Suror, esto ya que representado con el 61,6 % seguido de la zona Occidente con el 11,8%.

F9. ¿Cuál es tu ocupación actual? (RU)

110 respuestas

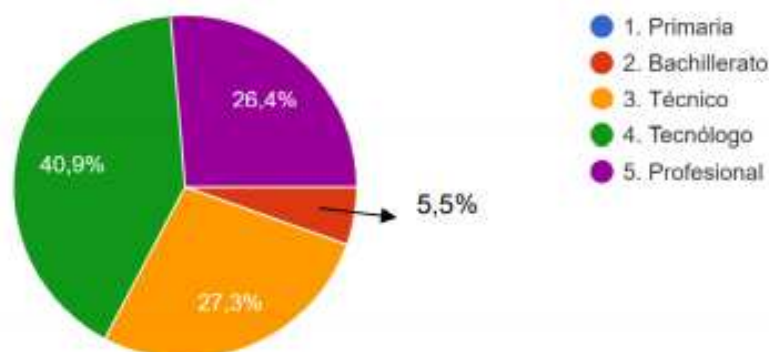


FILTRO 9

Análisis F9: El 55,5% de la población encuestada trabaja y estudia, el 30,9 % es trabajador dependiente y el 12,7 % es estudiante. En conclusión, más de 80% de los encuestados se encuentran activos laboral y académicamente.

F10. ¿Cuál es tu nivel de estudios? (RU)

110 respuestas



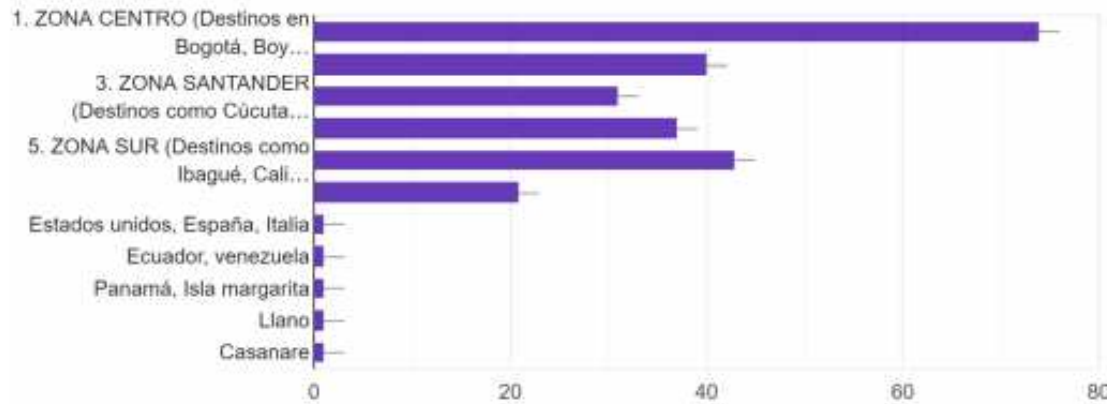
FILTRO 10

Análisis F10: Teniendo en cuenta los resultados, se puede determinar que el 40,9% de la población encuestada tiene estudios tecnológicos, los 27,3 técnicos y 26,4% profesionales. Solo el 5,5% tiene estudios hasta bachillerado.

De acuerdo con el análisis anterior de las respuestas de filtro, se obtuvieron en total 95 encuestas que cumplen con los criterios de inclusión. A continuación, se presentan los resultados de las preguntas de P1 a la P19.

P1. ¿A cuál de los siguientes destinos has viajado alguna vez? (RM)

95 respuestas

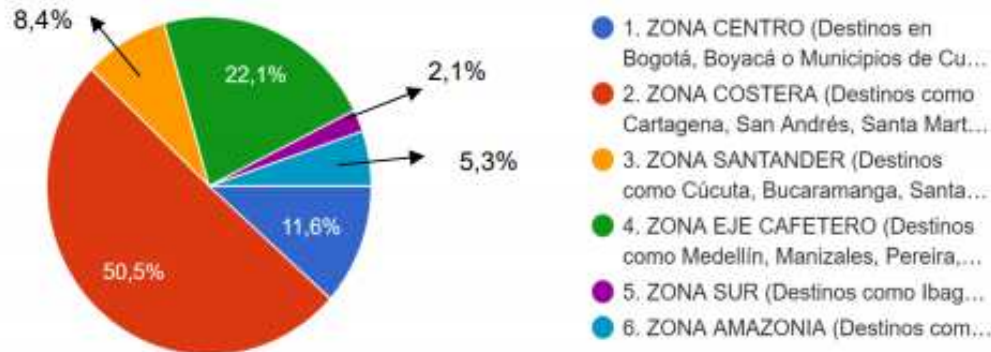


ASPECTOS GENERALES

Análisis P1: Teniendo en cuenta los resultados la zona que más ha sido visitada es la Zona Centro la cual abarca ciudades como Bogotá, Boyacá o Municipios de Cundinamarca, seguido de la Zona Costera con ciudades como Cartagena, Santa Marta o cercanos.

P2. ¿Cuál de ellos PREFIERES o te parece el mejor? (RU)

95 respuestas

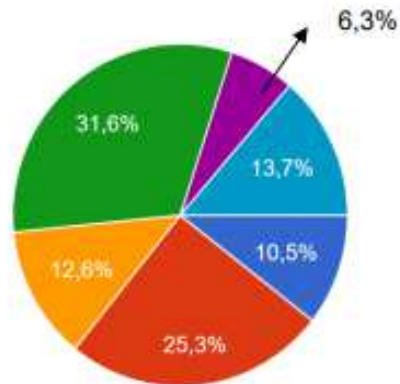


ASPECTOS GENERALES

Análisis P2: La Zona de mayor preferencia fue la Zona Costera con un 50,5%, seguida de la Zona del Eje Cafetero con un porcentaje del 22,1%. La Zona Sur solo obtuvo un 2,1%, siendo el porcentaje de preferencia más bajo.

P3. ¿Cuál sería tu SEGUNDA MEJOR OPCIÓN? (RU)

95 respuestas



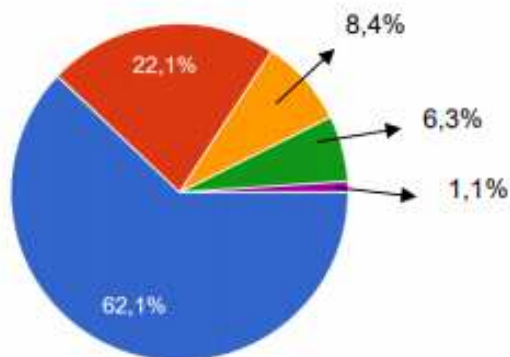
- 1. ZONA CENTRO (Destinos en Bogotá, Boyacá o Municipios de Cu...)
- 2. ZONA COSTERA (Destinos como Cartagena, San Andrés, Santa Mart...)
- 3. ZONA SANTANDER (Destinos como Cúcuta, Bucaramanga, Santa...)
- 4. ZONA EJE CAFETERO (Destinos como Medellín, Manizales, Pereira,...)
- 5. ZONA SUR (Destinos como Ibag...)
- 6. ZONA AMAZONIA (Destinos com...)

ASPECTOS GENERALES

Análisis P3: La Zona con mayor porcentaje de preferencia y es vista como la mejor segunda opción es la Zona de Eje Cafetero con el 31,6%, seguido de la Zona Costera con el 25,3%. La Zona Sur obtuvo solo el 6,3%.

P4. ¿Cuál es el principal motivo por el que sueles viajar a ciudades o destinos turísticos? (RU)

95 respuestas



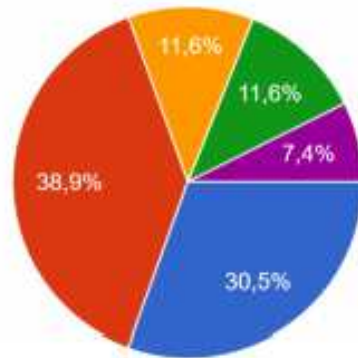
- 1. Descanso
- 2. Visita a familiares
- 3. Negocios
- 4. Realización de actividades de naturaleza
- 5. Moda

MOTIVACIÓN COMPRA

Análisis P4: El principal motivo de viaje es el descanso el cual representó el 62,1 %, seguido de a visita a familiares con el 22,1%. El motivo con menor porcentaje fue el de moda solo con 1,1%.

P5. ¿Y cuál sería el segundo motivo? (RU)

95 respuestas



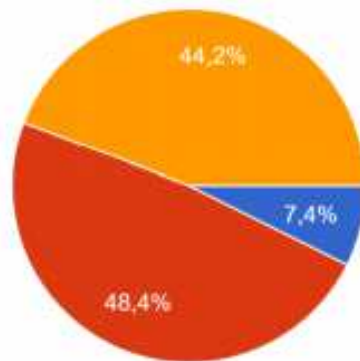
- 1. Descanso
- 2. Visita a familiares
- 3. Negocios
- 4. Realización de actividades de naturaleza
- 5. Moda

MOTIVACIÓN COMPRA

Análisis P5: El segundo principal motivo de viaje es el de visita a familiares con el 38,9%, seguido del descanso con el 30,5%. El motivo menor porcentaje fue el de moda con el 7,4%.

P6. En general, percibes que los alojamientos son: _____? (RU)

95 respuestas



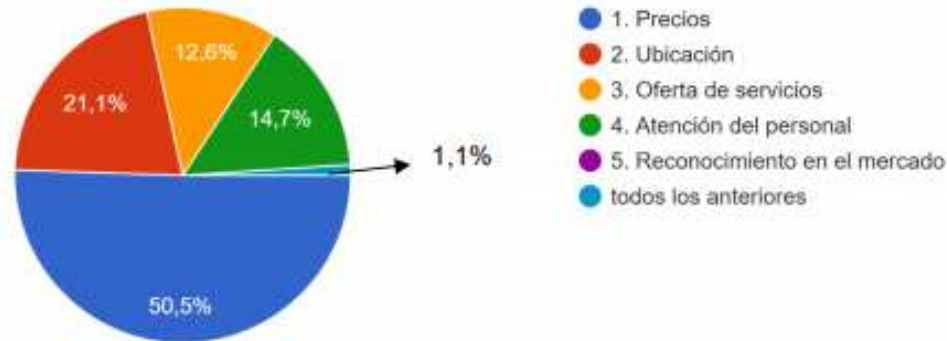
- 1. Todos iguales
- 2. Algunos Diferentes
- 3. Todos diferentes

MOTIVACIÓN COMPRA

Análisis P6: La percepción hacia los hoteles de acuerdo con las encuestas es que principalmente Algunos son Diferentes con un 48,4 % seguido de Todos son Diferentes con un 44,2%. Solo un 7,4% percibe los hoteles como Todos Iguales.

P7. En particular ¿Para ti cuál de los siguientes atributos es el más importante al momento de considerar hospedarse en un hotel? (RU)

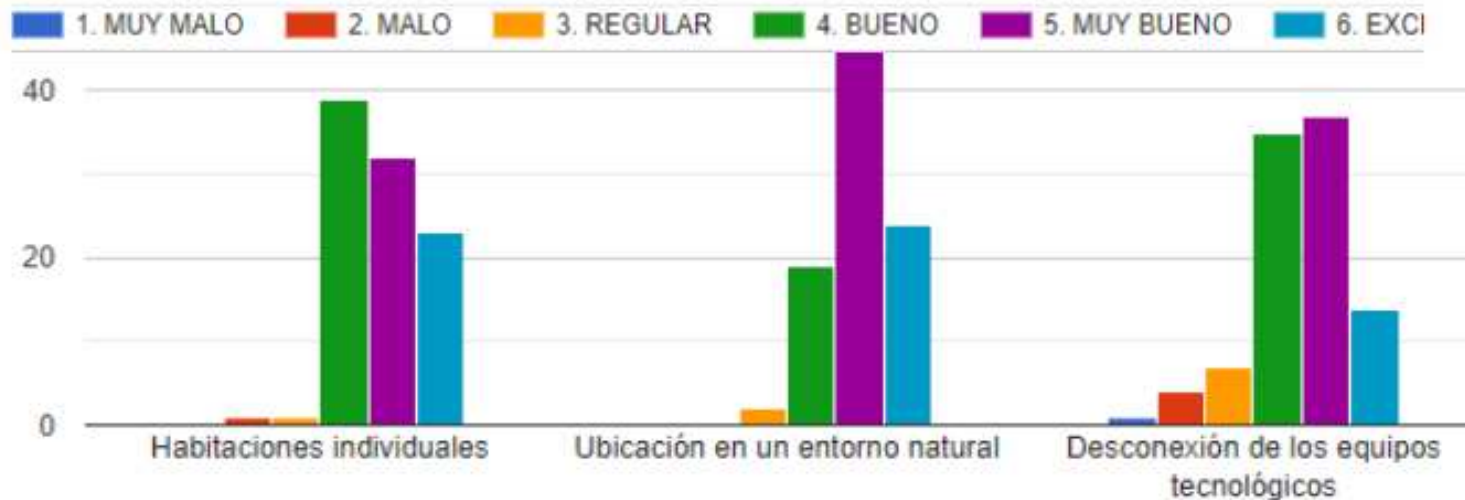
95 respuestas



FACTORES DE ELECCI.

Análisis P7: El atributo más importante al momento de hospedarse es el precio el cual represento el 50,5 % seguido de la ubicación con el 21,1%, seguido de la atención de personal con un 14,7%. Un atributo muy importante es la oferta de servicios que represento con un 12,6%.

