

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 11

Código de la dependencia.

FECHA	lunes, 9 de mayo de 2022
--------------	--------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Extensión Soacha
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Del Deporte Y La Educación Física
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Ciencias del Deporte y La Educación Física.

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Acosta Gómez	Adrián Eduardo	1012395461
Sánchez Ariza	Juan Sebastián	1026303022
Velandia Montenegro	Juan Javier	79698051

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Fonseca Franco	Ingrid Patricia
Fonseca Camacho	Deivy Frederic

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 11

TÍTULO DEL DOCUMENTO

Plan de negocio para la oferta de servicios ecoturísticos en Soacha Cundinamarca:
propuesta para la creación de Mirar hacia el futuro

SUBTÍTULO

(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

EXCLUSIVO PARA PUBLICACIÓN DESDE LA DIRECCIÓN INVESTIGACIÓN

INDICADORES	NÚMERO
ISBN	
ISSN	
ISMN	

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
09/05/2022	120

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)

ESPAÑOL	INGLÉS
1. Plan de negocio	business plan
2. Estudio de mercado	Market study
3. Ecoturismo	Ecotourism
4. Actividad Física	Activity physical
5. Emprendimiento	entrepreneurship
6. Conservación de la naturaleza	Nature conservation


FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)

Andía Valencia, Walter, & Paucara Pinto, Elizabeth (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 16(1), 80-84.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81629469009>

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2


	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 11

- Aragón, M. (2014). Análisis del ecoturismo como alternativa de desarrollo sustentable en Latinoamérica (México, Costa Rica y Ecuador). El Colegio de la Frontera Sur. Université de Sherbrooke.
- Ardila Castaneda, L. M. (2015). Frontera Sua, Soacha red de turismo estrategia de divulgación para el ecoturismo y turismo de aventura (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios).
- Arévalo, D. P. S. (2018). Corporalidad, corporeidad, corpófera. Revista de Investigación y Pedagogía del Arte, (3).
- Berbeo-Rodríguez J. M., Hernández-Santamaría E. & Parada-Parada S. M. (2020). Creación de una empresa de Ecoturismo en la provincia de Vélez Santander. Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Economía. Especialización en Formulación y Evaluación Social y Económica de Proyectos. Bogotá, Colombia
- Bringas Rábago, N. L., & Ojeda Revah, L. (2000). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas?. Economía Sociedad Y Territorio. <https://doi.org/10.22136/est002000436>
- Cámara de comercio Bogota (2018) En seis años el PIB del turismo creció 24%. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2018/Marzo-2018/En-seis-anos-el-PIB-del-turismo-crecio-24>
- Cànoves, G., Villarino, M., & Herrera, L. (2006). Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 41, 199-217.
- Castro, S. (18 noviembre de 2020) El complejo panorama para el turismo. La República. <https://www.larepublica.co/analisis/santiago-castro-513871/el-complejo-panorama-para-el-turismo-3090075>
- Chirivella, E. C. (2001). Deporte, salud, bienestar y calidad de vida. Cuadernos de psicología del deporte, 1.
- Creswell (2013) lado a lado" se incluyen los resultados estadísticos de cada variable o hipótesis cuantitativa.
- Cutiupala, G. M. A., Baquero, J. C. C., Arévalo, P. A. V., Vinueza, S. A. B., & Velásquez, C. R. C. (2016). Diseño De Un Producto Agro-Ecoturístico En La Propiedad De La Empresa Agropecuaria Y Turística "AYT" Parroquia San Isidro, Cantón Guano, Provincia De Chimborazo. European Scientific Journal, ESJ, 12(32), 146.
- Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. Scientia et technica, 15(43), 326-331.
- Dulzaides Iglesias, M., & Molina Gómez, A. (2004). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. ACIMED, 12(2), 1. Recuperado en 26 de septiembre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352004000200011&lng=es&tlng=es.
- Escalante, Yolanda. (2011). Physical activity, exercise and fitness in the field of public health. Revista Española de Salud Pública, 85(4), 325-328. Recuperado en 12 de noviembre de 2021, de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272011000400001&lng=es&tlng=en.
- Escobar, A. (1998). La invención del Tercer Mundo: construcción y deconstrucción del desarrollo. Editorial Norma.
- Gallopín, G. C. (2003). Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico. Cepal.
- García Gutiérrez, Ivo, Pompa Mansilla, Sandra, & López, Álvaro. (2017). Ecoturismo como herramienta para promover el empoderamiento: el caso del Ejido San Francisco en el Área de Protección de Flora y Fauna Sierra de Álvarez, San Luis Potosí. El periplo sustentable, (32), 00001. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362017000100001&lng=es&tlng=es.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 11

- Hernández, E., Parada, S., Berbeo, J. (2020) creación de una empresa de ecoturismo en la provincia de Vélez Santander [Trabajo de grado] Universidad Nacional de Colombia.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014) Metodología de la investigación. McGraw Hill.
- Cujia, Pérez y Maestre (2016) Importancia de generar innovación, tecnología y desarrollo en el ámbito de ecoturismo.
- La República (10 enero de 2020) MinCIT espera que el turismo le aporte más de \$37,3 billones al PIB en este año. <https://www.larepublica.co/economia/gobierno-espera-que-el-turismo-le-aporte-373-billones-al-pib-este-ano-2950345>
- Llamas, F., & Fernández, J. (2018). La metodología Lean Startup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento. Revista Escuela de Administración de Negocios, (84), 79-95.
- Macedo, B. (2005) El concepto de sostenibilidad. Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe UNESCO. <http://tallerdesustentabilidad.ced.cl/wp/wp-content/uploads/2015/04/UNESCO-El-concepto-de-sustentabilidad.pdf>
- Maldonado-Alcudia, Minerva C., & Maldonado-Alcudia, César M.. (2019). Empresas cooperativas en la actividad turística sustentable en México. InterSedes, 20(41), 39-50. <https://dx.doi.org/10.15517/isucr.v20i41.38780>
- Martinez (2018) Modelo de negocio para una empresa de ecoturismo en Guatemala. <https://biblioteca-farmacia.usac.edu.gt/library/index.php?title=8853&query=@title=Special:GSMSearchPage@process=@autor=RODAS,%20A.%20@mode=&recnum=65>
- Martínez Quintana, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. Arbor, 193(785), a396. <https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Merino, M. (2015) Introducción a la investigación de mercados. ESIC Editorial
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2019) En 2019, comercio y turismo, motores del crecimiento económico: ministro José Manuel Restrepo. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/comercio-y-turismo-motores-crecimiento-economico>
- Mintzberg y quinn (1991) La estrategia es un plan metas y políticas. <https://www.redalyc.org/pdf/909/90913042002.pdf>
- Molina, C. D. M. (2011). Ecoturismo en Colombia: una respuesta a nuestra invaluable riqueza natural. TURyDES, 4(10).
- Mondragon (2019) Plan de ecoturismo para fortalecer el desarrollo turístico en humedales de ventanilla, Lim. <https://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/3309>
- Morales, A (2010). Territorio sagrado: cuerpo humano y naturaleza en el pensamiento maya. Cuicuilco, 17(48), 279-298.
- Moyano, L. (2015) Plan de negocios. Editorial Macro
- Najmanovich, D., & Sudamericano, A. I. (2001). Del cuerpo máquina al cuerpo entramado. Campo grupal, 30, 2-4.
- Niño Bernal, S. G., & Contreras Guevara, M. (2020). Actividad turística en el Parque Natural Chicaque como factor de desarrollo sostenible en las veredas Chicaque y Cascajal (Cundinamarca, Colombia) Turismo y Sociedad, 26.
- San martin (2018) Lo corporal se refiere a diferentes dimensiones. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/29863>
- Ochoa Fonseca, Fredy Alfonso, & James, Johannie, & Márquez, Germán (2013). Visión comunitaria de los beneficios derivados del ecoturismo en el Parque Nacional Natural Amacayacu (Amazonas, Colombia). Gestión y Ambiente, 16(1), 17-31. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169427489006>
- Ochoa, Beatriz, & Pasquali, Carlota (2010). Ecoturismo urbano: ¿existen condiciones para desarrollar la observación de aves, como actividad turística en Caracas?. Multiciencias, 10(2), 117-124. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90415607002>

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 11

Ochoa, Beatriz, & Pasquali, Carlota (2010). Ecoturismo urbano: ¿existen condiciones para desarrollar la observación de aves, como actividad turística en Caracas?. *Multiciencias*, 10(2),117-124. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90415607002>

Orgaz Agüera, Francisco, & Cañero Morales, Pablo (2015). El ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales: un estudio de caso en República Dominicana. *Ciencia y Sociedad*, 40(1),47-76. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87038991004>

Ospina Díaz, Milton Ricardo, & Mora, Ricardo, & Romero Infante, Jaime Alberto (2013). Ecoturismo: diagnóstico y propuesta estratégica para la oferta de destinos ecoturísticos en Colombia por parte de las agencias de turismo localizadas en Bogotá, D.C.. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, IX(17),7-28 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409633955002>

Pacheco, G. J. A., & Rojas, H. R. G. G. (2014). Turismo de salud por medio del aprovechamiento de aguas termales. Caso de la Ruta de la Salud Michoacán. *Economía y sociedad*, 18(31), 121-143.