P8. Ahora me gustaría conocer cómo sería tu percepción sobre un alojamiento que tenga las siguientes características.



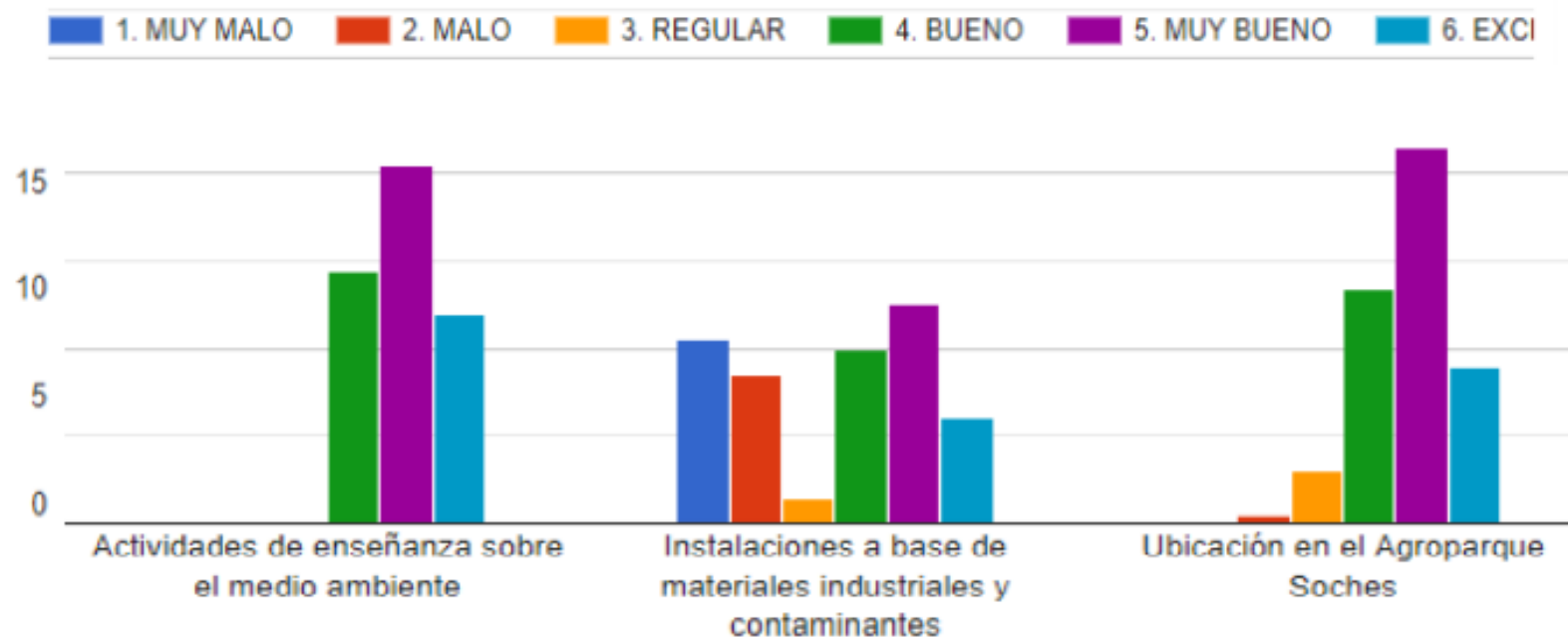
Análisis P8: La percepción hacia las habitaciones individuales estuvo entre buena y excelente. Para el caso de la ubicación en un entorno natural, se percibió como muy buena y excelente. Respecto a la posibilidad de desconectarse de los equipos tecnológicos fue vista como bueno y muy bueno.

FACTORES DE ELECCI.



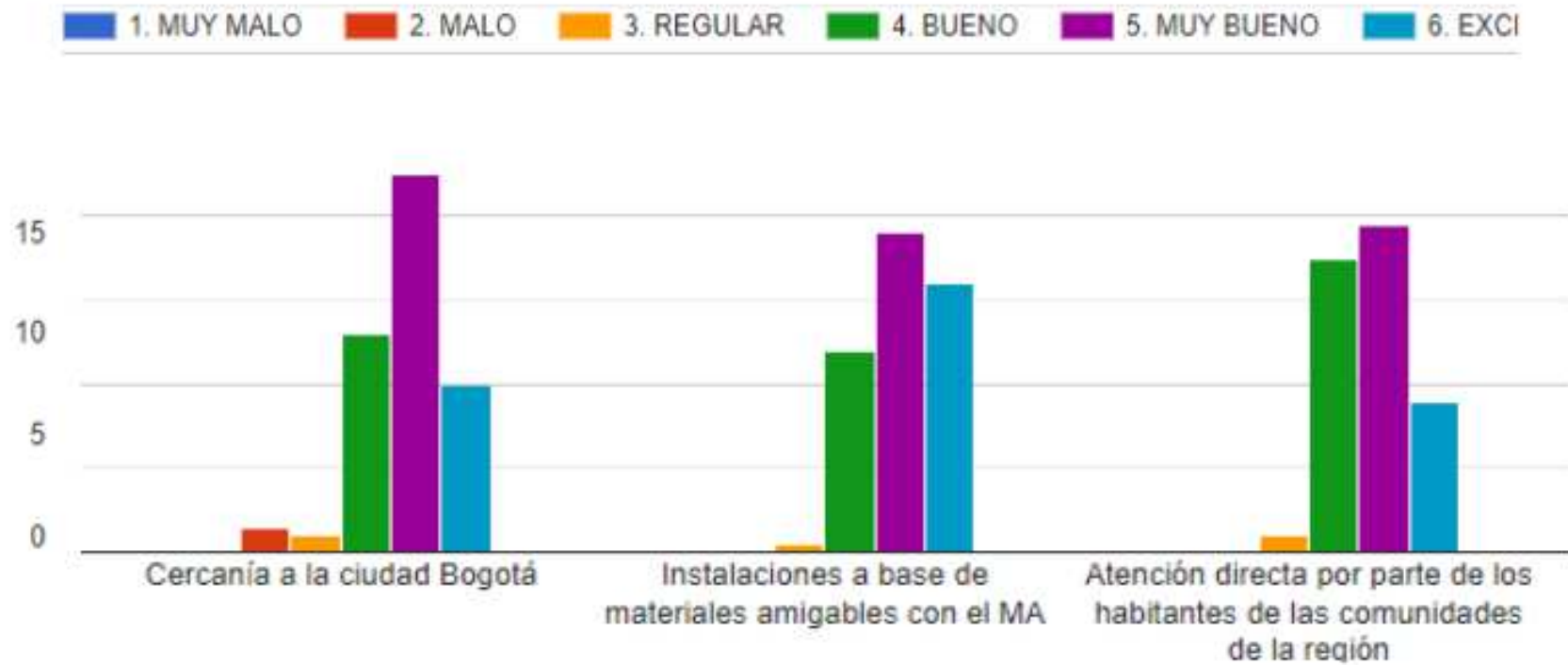
Análisis P8: La percepción hacia los recorridos naturales adicionales a los servicios de hospedaje es muy buena y excelente. Respecto hacia la oferta de comida internacional fue buena, muy buena y excelente y buena, al igual que la oferta de comida nacional, la cual obtuvo unos resultados similares ya que se percibió como muy buena y excelente alternativa.

FACTORES DE ELECCI.



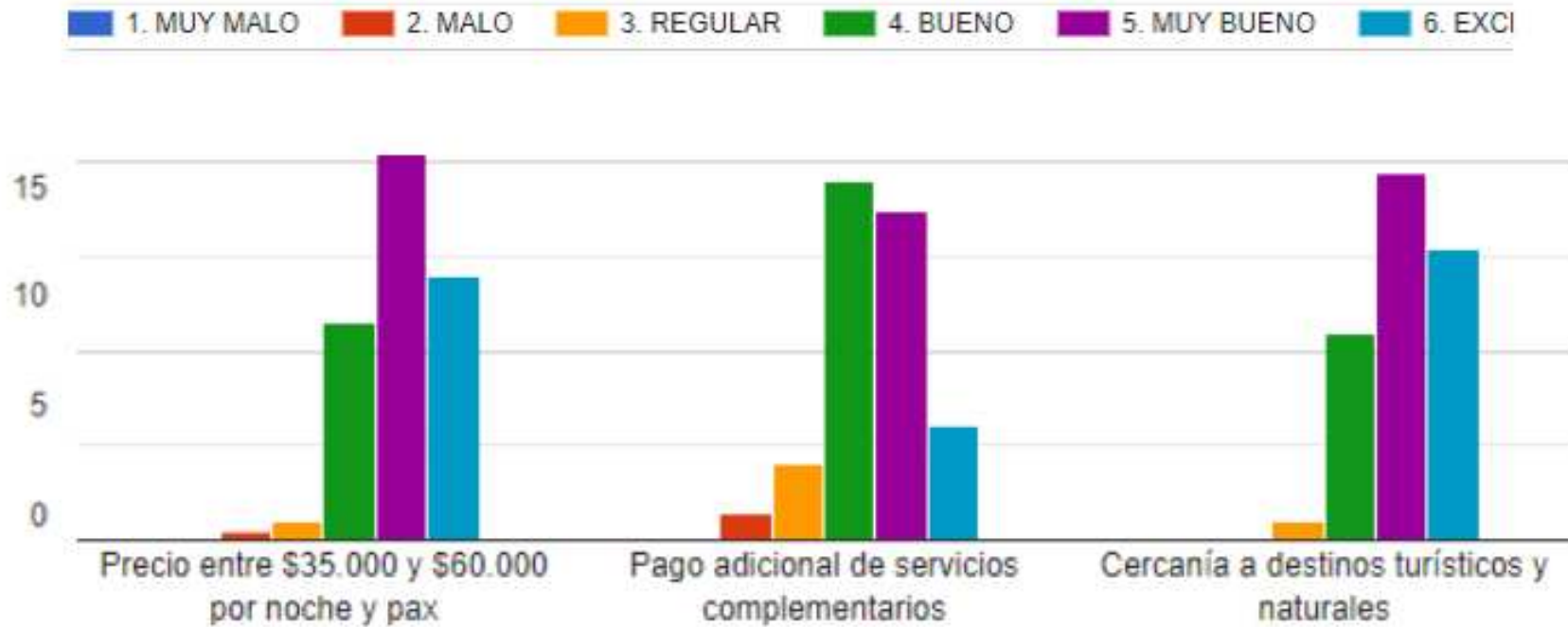
Análisis P8: Las actividades de enseñanza sobre el medio ambiente fueron percibidas como buenas y muy buenas, aunque hubo un pequeño porcentaje que las percibió como malas. Respecto a los materiales de construcción industriales y contaminantes hubo una percepción de muy malo seguido de malo. Sobre la ubicación hubo muy buena aceptación hacia el Agroparque los Soches.

FACTORES DE ELECCI.



Análisis P8: Respecto a la ubicación cerca de la ciudad, la percepción fue principalmente muy buena seguido de buena y excelente. La construcción a base de materiales reciclables tuvo una muy buena percepción. Respecto a la atención directa por parte de los habitantes de la comunidad fue percibida como muy buena y excelente.

FACTORES DE ELECCI.

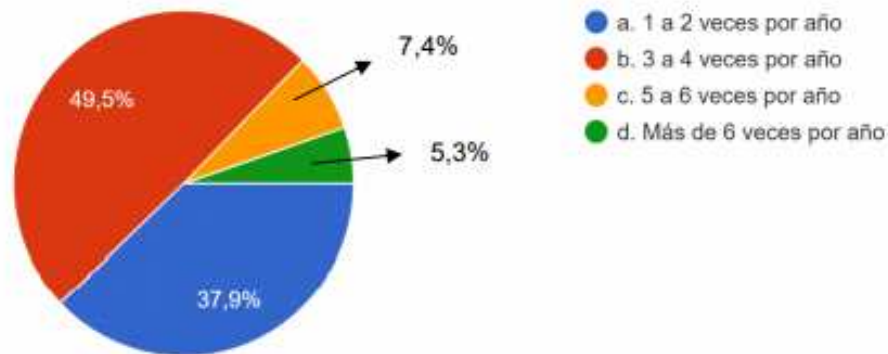


Análisis P8: Los precios entre \$35.000 y \$60.00 fueron percibidos principalmente como muy buenos seguido de excelentes. El pago de servicios complementarios fue percibido como bueno, seguido de muy bueno y excelente. Finalmente, la opción de estar ubicado un alojamiento cercano a destinos turísticos y naturales fue percibido como muy bueno seguido de excelente.

FACTORES DE ELECCI.

P9. ¿Cuántas veces sueles viajar en el año? (RU)

95 respuestas

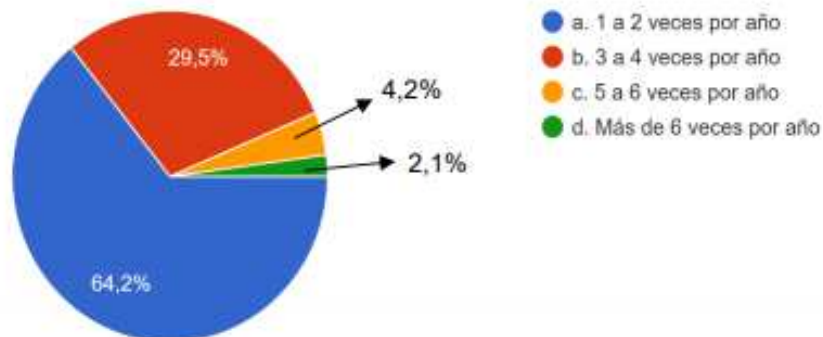


HÁBITOS DE COMPRA

Análisis P9: La frecuencia de viaje de la población encuestada es de 1 a 2 veces en el año, la misma represento el 49,5%, seguido de 3 a 4 veces con un 37,9%. Solo el 5,3% viaja más de 6 veces por año.

P10. ¿Cuántas veces sueles hospedarte en alojamientos en el año? (RU)

95 respuestas

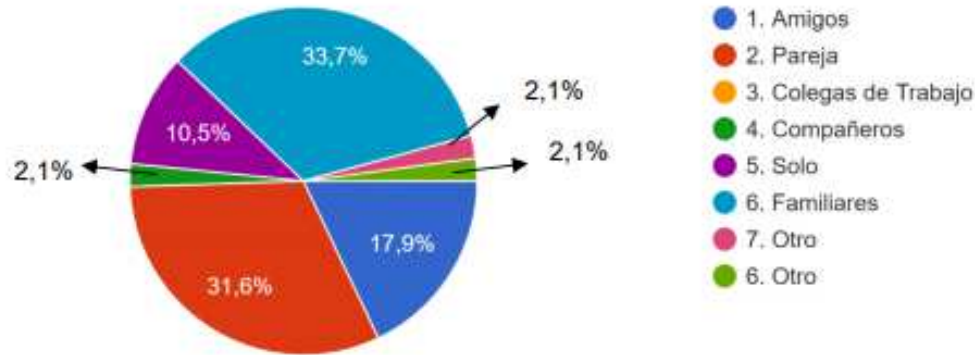


HÁBITOS DE COMPRA

Análisis P10: La frecuencia de hospedaje es de 1 a 2 veces por año, la misma represento el 64,2%, seguido de 3 a 4 veces con un 29,5%. La frecuencia de más baja fue más 6 veces con un 2,1%.

P11. ¿Con quién sueles viajar y hospedarte en alojamientos? (RU)

95 respuestas

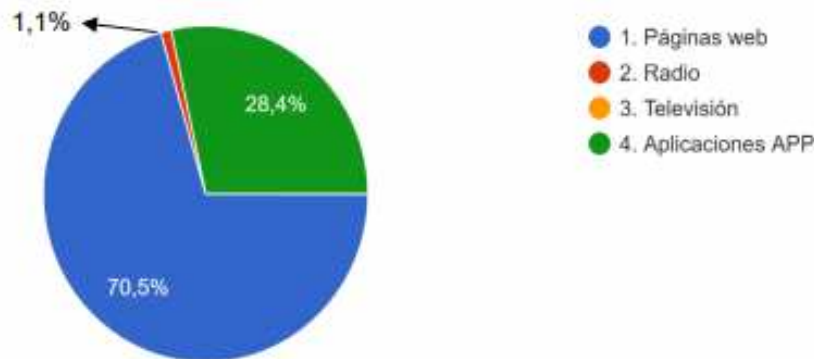


HÁBITOS DE COMPRA

Análisis P11: Al momento de viajar y hospedarse el 33,7 % suele hacerlo con familiares, el 31,6 en parejas y el 17,9 % con amigos. Solo el 2,1% lo hace con compañeros.

P12. Para recibir información acerca de las opciones de alojamientos, precios, servicios, etc ¿Qué canales de comunicación sueles consultar? (RU)

95 respuestas

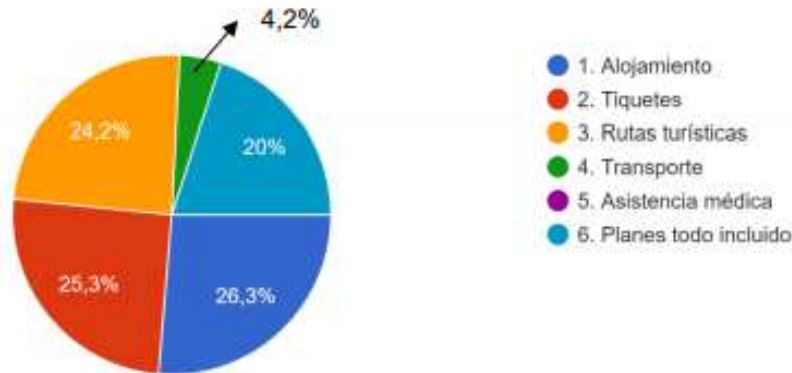


HÁBITOS DE COMPRA

Análisis P12: El principal canal para recibir y buscar información sobre alojamientos son las Páginas Web la cual represento un 70,5%, seguido de las Aplicaciones App con 28,4%.

P13. ¿Cuáles de los siguientes servicios turísticos sueles comprar y adquirir con más frecuencia? (RU)

95 respuestas

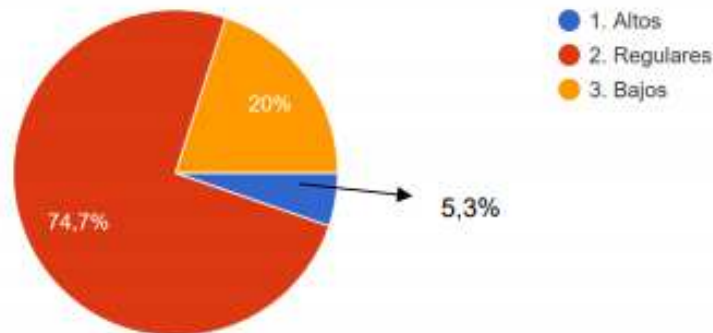


HÁBITOS DE COMPRA

Análisis P13: Los principales servicios adquiridos son los alojamientos con el 26,3%, seguidos de los tiquetes aéreos con el 25,3% y rutas turísticas con el 24,2%.

P14. Respecto a los precios, de manera general ¿Consideras que los precios de los servicios de alojamient...00 por noche y por persona son?: (RU)

95 respuestas

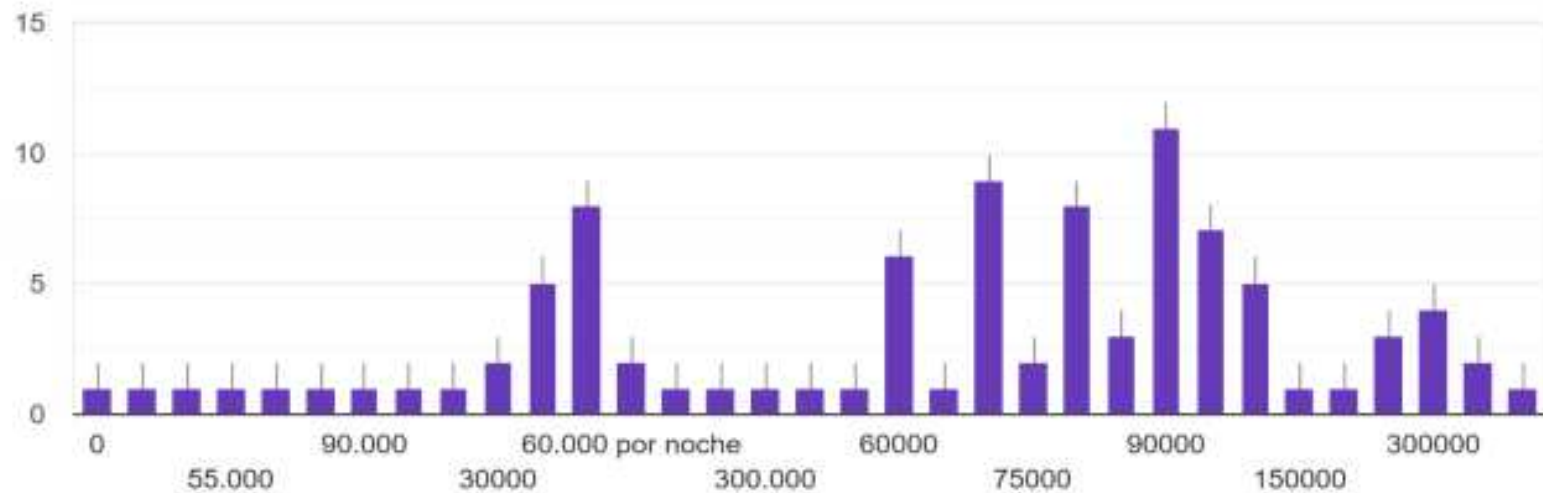


ASPECTO DE GASTO

Análisis P14: Los precios de alojamiento por noche y por persona entre los \$35.000 y \$60.000 son percibidos como regulares, esto representó el 74,7%. En términos generales estos precios no son vistos como altos o bajos, si no un término medio. Solo el 5,3% considera alto estos valores.

P15. Aproximadamente y tomando como referencia las temporadas bajas del año para viajar ¿Cuánto sueles gastar en promedio para el alojamiento?

95 respuestas

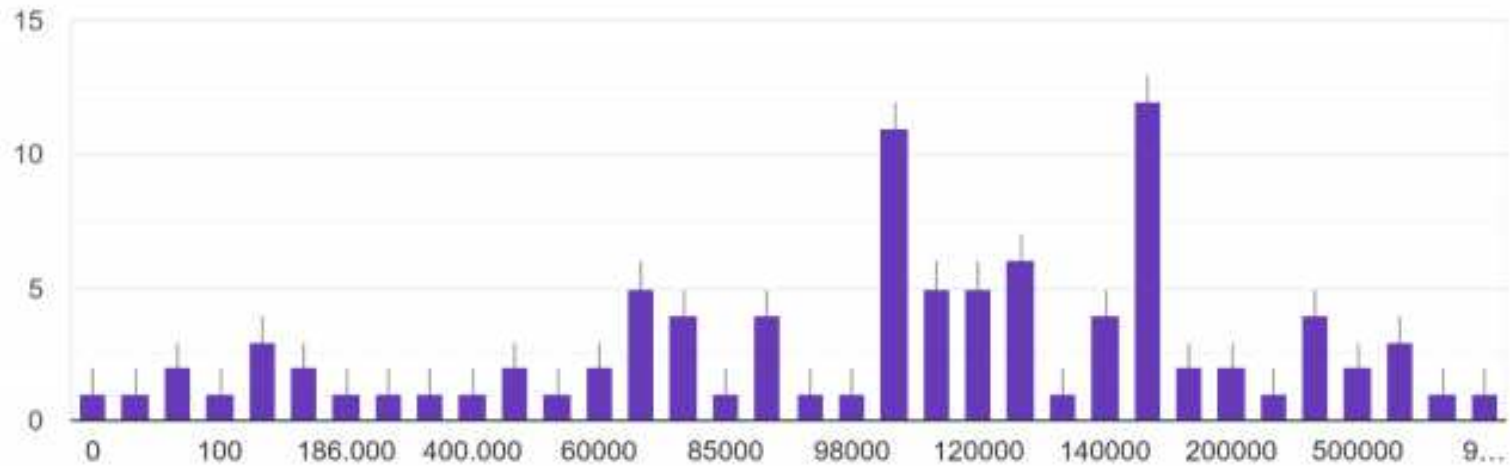


Análisis P15: En promedio y en temporada baja, la población encuestada está dispuesta a gastar \$70.000 por el servicio de alojamiento.

ASPECTO DE GASTO

P16. Aproximadamente y tomando como referencia las temporadas altas del año para viajar ¿Cuánto sueles gastar en promedio para el alojamiento?

95 respuestas

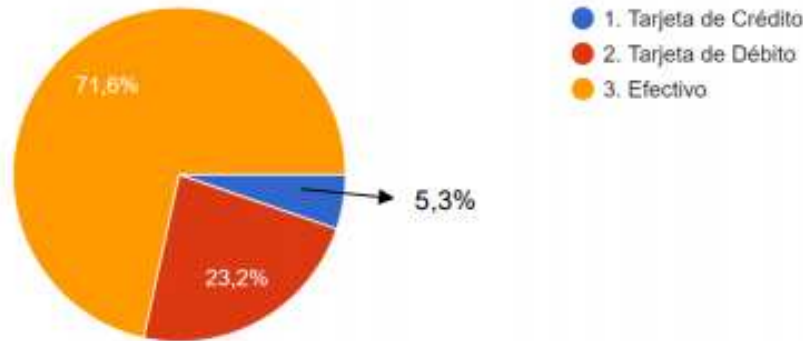


Análisis P16: En promedio y en temporada alta, la población encuestada está dispuesta a gastar \$150.000 por el servicio de alojamiento.

ASPECTO DE GASTO

P17. ¿Con cuáles de los siguientes medios de pago sueles realizar los pagos del alojamiento? (RU)

95 respuestas

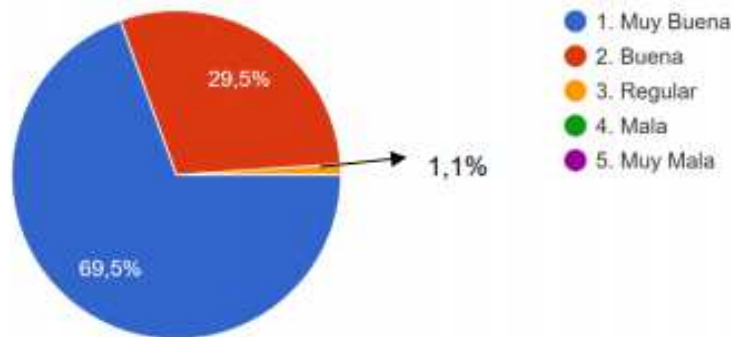


ASPECTO DE GASTO

Análisis P17: El medio más utilizado para realizar los pagos de servicios como el alojamiento es el efectivo con un 71,6%, seguido de la tarjeta debido con un 23,2%.

P18. En general, ¿Cómo calificarías la propuesta de Ecolodge ubicado en el Agroparque los Soches teniendo cerca ...les y cerca de la ciudad Bogotá? (RU)

95 respuestas

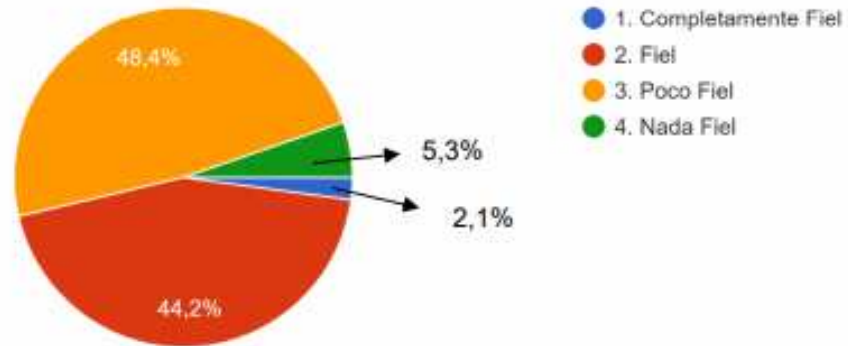


ASPECTO PROYECTO

Análisis P18: El 69,5 % de la población encuestada califica la muy buena la idea de un alojamiento estilo Ecolodge en el Agroparque los soches el cual se encuentra ubicado en Bogotá.

P19. ¿Te consideras FIEL o LEAL a un servicio de alojamiento a la que asiste con mayor frecuencia? (RU)

95 respuestas



ATENCIÓN Y LEALTAD

Análisis P19: El 48,4% de la población encuestada se considera poco fiel a una marca, el 44,2% fiel y solo el 2,1% completamente fiel.

ANEXO 8 Recetas Estándar

| | | | | |
|---|--------------|---------------|---------------------|----------------------|
| Nombre preparación: Desayuno Caldo de Costilla | | | | No Receta 001 |
| Origen preparación: Región Andina | | | | |
| Tipología: Gastronomía | | | | |
| Fecha costeo: 06/10/2019 | | | | |
| Porciones (PAX): 36 Pax | | | | |
| INGREDIENTES | CANT. | UNIDAD | VALOR/UNIDAD | VALOR TOTAL |
| Papa | 10 | Kilos | \$ 1.000 | \$ 10.000 |
| Sal | 0,3 | Gramos | \$ 1.000 | \$ 300 |
| Costilla | 5 | Kilos | \$ 13.500 | \$ 67.500 |
| Ramita Cilantro | 5 | Und | \$ 100 | \$ 500 |
| Cebolla | 6 | Und | \$ 250 | \$ 1.500 |
| Pan | 36 | Und | \$ 200 | \$ 7.200 |
| COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES | | | | \$ 87.000 |
| MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN DE PRECIOS (10 %) | | | | \$ 8.700 |
| COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN | | | | \$ 95.700 |
| COSTO DE LA PORCIÓN | | | | \$ 2.417 |
| % MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR LA GERENCIA | | | | 0,35 |
| PRECIO POTENCIAL DE VENTA | | | | \$ 6.042 |
| PRECIO REAL DE VENTA | | | | \$ 6.111 |
| % REAL DE COSTO DE MATERIA PRIMA | | | | 40% |
| IMPOCONSUMO (8 %) | | | | \$ 489 |
| PRECIO DE VENTA (DE CARTA) | | | \$ 6.525 | \$ 6.600 |

| | | | | |
|--|--------------|---------------|---------------------|----------------------|
| Nombre preparación: Desayuno Huevos Rancheros | | | | No Receta 002 |
| Origen preparación: Región Andina | | | | |
| Tipología: Gastronomía | | | | |
| Fecha costeo: 06/10/2019 | | | | |
| Porciones (PAX): 36 Pax | | | | |
| INGREDIENTES | CANT. | UNIDAD | VALOR/UNIDAD | VALOR TOTAL |
| Huevos | 54 | Und | \$ 250 | \$ 13.500 |
| Sal | 0,3 | Gramos | \$ 1.000 | \$ 300 |
| Sanchichas | 36 | Und | \$ 900 | \$ 32.400 |
| Queso | 1,5 | Kilos | \$ 8.000 | \$ 12.000 |
| Arroz | 3 | Kilos | \$ 3.400 | \$ 10.200 |
| Aceite | 0,01 | Mililitros | \$ 6.800 | \$ 68 |
| Pan | 36 | Und | \$ 200 | \$ 7.200 |
| COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES | | | | \$ 75.668 |
| MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN DE PRECIOS (10 %) | | | | \$ 7.567 |
| COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN | | | | \$ 83.235 |
| COSTO DE LA PORCIÓN | | | | \$ 2.102 |
| % MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR LA GERENCIA | | | | 0,35 |
| PRECIO POTENCIAL DE VENTA | | | | \$ 5.255 |
| PRECIO REAL DE VENTA | | | | \$ 5.278 |
| % REAL DE COSTO DE MATERIA PRIMA | | | | 40% |
| IMPOCONSUMO (8 %) | | | | \$ 422 |
| PRECIO DE VENTA (DE CARTA) | | | \$ 5.675 | \$ 5.700 |

| Nombre preparación: Desayuno Changua | | | | No Receta 003 |
|---|--------------|---------------|---------------------|----------------------|
| Origen preparación: Región Andina | | | | |
| Tipología: Gastronomía | | | | |
| Fecha costeo: 06/10/2019 | | | | |
| Porciones (PAX): 36 Pax | | | | |
| INGREDIENTES | CANT. | UNIDAD | VALOR/UNIDAD | VALOR TOTAL |
| Huevos | 54 | Und | \$ 250 | \$ 13.500 |
| Sal | 0,3 | Gramos | \$ 1.000 | \$ 300 |
| Ramita Cilantro | 5 | Und | \$ 100 | \$ 500 |
| Cebolla | 6 | Und | \$ 250 | \$ 1.500 |
| Leche | 6 | Litros | \$ 3.600 | \$ 21.600 |
| Calao | 36 | Und | \$ 300 | \$ 10.800 |
| COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES | | | | \$ 48.200 |
| MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN DE PRECIOS (10 %) | | | | \$ 4.820 |
| COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN | | | | \$ 53.020 |
| COSTO DE LA PORCIÓN | | | | \$ 1.339 |
| % MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR LA GERENCIA | | | | 0,35 |
| PRECIO POTENCIAL DE VENTA | | | | \$ 3.347 |
| PRECIO REAL DE VENTA | | | | \$ 3.426 |
| % REAL DE COSTO DE MATERIA PRIMA | | | | 39% |
| IMPOCONSUMO (8 %) | | | | \$ 274 |
| PRECIO DE VENTA (DE CARTA) | | | \$ 3.615 | \$ 3.700 |

| | | | | |
|--|--------------|---------------|---------------------|----------------------|
| Nombre preparación: Entrada Minipicada | | | | No Receta 004 |
| Origen preparación: Región Andina | | | | |
| Tipología: Gastronomía | | | | |
| Fecha costeo: 06/10/2019 | | | | |
| Porciones (PAX): 36 Pax | | | | |
| INGREDIENTES | CANT. | UNIDAD | VALOR/UNIDAD | VALOR TOTAL |
| Carne de cerdo | 3 | Kilos | \$ 12.000 | \$ 36.000 |
| Morcilla | 3 | Kilos | \$ 4.000 | \$ 12.000 |
| Papa criolla | 3 | Kilos | \$ 2.000 | \$ 6.000 |
| Chicharron | 2 | Kilos | \$ 5.500 | \$ 11.000 |
| Longaniza | 1 | kilos | \$ 6.500 | \$ 6.500 |
| Aguacate | 5 | Und | \$ 2.000 | \$ 10.000 |
| Sal | 0,3 | Kilos | \$ 1.000 | \$ 300 |
| Chorizo | 3 | Kilos | \$ 2.500 | \$ 7.500 |
| Aceite | 0,5 | Litro | \$ 6.800 | \$ 3.400 |
| COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES | | | | \$ 92.700 |
| MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN DE PRECIOS (10 %) | | | | \$ 9.270 |
| COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN | | | | \$ 101.970 |
| COSTO DE LA PORCIÓN | | | | \$ 2.575 |
| % MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR LA GERENCIA | | | | 0,35 |
| PRECIO POTENCIAL DE VENTA | | | | \$ 6.438 |
| PRECIO REAL DE VENTA | | | | \$ 6.481 |
| % REAL DE COSTO DE MATERIA PRIMA | | | | 40% |
| IMPOCONSUMO (8 %) | | | | \$ 519 |
| PRECIO DE VENTA (DE CARTA) | | | \$ 6.953 | \$ 7.000 |

| | | | | |
|--|--------------|---------------|---------------------|----------------------|
| Nombre preparación: Entrada Miniempanadas | | | | No Receta 005 |
| Origen preparación: Región Andina | | | | |
| Tipología: Gastronomía | | | | |
| Fecha costeo: 06/10/2019 | | | | |
| Porciones (PAX): 36 Pax | | | | |
| INGREDIENTES | CANT. | UNIDAD | VALOR/UNIDAD | VALOR TOTAL |
| Carne de res | 5 | Kilos | \$ 12.000 | \$ 60.000 |
| Arroz | 3 | Kilos | \$ 3.400 | \$ 10.200 |
| Papa | 3 | Kilos | \$ 1.000 | \$ 3.000 |
| Harina | 1 | Kilos | \$ 5.500 | \$ 5.500 |
| Aceite | 1,5 | Litro | \$ 6.800 | \$ 10.200 |
| Paquete de Especias | 2 | Und | \$ 1.200 | \$ 2.400 |
| Cebolla | 5 | Und | \$ 250 | \$ 1.250 |
| Ramita Comino | 1 | Und | \$ 300 | \$ 300 |
| Sal | 0,3 | Kilos | \$ 1.000 | \$ 300 |
| COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES | | | | \$ 93.150 |
| MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN DE PRECIOS (10 %) | | | | \$ 9.315 |
| COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN | | | | \$ 102.465 |
| COSTO DE LA PORCIÓN | | | | \$ 2.588 |
| % MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR LA GERENCIA | | | | 0,35 |
| PRECIO POTENCIAL DE VENTA | | | | \$ 6.469 |
| PRECIO REAL DE VENTA | | | | \$ 6.481 |
| % REAL DE COSTO DE MATERIA PRIMA | | | | 40% |
| IMPOCONSUMO (8 %) | | | | \$ 519 |
| PRECIO DE VENTA (DE CARTA) | | | \$ 6.986 | \$ 7.000 |

| Nombre preparación: Entrada Arepas de Cuajadas | | | | No Receta 006 |
|---|--------------|---------------|---------------------|----------------------|
| Origen preparación: Región Andina | | | | |
| Tipología: Gastronomía | | | | |
| Fecha costeo: 06/10/2019 | | | | |
| Porciones (PAX): 36 Pax | | | | |
| INGREDIENTES | CANT. | UNIDAD | VALOR/UNIDAD | VALOR TOTAL |
| Harina de maiz | 3,5 | Kilos | \$ 3.800 | \$ 13.300 |
| Cuajada | 3,5 | Kilos | \$ 6.800 | \$ 23.800 |
| Sal | 0,3 | Kilos | \$ 1.000 | \$ 300 |
| Mantequilla | 0,12 | Kilos | \$ 12.800 | \$ 1.536 |
| Queso | 3,5 | Kilos | \$ 8.000 | \$ 28.000 |
| | | | | |
| | | | | |
| COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES | | | | \$ 66.936 |
| MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN DE PRECIOS (10 %) | | | | \$ 6.694 |
| COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN | | | | \$ 73.630 |
| COSTO DE LA PORCIÓN | | | | \$ 1.859 |
| % MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR LA GERENCIA | | | | 0,35 |
| PRECIO POTENCIAL DE VENTA | | | | \$ 4.648 |
| PRECIO REAL DE VENTA | | | | \$ 4.722 |
| % REAL DE COSTO DE MATERIA PRIMA | | | | 39% |
| IMPOCONSUMO (8 %) | | | | \$ 378 |
| PRECIO DE VENTA (DE CARTA) | | | \$ 5.020 | \$ 5.100 |

| Nombre preparación: Principal Sobrebarriga Criolla | | | | No Receta 007 |
|--|--------------|---------------|---------------------|----------------------|
| Origen preparación: Región Andina | | | | |
| Tipología: Gastronomía | | | | |
| Fecha costeo: 06/10/2019 Porciones (PAX): 36 Pax | | | | |
| INGREDIENTES | CANT. | UNIDAD | VALOR/UNIDAD | VALOR TOTAL |
| Sobrebarriga de res | 4 | Kilos | \$ 18.000 | \$ 72.000 |
| Ramita de Laurel | 1 | Und | \$ 200 | \$ 200 |
| Ramita de Tomillo | 1 | Und | \$ 200 | \$ 200 |
| Cubos de caldo | 1 | Und | \$ 350 | \$ 350 |
| Aceite | 0,08 | Litro | \$ 6.800 | \$ 544 |
| Paquete de Especias | 1 | Und | \$ 1.200 | \$ 1.200 |
| Cebolla | 12 | Und | \$ 250 | \$ 3.000 |
| Ramita de Comino | 1 | Und | \$ 300 | \$ 300 |
| Cerveza | 1 | Und | \$ 2.200 | \$ 2.200 |
| Ajo | 0,25 | Und | \$ 200 | \$ 50 |
| Salsa de carne | 0,25 | Litro | \$ 24.000 | \$ 6.000 |
| Arroz | 3,5 | Kilos | \$ 3.400 | \$ 11.900 |
| Sal | 0,3 | Kilos | \$ 1.000 | \$ 300 |
| Tomate | 12 | Und | \$ 250 | \$ 3.000 |
| Lechuga | 1,5 | Und | \$ 2.500 | \$ 3.750 |
| Papa | 6 | Kilos | \$ 1.000 | \$ 6.000 |
| COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES | | | | \$ 110.994 |
| MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN DE PRECIOS (10 %) | | | | \$ 11.099 |
| COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN | | | | \$ 122.093 |
| COSTO DE LA PORCIÓN | | | | \$ 3.083 |
| % MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR LA GERENCIA | | | | 0,35 |
| PRECIO POTENCIAL DE VENTA | | | | \$ 7.708 |
| PRECIO REAL DE VENTA | | | | \$ 7.870 |
| % REAL DE COSTO DE MATERIA PRIMA | | | | 39% |

| | | |
|----------------------------|----------|----------|
| IMPOCONSUMO (8 %) | | \$ 630 |
| PRECIO DE VENTA (DE CARTA) | \$ 8.325 | \$ 8.500 |

| | | | | |
|--|--------------|---------------|---------------------|----------------------|
| Nombre preparación: Principal Ajiaco Bogotano | | | | No Receta 008 |
| Origen preparación: Región Andina | | | | |
| Tipología: Gastronomía | | | | |
| Fecha costeo: 06/10/2019 | | | | |
| Porciones (PAX): 36 Pax | | | | |
| INGREDIENTES | CANT. | UNIDAD | VALOR/UNIDAD | VALOR TOTAL |
| Pechuga de pollo | 4 | Kilos | \$ 12.000 | \$ 48.000 |
| Papa sabanera | 1,25 | Kilos | \$ 1.400 | \$ 1.750 |
| Papa criolla | 1,25 | Kilos | \$ 2.000 | \$ 2.500 |
| Papa | 1,25 | Kilos | \$ 1.000 | \$ 1.250 |
| Marzorca | 4 | Litro | \$ 900 | \$ 3.600 |
| Ramito Guascas | 3 | Und | \$ 500 | \$ 1.500 |
| Ramito Alcaparras | 3 | Und | \$ 500 | \$ 1.500 |
| Crema de Leche | 1,5 | Litro | \$ 12.600 | \$ 18.900 |
| Arroz | 3,5 | Kilos | \$ 3.400 | \$ 11.900 |
| Aguacate | 9 | Und | \$ 2.000 | \$ 18.000 |
| Sal | 0,05 | Kilos | \$ 1.000 | \$ 50 |
| COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES | | | | \$ 108.950 |
| MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN DE PRECIOS (10 %) | | | | \$ 10.895 |
| COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN | | | | \$ 119.845 |
| COSTO DE LA PORCIÓN | | | | \$ 3.026 |
| % MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR LA GERENCIA | | | | 0,35 |
| PRECIO POTENCIAL DE VENTA | | | | \$ 7.566 |
| PRECIO REAL DE VENTA | | | | \$ 7.593 |

| | | |
|----------------------------------|----------|----------|
| % REAL DE COSTO DE MATERIA PRIMA | | 40% |
| IMPOCONSUMO (8 %) | | \$ 607 |
| PRECIO DE VENTA (DE CARTA) | \$ 8.171 | \$ 8.200 |

| | | | | |
|---|--------------|---------------|---------------------|----------------------|
| Nombre preparación: Principal Arroz con Pollo y Verduras | | | | No Receta 009 |
| Origen preparación: Región Andina | | | | |
| Tipología: Gastronomía | | | | |
| Fecha costeo: 06/10/2019 | | | | |
| Porciones (PAX): 36 Pax | | | | |
| INGREDIENTES | CANT. | UNIDAD | VALOR/UNIDAD | VALOR TOTAL |
| Pechuga de pollo | 4 | Kilos | \$ 12.000 | \$ 48.000 |
| Aceite | 0,08 | Litro | \$ 6.800 | \$ 544 |
| Pimenton rojo | 4 | Und | \$ 2.000 | \$ 8.000 |
| Pimenton verde | 4 | Und | \$ 2.000 | \$ 8.000 |
| Pimenton amarillo | 4 | Und | \$ 2.000 | \$ 8.000 |
| Diente de ajo | 1 | Und | \$ 200 | \$ 200 |
| Cebolla | 12 | Und | \$ 250 | \$ 3.000 |
| Verduras picadas | 3 | Kilos | \$ 4.000 | \$ 12.000 |
| Cubo de caldo | 2 | Und | \$ 350 | \$ 700 |
| Paquete de Especias | 2 | Und | \$ 1.200 | \$ 2.400 |
| Sal | 0,05 | Kilos | \$ 1.000 | \$ 50 |
| Arroz | 4,5 | Kilos | \$ 3.400 | \$ 15.300 |
| COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES | | | | \$ 106.194 |
| MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN DE PRECIOS (10 %) | | | | \$ 10.619 |
| COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN | | | | \$ 116.813 |
| COSTO DE LA PORCIÓN | | | | \$ 2.950 |
| % MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR LA GERENCIA | | | | 0,35 |
| PRECIO POTENCIAL DE VENTA | | | | \$ 7.375 |

| | | | |
|----------------------------------|----------|----|-------|
| PRECIO REAL DE VENTA | | \$ | 7.407 |
| % REAL DE COSTO DE MATERIA PRIMA | | | 40% |
| IMPOCONSUMO (8 %) | | \$ | 593 |
| PRECIO DE VENTA (DE CARTA) | \$ 7.965 | \$ | 8.000 |

| | | | | |
|---|--------------|---------------|---------------------|----------------------|
| Nombre preparación: Postre Arroz con Leche | | | | No Receta 010 |
| Origen preparación: Región Andina | | | | |
| Tipología: Gastronomía | | | | |
| Fecha costeo: 06/10/2019 | | | | |
| Porciones (PAX): 36 Pax | | | | |
| INGREDIENTES | CANT. | UNIDAD | VALOR/UNIDAD | VALOR TOTAL |
| Arroz | 2 | Kilos | \$ 3.400 | \$ 6.800 |
| Leche | 5 | Litros | \$ 2.500 | \$ 12.500 |
| Azucar | 0,5 | Kilos | \$ 3.000 | \$ 1.500 |
| Ramito de Canela | 2 | Und | \$ 500 | \$ 1.000 |
| Uvas pasas | 0,5 | Kilos | \$ 12.000 | \$ 6.000 |
| Leche Condensada | 3 | Litros | \$ 6.500 | \$ 19.500 |
| COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES | | | | \$ 47.300 |
| MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN DE PRECIOS (10 %) | | | | \$ 4.730 |
| COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN | | | | \$ 52.030 |
| COSTO DE LA PORCIÓN | | | | \$ 1.314 |
| % MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR LA GERENCIA | | | | 0,35 |
| PRECIO POTENCIAL DE VENTA | | | | \$ 3.285 |
| PRECIO REAL DE VENTA | | | | \$ 3.333 |
| % REAL DE COSTO DE MATERIA PRIMA | | | | 39% |
| IMPOCONSUMO (8 %) | | | \$ | 267 |
| PRECIO DE VENTA (DE CARTA) | \$ 3.548 | | \$ | 3.600 |

| Nombre preparación: Postre de Natas | | | | No Receta 011 |
|--|--------------|---------------|---------------------|----------------------|
| Origen preparación: Región Andina | | | | |
| Tipología: Gastronomía | | | | |
| Fecha costeo: 06/10/2019 | | | | |
| Porciones (PAX): 36 Pax | | | | |
| INGREDIENTES | CANT. | UNIDAD | VALOR/UNIDAD | VALOR TOTAL |
| Huevos | 9 | Und | \$ 300 | \$ 2.700 |
| Leche | 5 | Litros | \$ 3.600 | \$ 18.000 |
| Azucar | 2 | Kilos | \$ 3.000 | \$ 6.000 |
| Ron | 0,05 | Litros | \$ 25.800 | \$ 1.290 |
| Paquete de ciruelas pasas | 4 | Und | \$ 3.500 | \$ 14.000 |
| Canela en polvo | 0,05 | Kilos | \$ 10.000 | \$ 500 |
| COSTO TOTAL DE LOS INGREDIENTES | | | | \$ 42.490 |
| MARGEN DE ERROR O VARIACIÓN DE PRECIOS (10 %) | | | | \$ 4.249 |
| COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN | | | | \$ 46.739 |
| COSTO DE LA PORCIÓN | | | | \$ 1.180 |
| % MATERIA PRIMA ESTABLECIDA POR LA GERENCIA | | | | 0,35 |
| PRECIO POTENCIAL DE VENTA | | | | \$ 2.951 |
| PRECIO REAL DE VENTA | | | | \$ 2.963 |
| % REAL DE COSTO DE MATERIA PRIMA | | | | 40% |
| IMPOCONSUMO (8 %) | | | | \$ 237 |
| PRECIO DE VENTA (DE CARTA) | | | \$ 3.187 | \$ 3.200 |

ANEXO 9 Descripción de Perfiles, Manual de Funciones, Procesos y Procedimientos

| GERENTE GENERAL | |
|----------------------------|---|
| Descripción | Este cargo es el responsable de establecer políticas y estrategias para alcanzar las metas propuestas, así también de la supervisión general de cada una de las funciones que se efectúan en el Hotel. Se encarga de la efectiva administración de los recursos con que cuenta el mismo, orientando sus esfuerzos hacia el logro de los objetivos empresariales. |
| Perfil | <p>Idioma: Inglés Avanzado</p> <p>Estudios Superiores: Universitarios y/o Técnicos.</p> <p>Títulos: Administración o Profesional Turístico y Hotelero con Especialización o Maestría.</p> <p>Estudios Complementarios: Conocimientos en sistemas hoteleros, computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas</p> <p>Experiencia: Mínimo 5 años de experiencia en cargos similares.</p> <p>Competencias Organizacionales: Organización, Control, Toma de decisiones, Responsabilidad, Asertividad, Domino completo de, Microsoft Office, Liderazgo y Toma de Decisiones, Manejo de personal.</p> |
| Manual de Funciones | <ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar, organizar y coordinar todo el funcionamiento del hotel (incluyendo los servicios al cliente, la gestión del personal y la administración del hotel). 2. Dirigir, supervisar y formar al personal y a los aprendices. 3. Contratar y destinar a los nuevos miembros del personal. 4. Vigilar y hacer un seguimiento del rendimiento del personal para garantizar la eficiencia y el cumplimiento de las políticas y los procedimientos 5. Comprobar la calidad para garantizar los estándares esperados en los servicios al cliente, la decoración, el servicio doméstico, la comida, los banquetes, etc. 6. Elaborar y promover estrategias de marketing. 7. Gestionar y coordinar la contabilidad, los presupuestos, los cálculos estadísticos, establecer tarifas para las habitaciones y esforzarse por alcanzar los objetivos de beneficios. |

| | |
|---------------------------------------|--|
| <p>Manual de Procedimiento</p> | <p>1. Planificar, organizar y coordinar todo el funcionamiento del hotel (incluyendo los servicios al cliente, la gestión del personal y la administración del hotel)</p> <p>1.1 Determina mediante reuniones con los jefes de área semanal, las directrices de mejora y observaciones frente al servicio al cliente</p> <p>1.2 Determina mediante capacitaciones con colaboración del área administrativa, capacitaciones de servicio al cliente, procesos y procedimientos a implementar para demostrar la calidad en el servicio</p> <p>1.3 Evalúa el crecimiento en ventas del hotel</p> <p>1.4 Minimiza el costo y riesgo operacional</p> <p>1.5 Determina reuniones mensuales con todo el personal para revisar la gestión del mes, desde el área comercial, personal, mercadeo y directrices determinadas por la junta de socios</p> <p>2.Elaborar y promover estrategias de marketing</p> <p>2.1 El gerente agenda una reunión con el área de mercadeo</p> <p>2.2 Durante la reunión establece y evalúa las posibles estrategias junto con el área de mercadeo</p> <p>2.3 Deberá determinar la manera en la cual establecerá y promoverá las estrategias</p> <p>2.4 El gerente agenda una reunión con todos los jefes de área</p> <p>2.5 Durante la reunión con los jefes de área dará a conocer las estrategias de mercadeo y a su vez indicará a los jefes que estas sean replicadas al personal a cargo</p> |
|---------------------------------------|--|

| RECEPCIONISTA | |
|----------------------------|---|
| Descripción | Este cargo es el responsable de proporcionar todo tipo de asistencia e información al cliente del hotel, antes, durante y después se estadía. |
| Perfil | <p>Idioma: Inglés Intermedio</p> <p>Estudios Superiores: Técnicos y/o Tecnólogo.</p> <p>Títulos: Administración de Empresas, Hotelería y Turismo.</p> <p>Estudios Complementarios: Conocimientos en sistema de computación, comercialización y ventas.</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.</p> <p>Competencias Organizacionales: Creatividad, Servicio, Determinación y actitud, Entusiasmo, Perseverancia, Orientación a resultados, Comunicación Asertiva y Persuasión, Trabajo en equipo, Capacidad de toma de decisiones.</p> |
| Manual de Funciones | <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar Check In y Check Out 2. Responder a las llamadas telefónicas. 3. Servir a los visitantes, saludándolos, dándoles la bienvenida, y anunciándolos de forma adecuada. 4. Responder, registrar y devolver las llamadas de teléfono, así como de proporcionar la información básica si es necesaria. 5. Recibir y responder diariamente a los emails, notificaciones, avisos o certificados. 6. Mantener la seguridad siguiendo los procesos y el control de acceso (monitorizándolo a través de pantallas, pidiendo autorizaciones, etc). 7. Actualizar las citas en el calendario, así como mantener al día las reuniones y agendas necesarias. 8. Realizar otras tareas como son el fotocopiado, la impresión de documentos, el fax, etc |

| | |
|---------------------------------------|---|
| <p>Manual de Procedimiento</p> | <p>1. Responder a las llamadas telefónicas - Servir a los visitantes, saludándolos, dándoles la bienvenida, y anunciándolos de forma adecuada</p> <p>1.1 Control de las hojas de reserva para cada día, para asegurar el correcto cumplimiento de estas y detectar posibles incidencias en el listado de llegadas (reserva VIP, discapacidad en silla de ruedas, familia con niños...)</p> <p>1.2 Supervisión de la asignación de habitaciones a grupos pendientes de llega</p> <p>1.3 Gestión de los cupos o grupos de habitaciones pendientes de reserva asignados a los diferentes intermediarios turísticos</p> <p>1.4 Control de la facturación del día, asegurando el cierre correcto de las facturas emitidas a los clientes durante el día, así como las facturas a crédito derivadas al departamento de contabilidad</p> <p>2.Realizar Check In</p> <p>2.1 Saludo de acuerdo con la hora del día y bienvenida al cliente</p> <p>2.2 Obtención de información sobre el cliente y comprobación de la información obtenida. Información al cliente sobre el precio de las habitaciones etc</p> <p>2.3 Petición de la documentación necesaria que el cliente nos debe ofrecer, así como el llenado de la ficha del cliente (tarjeta de registro), y el llenado de la tarjeta de identificación de huésped</p> <p>2.4 Información al cliente de los servicios del hotel, así como los horarios de apertura y cierre de los mismos. Gestión de venta de otros servicios que el cliente pueda obtener</p> <p>2.5 En caso de solicitud de crédito del hotel se procede a la petición del depósito adelantado (DA), junto con los trámites necesarios para esta operación. Lo mismo se realiza en caso de un cliente directo, que siempre debe hacer un depósito adelantado en efectivo o tarjeta de crédito por la cantidad de noches que este permanecerá en el hotel. O cualquier otro servicio que requiera esta operación</p> <p>2.6 Se le desea una feliz estancia al huésped en la instalación y nos ponemos a su servicio y se termina el llenado de datos en la ficha del cliente.</p> |
|---------------------------------------|---|

| BOTONES | |
|----------------------------|---|
| Descripción | <p>Este personal pertenece al departamento de recepción y su responsabilidad principal es la atención al cliente desde la entrada hasta la salida, ayudándole con las maletas o en otros servicios personalizados, como por ejemplo la solicitud de taxis. Actualmente se encuentra ubicado en el mismo mostrador de recepción, pero no por esto deja de tener su organización y funciones propias, coordinadas por el jefe de departamento, el jefe de recepción.</p> |
| Perfil | <p>Idioma: Inglés Intermedio Género: Masculino Estudios Superiores: Técnicos y/o Tecnólogo. Títulos: Administración en Hotelería y Turismo. Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares. Competencias Organizacionales: Servicio, Determinación y actitud, Entusiasmo, Perseverancia, Orientación a resultados, Comunicación Asertiva y Persuasión, Trabajo en equipo.</p> |
| Manual de Funciones | <ol style="list-style-type: none"> 1. Atender al cliente en los servicios propios de conserjería. 2. Informar a los clientes sobre los servicios del establecimiento de alojamiento. 3. Ejecutar las tareas de atención al cliente en los servicios solicitados (reservas de entradas para espectáculos, reservas para restaurantes, confirmaciones de vuelos, reclamaciones de equipaje en el aeropuerto, etc.). 4. Transmitir a los clientes las llamadas telefónicas, correspondencia o mensajes recibidos durante su estancia. 5. Realizar el control, almacenamiento y transporte de los equipajes de los clientes. 6. Colaborar en el mantenimiento del orden y la limpieza de las zonas de recepción y conserjería. 7. Acompañar al cliente hasta su habitación y le explica cómo funcionan luces y otros servicios. 8. Realizar gestiones y encargos sencillos tanto en el interior como en el exterior del establecimiento. 9. Estacionar los vehículos de los clientes, a petición de éstos, así como de su vigilancia y custodia. |

| | |
|---------------------------------------|--|
| <p>Manual de Procedimiento</p> | <p>1. Atender al cliente en los servicios propios de conserjería</p> <p>1.1 Al llegar el pasajero: Entrar las maletas y acomodarlas en la habitación correspondiente</p> <p>1.2 Durante la estadía del pasajero debe asistir al pasajero con orientación y mandados</p> <p>1.3 A la salida del pasajero: Bajar las maletas de la habitación y acomodarlas en la movilidad en que se retira</p> <p>1.4 En todo momento debe estar a disposición del Recepcionista o el Conserje, ubicándose en el Lobby del hotel, de pie en un lugar visible por si es llamado a efectuar alguna tarea</p> <p>2. Ejecutar las tareas de atención al cliente en los servicios solicitados (reservas de entradas para espectáculos, reservas para restaurantes, confirmaciones de vuelos, reclamaciones de equipaje en el aeropuerto, etc.)</p> <p>2.1 Atender las llamadas de los huéspedes y/o funcionarios atendiendo sus peticiones, tales como: bajar equipaje, llevar el periódico si así lo solicitaren</p> <p>2.2 Deberá entregar a las oficinas los encargos que haya siempre y cuando el recepcionista lo ordenare</p> <p>2.3 Verificar al momento que un cliente se retira si la recepción ya tiene la llave de la habitación en la cual estuvo registrado</p> <p>2.4 Deberá estar a disposición del huésped en lo que necesitare</p> |
|---------------------------------------|--|

| CHEF | |
|----------------------------|--|
| Descripción | Este cargo es responsable de toda la gestión de la cocina. Se encarga de supervisar a los empleados, crear menús y con la asistencia del "jefe de restaurante" establece la planificación de la compra de los ingredientes, entrena a los aprendices, supervisa y mantiene la higiene de las áreas de preparación de alimentos. |
| Perfil | <p>Idioma: Inglés Avanzado</p> <p>Estudios Superiores: Universitarios y/o Técnicos.</p> <p>Títulos: Administración Hotelería y Turismo, gastronómica.</p> <p>Estudios Complementarios: Conocimientos en sistemas hoteleros, computación gastronómica nacional e internacional, buenas prácticas de seguridad alimentaria, etiqueta, enología.</p> <p>Experiencia: Mínimo 3 años de experiencia en cargos similares.</p> <p>Competencias Organizacionales: Organización, Control, Toma de decisiones, Responsabilidad, Asertividad, Domino completo de, Microsoft Office, Liderazgo y Toma de Decisiones, Manejo de personal.</p> |
| Manual de Funciones | <ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar, dirigir, coordinar, capacitar y programar al personal que le sea asignado. 2. Supervisar, controlar y requerir los inventarios de insumos de su área Desempeñarse como anfitrión de su área y solucionar inconformidades del servicio. 3. Supervisar la adecuada presentación y montaje de su área de servicio Responder por las reservas de los clientes del restaurante. 4. Conocer y ofrecer profesionalmente las cartas de alimentos, vinos. 5. Coordinar la prestación del servicio con el departamento de cocina. 6. Supervisar la adecuada, presentación, aceptación y trámite de las cuentas al cliente. 7. Sugerir y colaborar en la selección de personal para su área. 8. Responder por los estándares y cumplimiento del plan de saneamiento de su área. |

| | |
|---------------------------------------|---|
| <p>Manual de Procedimiento</p> | <p>1. Supervisar, dirigir, coordinar, capacitar y programar al personal que le sea asignado</p> <p>1.1 Mantener las preparaciones en las temperaturas adecuadas para preparaciones frías y calientes 1.2 Disminuir al máximo el tiempo entre la preparación, el montaje y la distribución de las preparaciones 1.3 Utilizar equipos y utensilios higienizados 1.4 Capacitar al personal en el cumplimiento de las normas de higiene adjuntas en el manual 1.5 Supervisar constantemente el cumplimiento de estas</p> <p>2. Sugerir y colaborar en la selección de personal para su área</p> <p>2.1 Junto con el gerente general el jefe de compras y el chef elabora especificaciones de estándar de compras de alimentos y bebidas, las cuales se deben actualizar periódicamente 2.2 Revisar que todas las personas a su cargo cumplan con las normas estándares de cocina e higiene 2.3 Revisa que los elementos de trabajo este en buen estado y limpios 2.4 Revisa el funcionamiento de los equipos de trabajo y en caso de fallas, reportarlo con el jefe de restaurante</p> |
|---------------------------------------|---|

| AUXILIAR DE COCINA | |
|----------------------------|--|
| Descripción | Este cargo es el responsable de asistir a jefe de cocina en las labores que no requieren un alto grado de especialización, responsabilizándose de la limpieza de las áreas de trabajo, del equipamiento y de los utensilios de cocina. |
| Perfil | <p>Estudios Superiores: Técnicos y/o Tecnólogo.</p> <p>Títulos: Gastronomía y/o Alimentos y Bebidas.</p> <p>Estudios Complementarios: Gastronomía nacional e internacional, buenas prácticas de seguridad alimentaria.</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.</p> <p>Competencias Organizacionales: Creatividad, Entusiasmo, Perseverancia, Orientación a resultados, Comunicación Asertiva y Persuasión, Trabajo en equipo, Capacidad de trabajo bajo presión.</p> |
| Manual de Funciones | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ayudar a los cocineros a preparar los alimentos (p.ej., limpiar y pelar frutas y verduras, cortar pan y carne). 2. Medir y mezclar ingredientes utilizando básculas y jarras medidoras. 3. Preparar platos para servir. 4. Preparar comida simple como salsas, aliños, sándwiches, sopas, postres, etc. 5. Controlar las existencias e informar al supervisor cuando se necesite hacer más pedidos. 6. Desempaquetar y almacenar las existencias en congeladores, armarios y otras áreas de almacenaje. 7. Mantener limpia la zona de trabajo (p.ej., limpiando las superficies de trabajo, los utensilios, los armarios y el equipo de cocina). 8. Mantener limpia la cocina (p.ej., barriendo y fregando suelos y sacando la basura). 9. Escurrir y lavar los platos y colocarlos en el sitio adecuado (p.ej., en armarios, cajones, etc.). |

| | |
|--------------------------------|---|
| Manual de Procedimiento | <p>1. Preparar platos para servir</p> <p>1.1 Elabora platos fuertes, postres, entradas con los debidos lineamientos 1.2 Participa en la elaboración de las recetas estándar junto con el chef 1.3 Revisa que los platos vayan adecuadamente a la mesa 1.4 Limpia los utensilios y platos de la cocina</p> <p>2. Preparar comida simple como salsas, aliños, sándwiches, sopas, postres, etc.</p> <p>2.1 Elabora salsas y aliños conforme la receta estándar 2.2 Supervisa los tiempos de cocción que cumplan con los debidos estándares de preparación 2.3 Solicita los debidos ingredientes a tiempo todos los días 2.4 Realiza inventario del menaje y de ingredientes antes de realizar la preparación de comida</p> |
|--------------------------------|---|

| AMA DE LLAVES | |
|----------------------------|--|
| Descripción | Este cargo es el responsable de mantener limpios el lobby, los pasillos, las áreas comunes, las oficinas y las habitaciones de hoteles, moteles, hostales, resorts o de cualquier establecimiento similar. |
| Perfil | <p>Idioma: Inglés Avanzado</p> <p>Estudios Superiores: Universitarios y/o Técnicos.</p> <p>Títulos: Administración de Empresas, Hotelería y Turismo.</p> <p>Estudios Complementarios: Conocimientos en sistema de computación, comercialización.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 año de experiencia en cargos similares.</p> <p>Competencias Organizacionales: Organización, Control, Toma de decisiones, Responsabilidad, Asertividad, Domino completo de, Microsoft Office, Liderazgo y Toma de Decisiones, Manejo de personal.</p> |
| Manual de Funciones | <ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisar la limpieza y mantener en buen estado de funcionamiento y servicio las habitaciones del hotel y las áreas comunes. 2. Elaborar informes diarios sobre el estado de las habitaciones. 3. Realizar inventario de la lencería, uniformes del personal, mobiliario, equipos y suministros de limpieza. 4. Llevar a cabo servicio a la habitación en caso de ser requerido por el huésped. 5. Reportar y custodiar los objetos perdidos para poder entregárselos a sus respectivos dueños a la brevedad posible. 6. Responder preguntas de los huéspedes sobre las instalaciones del hotel. 7. Atender las solicitudes de clientes especiales o V.I.P. de manera rápida, eficaz y profesional. 8. Coordinar los servicios de lavandería y apoyar al departamento. 9. Presupuestar los gastos del departamento, en caso de ser necesario. 10. Cumplir con las políticas, lineamientos y procedimientos del hotel en cuanto a calidad de servicio, además de las políticas de seguridad y sanidad. |

| | |
|---------------------------------------|---|
| <p>Manual de Procedimiento</p> | <p>1. Supervisar la limpieza y mantener en buen estado de funcionamiento y servicio las habitaciones del hotel y las áreas comunes</p> <p>1.1 Verifica la lista de huéspedes enviada por el departamento de recepción 1.2 Supervisa la lista de cambios de habitación, VIP, cortesías; en caso necesario lo realiza telefónicamente 1.3 Revisa pizarra y bitácora, con el fin de enterarse de los pormenores ocurridos en cada turno de trabajo 1.4 Revisa su agenda con el fin de reconfirmar citas, presentarse a juntas etcétera</p> <p>2. Reportar y custodiar los objetos perdidos para poder entregárselos a sus respectivos dueños a la brevedad posible</p> <p>2.1 Controla las llaves de las camaristas y las llaves maestras 2.2 Controla, custodia y devuelve los objetos perdidos y encontrados 2.3 Controla el archivo del departamento 2.4 Coadyuva a mantener en buen estado de funcionamiento y servicio las habitaciones del hotel</p> |
|---------------------------------------|---|

| AUXILIAR DE LIMPIEZA | |
|-----------------------------|---|
| Descripción | Este cargo es responsable de brindar asesoramiento por medio de atención telefónica y vía email a los clientes internos y externos; para asegurar de esta manera la venta de servicios. |
| Perfil | <p>Estudios Superiores: Técnicos y/o Tecnólogo.</p> <p>Títulos: Administración en Hotelería, Servicio de Alojamiento, Servicio al Cliente.</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.</p> <p>Competencias Organizacionales: Servicio, Determinación y actitud, Entusiasmo, Perseverancia, Orientación a resultados, Comunicación Asertiva y Persuasión, Trabajo en equipo.</p> |
| Manual de Funciones | <ol style="list-style-type: none"> 1. Limpiar y desinfectar las áreas que le sean asignadas de acuerdo a instrucciones específicas que reciba. 2. Solicitar los equipos, herramientas e insumos de limpieza y desinfección, para ejecutar sus actividades. 3. Ordenar los muebles y equipos existentes en su área. 4. Organizar con la Administración y/o con las diferentes áreas de la Empresa el desarrollo de sus funciones. 5. Realizar los requerimientos de forma mensual y oportuna de suministros de oficina, con la finalidad de mantener suficiente stock. 6. Mantener el orden y la limpieza de la bodega de suministros de oficina. 7. Realizar de forma mensual los inventarios de la bodega de suministros de oficina, con la finalidad de conocer la existencia para el posterior requerimiento. |

| | |
|--------------------------------|---|
| Manual de Procedimiento | <p>1. Limpieza y desinfección de habitaciones</p> <p>1.1. Alistar equipos y herramientas de limpieza</p> <p>1.2. Verificar que el huésped no se encuentre en la habitación</p> <p>1.3. Iniciar con la limpieza y desinfección de las diferentes áreas de la habitación, para esto se debe utilizar los planteamientos y conocimientos requeridos para la realización de estas funciones</p> <p>1.4. Entrega de habitación</p> <p>1.5. Realizar registro de limpieza de habitación en el sistema</p> <p>2. Limpieza de áreas públicas</p> <p>2.1. Alistar equipos y herramientas de limpieza</p> <p>2.2. Colocar señalización en las áreas que serán limpiadas</p> <p>2.3. Iniciar con la limpieza y desinfección, para esto se debe utilizar los planteamientos y conocimientos requeridos para la realización de estas funciones</p> <p>2.4. Realizar registro de limpieza de áreas públicas en el sistema</p> |
|--------------------------------|---|

| CONTADOR | |
|----------------------------|--|
| Descripción | Este cargo es responsable de planificar las actividades contables de hotel, controlando y verificando los procesos de registro, clasificación y contabilización del movimiento contable, a fin de garantizar que los estados financieros sean confiable y oportunos. |
| Perfil | <p>Idioma: Inglés Avanzado</p> <p>Estudios Superiores: Universitarios y/o Técnicos.</p> <p>Títulos: Administración de empresas, financiero, contabilidad.</p> <p>Estudios Complementarios: Conocimientos en sistemas hoteleros, computación, administración, finanzas, contabilidad.</p> <p>Experiencia: Mínimo 3 años de experiencia en cargos similares.</p> <p>Competencias Organizacionales: Organización, Control, Toma de decisiones, Responsabilidad, Asertividad, Domino completo de, Microsoft Office, Liderazgo y Toma de Decisiones, Manejo de personal.</p> |
| Manual de Funciones | <ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar y coordina las operaciones administrativas contables. 2. Coordina y supervisa las actividades de revisión, contabilización y codificación. 3. Controlar la emisión y aprobación de órdenes de pago, cheques y otros. 4. Examinar, clasificar, codificar y contabilizar, transferencias bancarias, nóminas de personal, notas de débito y créditos bancarios, cheques anulados y otros ingresos recibidos por la unidad de Tesorería. 5. Supervisar los análisis contables de las operaciones. 6. Elaborar las notas de créditos y débitos a nombre de los beneficiarios de las retenciones y aportes derivados de la nómina. 7. Velar por el mantenimiento y actualización del sistema de contabilidad y bienes de la Institución. 8. Participar en la elaboración del presupuesto, memoria y cuenta de la unidad. 9. Revisar y firmar las conciliaciones bancarias, balance de bienes, impuestos y gastos. • Revisa y verifica el proceso de conciliación bancaria. |

| | |
|---------------------------------------|--|
| <p>Manual de Procedimiento</p> | <p>1. Controlar la emisión y aprobación de órdenes de pago, cheques y otros.</p> <p>1.1. Recepción de solicitud por parte de Jefe de Recepción o de Operaciones 1.2. Analizar características de solicitud 1.3. Elaborar orden de pago 1.4. Presentar al Gerente Adm y Fin. para revisión y aprobación 1.5. Radicar orden de pago a las áreas correspondientes 1.6. Realizar seguimiento de transacción 1.7. Registrar información en el historial de movimientos bancarios 1.8. Dar cierre final</p> <p>2. Realizar supervisión mensual de entradas y salidas de dinero - cuenta del hotel</p> <p>2.1. Solicitar extracto de movimientos bancarios al Banco 2.2. Reclamar extractos 2.3. Analizar información de acuerdo con los diferentes informes entregados por las áreas de recepción y compras 2.4. Realizar cruces de todos los movimientos de entradas y salidas 2.5. Elaborar reporte mensual y presentar al Gerente Financiero y Gerente General 2.6. Registrar información en los libros contables</p> |
|---------------------------------------|--|

| ANALISTA ADMINISTRATIVO | |
|--------------------------------|--|
| Descripción | Este cargo es responsable de lograr un adecuado control y manejo de documentos del área donde labore, (administrativos, técnicos y presupuestales), así como apoyar en la tramitación y seguimientos de estos. |
| Perfil | <p>Idioma: Inglés Intermedio</p> <p>Estudios Superiores: Universitarios y/o Técnicos.</p> <p>Títulos: Administración de empresas, financiero, contabilidad.</p> <p>Estudios Complementarios: Conocimientos en sistemas hoteleros, computación, administración, finanzas, contabilidad.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.</p> <p>Competencias Organizacionales: Organización, Control, Toma de decisiones, Responsabilidad, Asertividad, Domino completo de, Microsoft Office, Liderazgo y Toma de Decisiones, Manejo de personal.</p> |
| Manual de Funciones | <ol style="list-style-type: none"> 1. Recopilar, verificar y clasificar la información que se recibe en el área. 2. Proporcionar la información que se le solicite. 3. Registrar y llevar los controles correspondientes tanto en la documentación que se recibe, como en la que se entrega regularmente por el área. 4. Diseñar e implementar el sistema de archivo de acuerdo a sus necesidades. 5. Mantener actualizado el archivo existente, para automatizar y mejorar el manejo de su área. 6. Efectuar la apertura, clausura y archivo de expedientes según corresponda. 7. Informar periódicamente el estado que guarda el archivo. 8. Llevar a cabo todas las actividades inherentes a su puesto. 9. Elaborar nómina de empleados. 10. Gestionar trámites ante entidades públicas y privadas. 11. Apoyar en funciones financieras y contables de acuerdo con requerimientos. |

| | |
|--------------------------------|---|
| Manual de Procedimiento | <ol style="list-style-type: none">1. Elaborar nómina de empleados<ol style="list-style-type: none">1.1. Ingresar a la plataforma o sistema contable de la compañía1.2. Generar los reportes correspondientes a control de novedades de nómina1.3. Revisar y analizar información1.4. Actualizar sistema de acuerdo con esta información1.5. Liquidar nómina de los empleados1.6. Revisar novedad post pagos1.7. Realizar las modificaciones para dar cumplimiento a toda la nómina1.8. Dar cierre final 2. Gestionar trámites ante entidades públicas y privadas.<ol style="list-style-type: none">2.1. Revisar semanalmente los documentos de la compañía2.2. Validar su vigencia2.3. En caso de estar vencidos iniciar con los trámites de actualización con las entidades correspondientes2.4. Diligenciar formulario, realizar pagos y radicar documentación2.5. Mantener seguimiento |
|--------------------------------|---|

ANEXO 10 Propuesta de Materiales para la Construcción del Ecolodge

| Listado y Tipo de Materiales | |
|------------------------------|--|
| Estructura y cerramientos | |
| Nombre | Descripción |
| Bloques de hormigón | Su composición se basa en una mezcla de hormigón y mortero que fraguan en moldes estandarizados hasta completar su secado |
| Ladrillos de tierra cocida | Regula la humedad de forma natural con lo que conseguimos estabilizar el ambiente interior |
| Ladrillos de cerámica | Siguen las características funcionales de los de tierra cocida, es decir, gran capacidad mecánica |
| Termo arcilla | Se considera como un bloque cerámico de baja densidad con unas propiedades de aislamiento térmico y acústico que garantizan un ahorro de energía |
| La madera | Material que ofrece versatilidad, resistencia, ligereza y al ser higroscópico, contribuye a regular la humedad de forma natural |
| Aislamientos | |
| Corcho | Se obtiene de la corteza del alcornoque. Se considera un recurso renovable y respetuoso con su entorno |
| El lino y El cáñamo | Proceden de plantas de fácil cultivo y cuyas propiedades aislantes se están explotando cada vez más en la construcción |
| La celulosa | Es un material totalmente reciclado, procedente de residuos del papel. No se necesita mucha energía para su elaboración y a pesar de su ligereza, tiene una buena capacidad aislante |
| La paja y el coco | Son materiales con poca huella ecológica y que requieren poca energía para su producción. La paja se puede usar como aislante mezclándola con mortero |

| Revestimientos | |
|---------------------------------|---|
| Morteros de arcilla | Material que tiene la capacidad para aislar del ruido y cambios bruscos de temperatura |
| Mortero de yeso | Nezcla se produce con arena, yeso y agua. Su estética final es igual a la del yeso, pero con mayor resistencia al fuego |
| Canalizaciones de agua | |
| El polietileno de alta densidad | Es un polímero termoplástico conformado por diferentes unidades de etileno. ligero, flexible y tiene una alta resistencia química y térmica. Soporta perfectamente el agua a unas temperaturas de 60-100°C y no puede ser atacado por los químicos |
| El polibutileno | Es un material termoplástico (se vuelve moldeable con la acción del calor y se endurece al enfriarse), tiene mucha flexibilidad y una alta resistencia química |
| Las tuberías de cobre | Son muy duraderas porque el cobre no se corroe. Además, es resistente al fuego. |
| El polipropileno | Es liso y reduce el ruido pro-fricción, además de aislar el calor bastante bien |
| Pavimentos | |
| El barro cocido | Es un material natural y ecológico que se compone a base de arcilla. En general se coloca en forma de baldosas cuando se utiliza como pavimento |
| Los suelos continuos de mortero | Se caracterizan por ofrecer muy buena resistencia mecánica – golpes y/o peso |
| La madera encolada | Se coloca sobre una capa nivelada horizontalmente mediante colas especiales o mortero autonivelante |
| Pavimentos flotantes | Se colocan las tablillas de madera sobre un aislamiento o algún elemento elástico y encajándolas por unas ondulaciones en sus bordes. Se considera un sistema eficaz, rápido de montaje y económico. |
| Tarima | Se ayuda de una subestructura en forma de rastreles para elevar las tablillas de madera. Una ventaja extra de este sistema es que, al elevar el suelo, se genera una cámara de aire entre el forjado y el pavimento que contribuye a tener una mejor sensación acústica |
| Suelos pétreos o cerámicos | Normalmente utilizamos suelos en exteriores ya que son resistentes al agua, pueden soportar grandes cargas y son poco resbaladizos |

| Pinturas y barnices | |
|-------------------------------------|--|
| Las pinturas al silicato y a la cal | Son permeables al vapor de agua, transpiran y gracias a que están fabricadas a base de componentes inorgánicos evitan la aparición de microorganismos como las algas y el moho. Son pinturas cuya base principal son materias primas minerales, que las hacen muy respetuosas con el medio ambiente. |
| Barnices de aceite de linaza | Tienen unas excelentes cualidades como protector. Es transpirable e impermeable además de proteger la madera de ataques de insectos siempre de forma natural |
| Las ceras | Se aplican con un fin de acabado superficial. Sirven en general para dar a la madera un aspecto más natural. Existen ceras de origen vegetal (cera de carnaubas), animal (cera de abeja) o incluso origen mineral (cera de lignito o parafina) |

ANEXO 11 Requisitos de Planta y Servicios NTSH 008

| REQUISITOS DE PLANTA Y SERVICIOS | | |
|----------------------------------|-----------------|---|
| 1 | Edificación | tener iluminación exterior e interior y garantizar la prestación del servicio de energía cuando sea requerido |
| 2 | | tener señalización arquitectónica y de seguridad |
| 3 | | contar con mobiliario en buen estado |
| 4 | | tener las redes de servicios sanitarios, ocultas en las paredes o pisos |
| 5 | | tener redes de servicios eléctricos conducidas a través de ductos o canaletas aislantes, y sus uniones protegidas por cajas |
| 6 | | tener las redes de servicios hidráulicos protegidas y canalizadas |
| 7 | | tener las habitaciones y cocina con iluminación eléctrica |
| 8 | | tener las habitaciones y cocina con ventilación e iluminación natural directa |
| 9 | Estacionamiento | debe como mínimo contar con zona de parqueo con iluminación nocturna - cuando aplique |
| 10 | Áreas verdes | debe como mínimo contar con áreas verdes, garantizando su buen estado de conservación, privilegiando el uso de flora nativa |
| 11 | Emergencias | detectores de humo o de calor en áreas cerradas, según concepto técnico de la autoridad competente o afines |
| 12 | | mecanismos de extinción con cargas vigentes, según concepto técnico de la autoridad competente |
| 13 | | tener un plan de emergencias |
| 14 | Recepción | debe como mínimo contar con instalaciones iluminadas, mobiliario confortable y en buen estado de conservación |

| | | |
|----|-----------------------|--|
| 15 | Corredores / Pasillos | debe como mínimo tener corredores/pasillos iluminados, con espacios de circulación libres de obstáculos - Para construcciones nuevas, después de publicada la norma, se recomienda que estos tengan como mínimo 90 cm de ancho |
| 16 | Baños públicos | debe como mínimo tener baños independientes para cada género |
| 17 | Climatización | debe como mínimo tener ventilación mecánica o natural |
| 18 | Habitaciones | garantizar que las habitaciones cuentan con espacios de circulación y con los elementos de planta, accesibilidad y servicio, además deben tener: puertas y ventanas en cada una de las habitaciones; un sistema de cierre en puertas y ventanas que garantice la seguridad de la habitación; ventilación mecánica o natural; camas sencillas o dobles; colchón en cada una de las camas con su fecha de rotación vigente; una mesa de noche en habitación con dos camas; dos mesas de noche en habitaciones con una cama doble; closet o armario acorde con la capacidad de ocupación de la habitación; una silla o puesto de sofá por habitación; un elemento decorativo; una toma eléctrica libre disponible para uso y de fácil acceso; iluminación general |
| 19 | | tener baño privado en la habitación, el cual debe como mínimo garantizar el suministro de agua las 24 (h) horas; ventilación mecánica o natural; espejo; conexión para aparatos eléctricos cerca del lavamanos con la indicación del voltaje |
| 20 | | tenerlos siguientes elementos para la prestación del servicio: sanitario con aro y tapa; toallero; jabonera; portarrollos de papel; cesto para papeles; ducha; piso o superficie antideslizante y pasamanos de seguridad |
| 21 | Áreas recreativas | tener el servicio de piscina propia o contratada NOTA 1 No aplica en clima frío. |
| 22 | | contar con áreas recreativas en instalaciones propias o contratadas |
| 23 | Alimentos y bebidas | ofrecer el servicio de alimentos y bebidas |
| 24 | | prestar el servicio de alimentación en horas determinadas |
| 25 | | contar en el área con mesas y puestos de sillas requeridos, de acuerdo con el máximo de ocupación del establecimiento |

| | | |
|----|---|---|
| 26 | Reserva de agua para todo el establecimiento | debe como mínimo tener un sistema de almacenamiento que garantice el suministro de agua para dos (2) días de consumo promedio con una ocupación del 100 % del establecimiento |
| 27 | Zonas generales | cuarto de máquinas y herramientas |
| 28 | | cuarto y recipientes identificados para el almacenamiento temporal de residuos sólidos |
| 29 | | un programa de manejo de residuos sólidos |
| 30 | | un sistema de recolección de aguas residuales y/o alcantarillado |
| 31 | Mantenimiento del establecimiento Edificación | un procedimiento de mantenimiento correctivo y preventivo y registros que evidencien el cumplimiento y actividades del mismo |
| 32 | | un procedimiento de mantenimiento de áreas verdes y registros que evidencien el cumplimiento y actividades del mismo |
| 33 | | un procedimiento de mantenimiento correctivo y preventivo de baños de habitaciones y registros que evidencien el cumplimiento y actividades del mismo |
| 35 | Mantenimiento del establecimiento Programas | un programa y registros de control de plagas |
| 36 | | un programa y registros de mantenimiento correctivo y preventivo para el mobiliario de las habitaciones |
| 37 | | un programa y registros de limpieza y desinfección diario de los baños públicos |
| 38 | | un programa y registros de mantenimiento correctivo y preventivo del cuarto de máquinas |
| 39 | | un programa y registros de mantenimiento correctivo y preventivo para el cuarto de manejo de residuos sólidos |
| | | un programa y registros de mantenimiento correctivo y preventivo para el sistema de recolección de aguas residuales |
| 40 | | debe como mínimo tener la entrada principal y una habitación adecuada para prestar servicios a personas con discapacidad |
| 41 | Mantenimiento del establecimiento Limpieza | debe como mínimo tener la entrada principal y una habitación adecuada para prestar servicios a personas con discapacidad |

| REQUISITOS DE SERVICIO | | |
|------------------------|------------------------------|--|
| 43 | Servicio del establecimiento | debe emplear mecanismos que garanticen la disminución de la contaminación auditiva, que genere la maquinaria utilizada en el establecimiento |
| 44 | Baños públicos | garantizar el suministro de agua las 24 (h) horas |
| 45 | | tener ventilación mecánica o natural |
| 46 | | tener los siguientes elementos para la prestación del servicio como: cesto para papeles; toallas de papel para manos, dispensador con jabón líquido y porta rollos con papel higiénico |
| 47 | | gancho para colgar bolsos, chaquetas |
| 48 | Servicio de equipaje | garantizar que el personal está atento a la llegada y salida de clientes o visitantes y les saluda, o se despide de ellos cortésmente |
| 49 | | disponer del servicio de traslado y recogida del equipaje desde todas las habitaciones a solicitud del cliente |
| 50 | Servicio de recepción | garantizar el servicio las 24 (h) horas |
| 51 | | dar el trato al cliente de acuerdo con el protocolo de servicio del establecimiento de alojamiento |
| 52 | | tener un registro de huéspedes (tarjeta de registro hotelero) |
| 53 | | contar con servicio de comunicación |
| 54 | | tener en un lugar visible las tarifas vigentes |
| 55 | | informar sobre la hora de salida (Check Out) |
| 56 | | informar al cliente en el momento de llegada, sobre las condiciones de acceso al servicio telefónico y a los servicios complementarios y de alimentos y bebidas |
| 57 | | contar con una guía turística y mapas del destino |
| 58 | | brindar información sobre los puntos de mayor atractivo turístico de la zona de ubicación del establecimiento de alojamiento |

| | | |
|----|--|---|
| 59 | Prevención y anticipación de quejas | establecer un procedimiento para la atención de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, que incluya registros y seguimiento |
| 60 | Prevención y anticipación de quejas | informar sobre las condiciones y características especiales del cliente (edad avanzada, discapacitado, entre otros) o requisitos presentados por el mismo |
| 61 | Registro y acomodación (Check In) | acompañar al huésped a su habitación siempre que él lo desee |
| 62 | | disponer de los recursos necesarios para la correcta atención, cuando se trate de grupos |
| 63 | | tener un exacto y preciso conocimiento del establecimiento, localización de todas las dependencias, habitaciones y servicios |
| 64 | | tener dispuestas las habitaciones del establecimiento de alojamiento para entregar a los clientes a las 15:00 horas o según lo establecido y comunicado por las políticas del establecimiento |
| 65 | | ofrecer el servicio de custodia de maletas hasta que el cliente quede alojado |
| 66 | Cancelación de cuenta y salida (Check Out) | preparar la cuenta de la cliente clara, detallada y con antelación a su salida |
| 67 | | disponer de facilidades para el cobro mediante diferentes medios de pago, los cuales serán expuestos al cliente en un lugar visible -Cuando aplique |
| 68 | | realizar la comprobación de tarjetas de crédito y/o débito, de acuerdo con el protocolo de servicio y seguridad - Cuando aplique |
| 69 | Servicio de reservas | recoger todas las especificaciones de reserva realizadas por el cliente y atenderlas |
| 70 | | disponer de los medios, que le permitan realizar reservas con prontitud, fiabilidad y eficacia |
| 71 | | registrar la reserva en el mismo momento en que se recibe y confirmarla de acuerdo con lo dispuesto por el establecimiento de alojamiento |
| 72 | | asegurar al cliente que su reserva confirmada es respetada siempre que esté aceptada y garantizada por el cliente o según las condiciones pactadas |
| 73 | | justificar y registrar cualquier cambio en la reserva realizado por el establecimiento |

| | | |
|----|------------------------------|---|
| 74 | Servicio de reservas | realizar un control del nivel de reservas, tomando las medidas oportunas para evitar situaciones de llegada de clientes con reserva y sin posibilidad de alojarlo |
| 75 | | registrar un número telefónico u otro medio de comunicación del cliente para comunicarle cualquier imprevisto o cambio |
| 76 | | informar al cliente las diferentes formas de pago |
| 77 | | informar la disponibilidad para el servicio de estacionamiento - Cuando aplique |
| 78 | Habitaciones Seguridad | debe como mínimo tener las instrucciones de emergencia y evacuación en un lugar visible |
| 79 | Habitaciones Ventanas | tener cortinas, persianas, Black Out o similares que asegure la oscuridad de la habitación, sin manchas ni roturas |
| 80 | | garantizar que el mecanismo de funcionamiento de las cortinas, persianas, Black Out o similares estén en perfecto estado y que su apertura o cierre se desarrolle normalmente |
| 81 | Habitaciones Ropa de cama | disponer de tendidos, sábanas, sobre sábanas, fundas, protectores de colchón, protectores de almohadas, sin manchas, descocidos, perforaciones o decoloración de los tejidos |
| 82 | | garantizar que la ropa de cama es de género 50 % poliéster y 50 % algodón |
| 83 | | tener un inventario de 2,0 juegos por cama |
| 84 | | tener almohadas y cobijas disponibles por cama a solicitud del huésped |
| 85 | Baño de habitaciones Toallas | tener una toalla de manos por habitación y una de cuerpo por cada huésped |
| 86 | | tener toalla o pañuelos faciales |
| 87 | | tener toallas de cuerpo de 0,60 m x 1,20 m, de 550 gr/m ² , peso 376 gr |
| 88 | | tener toallas para manos de 0,40 m x 0,68 m |
| 89 | | disponer de toallas, sin manchas, descocidos, perforaciones o decoloración de los tejidos |
| 90 | | tener un inventario de dos toallas de cuerpo por cada huésped, de acuerdo con la capacidad máxima de alojamiento y dos toallas de manos por habitación |

| | | |
|-----|--|--|
| 91 | Baño de habitaciones | papel higiénico |
| 92 | Artículos y enseres | amenities (champú, y jabón) |
| 93 | Alimentos y bebidas | debe como mínimo tener carta de alimentos y bebidas - Cuando aplique |
| 94 | Servicio de restaurante Características del servicio | tener los elementos del montaje limpios, sin roturas ni manchas |
| 95 | | garantizar que los cubremanteles, tapas, servilletas o similares, son cambiados en cada rotación de clientes |
| 96 | Servicio de restaurante Vajilla | tener vajilla de cerámica y garantizar que la misma se encuentra completamente uniforme |
| 97 | | tener un menaje corresponde al 120 % de la capacidad en huéspedes del lugar |
| 98 | | garantizar que la vajilla se encuentra en perfecto estado de conservación (sin ralladuras, roturas o manchas) |
| 99 | Servicio de restaurante Cristalería | tener cristalería |
| 100 | | garantizar que la cristalería se encuentra en perfecto estado de conservación (sin ralladuras, roturas) |
| 101 | Servicio de restaurante Cubertería | tener cubertería |
| 102 | | tener un menaje corresponde al 120 % de la capacidad en huéspedes del lugar |
| 103 | | garantizar que la cubertería se encuentra completamente uniforme y en perfecto estado de conservación (sin ralladuras, roturas o torceduras) |
| 104 | Servicio de restaurante personal de A y B | tener los uniformes, sin roturas, sin manchas y limpios |
| 105 | Servicios complementarios del establecimiento Servicios básicos | contar con servicio de lavandería |
| 106 | | tener cajilla de seguridad |
| 107 | Servicios complementarios del establecimiento Servicios extras | ofrecer al huésped la información necesaria para excursiones o tours |
| 108 | | facilitar el acceso a servicios médicos |
| 109 | | tener botiquín de primeros auxilios de conformidad con lo establecido en la legislación |

| | | |
|-----|------------------------------|--|
| 110 | | ofrecer el servicio de seguro de huéspedes |
| 111 | Seguridad | disponer de los medios de seguridad y personal capacitado que permitan controlar los accesos al establecimiento y a las habitaciones durante las 24(h) horas |
| 112 | | controlar el acceso de los visitantes al establecimiento, no alojados en el mismo |
| 113 | | disponer de mecanismos que aseguren que el cliente recupera los objetos olvidados en el establecimiento de alojamiento |
| 114 | Personal del establecimiento | establecer y documentar los perfiles de educación, experiencia, capacitación y habilidades requeridas para el servicio al cliente |
| 115 | | establecer en forma periódica programas de entrenamiento y capacitación de todo el personal relacionado con todas las actividades del establecimiento |
| 116 | | garantizar que todo el personal cuente con uniforme y elementos distintivos que los identifiquen como personal del establecimiento |