Prieto, J. (2013) Investigación de mercados. ECOE Ediciones

Rebollo, N. (2012) Ecoturismo. Red Tercer Milenio

Talaya, A., Molina A. (2014) Investigación de mercados. ESIC Editorial

Vargas, A. (2017) Investigación de mercados. Fundación Universitaria del Área Andina


Véliz Burgos, A. (2021). Salud y bienestar: un campo multidisciplinario. *Revista de humanidades y ciencias sociales y multidisciplinaria*, 15-20. <http://www.100cs.cl/index.php/cs/article/view/178>

Vidarte Claros J. A., Vélez Álvarez C., Sandoval Cuellar C., & Alfonso Mora M. L. (2011). Actividad física: Estrategia de promoción de la salud. *Hacia la Promoción de la Salud*, 16(1), 202-218. Recuperado a partir de <https://revistasojs.ucaldas.edu.co/index.php/hacialapromociondelasalud/article/view/2006>

Viniegra, S. (2007) Entendiendo el plan de negocios.


Zarta Ávila, P. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula Rasa*, (28), 409-423. <https://doi.org/10.25058/20112742.n28.18>

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 11

Resumen: El presente proyecto de investigación tiene como objetivo formular un plan de negocio para la creación de una empresa de ecoturismo en el municipio de Soacha Cundinamarca, para ello se desarrolla una metodología de tipo mixta con el uso de la revisión documental y la encuesta, se llevaron a cabo tres etapas que consisten en la definición de la propuesta con un análisis diagnóstico del entorno y el desarrollo de la planeación estratégica con matrices como la DOFA y Canvas, así mismo se genera un estudio de las potencialidades del municipio. Una segunda fase consiste en la investigación de mercados y en las estrategias de promoción y fidelización de los clientes potenciales con base en las preferencias del mercado; por último, se realiza un estudio económico financiero que permita planear todos los procesos de creación de la empresa en términos monetarios. Los resultados demuestran que el ecoturismo es una actividad potencial y que tanto el entorno como el mercado tienen interés en el turismo de naturaleza con actividades comunitarias que permitan el desarrollo a nivel local. La muestra encuestada tiene altas expectativas con un proyecto en Soacha que les permita alternar con el turismo tradicional, siendo conscientes de que las actividades son diferenciadas y contribuyen con la concienciación ambiental. Finalmente, el estudio económico permite vislumbrar una rentabilidad idónea del negocio que permite la consecución de los objetivos estratégicos planteados.

Abstract: The objective of this research project is to formulate a business plan for the creation of an ecotourism company in the municipality of Soacha Cundinamarca, for this a mixed methodology is developed with the use of documentary review and survey, three stages are carried out consisting of the definition of the proposal with a diagnostic analysis of the environment and the development of strategic planning with matrices such as SWOT, Canvas and the empathy map, likewise a study of the potential of the municipality is generated. A second phase consists of market research and promotion and loyalty strategies for potential clients based on market preferences; finally, an economic-financial study is carried out to plan all the processes for the creation of the company in monetary terms. The results show that ecotourism is a potential activity and that both the environment and the market have high expectations in nature tourism with community activities that allow local development, the sample surveyed has high expectations with a project in Soacha that allows them to alternate with traditional tourism, being aware that the activities are differentiated and contribute to environmental awareness. Finally, the economic study provides a glimpse of an ideal profitability of the business that allows the achievement of the strategic objectives proposed.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 11

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN


Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	x	
2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento o medio físico, electrónico y digital.	x	

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 11


3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	x	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo (garantizamos) en mi (nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi (nuestra) plena autoría, de mi (nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy (somos) el (los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 11

está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI_NO_X.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos) en carta adjunta, expedida por la entidad respectiva, la cual informa sobre tal situación, lo anterior con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 11

Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.




Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.


La obra que se integrará en el Repositorio Institucional está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del proyecto.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. Plan de negocio para la oferta de servicios ecoturísticos en Soacha	Texto

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 11

Cundinamarca: propuesta para la creación de Mirar hacia el futuro. PDF	
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
Acosta Gomez, Adrian Eduardo	
Sanchez Ariza, Juan Sebastian	Juan Sebastian Sanchez Ariza
Velandia Montenegro, Juan Javier	Javier Velandia Montenegro

21.1-51-20.

**Plan de negocio para la oferta de servicios ecoturísticos en Soacha Cundinamarca:
propuesta para la creación de Mirar hacia el futuro**

Adrián Eduardo Acosta Gómez, Juan Sebastián Sanchez Ariza y Juan Javier Velandia

Montenegro

Trabajo de grado para optar al título de Profesional el Ciencias del Deporte y la Educación

Física

Asesor

Ingrid Fonseca Franco

Doctora en administración gerencial

Universidad de Cundinamarca

Facultad Ciencias del Deporte y la Educación Física

Programa de Ciencias de Ciencias del Deporte y la Educación Física

Soacha, mayo 2022

Dedicatoria

Juan Javier Velandia Montenegro

A Viviana Buitrago González, mi abuela materna, con quien me crie.

Un ser humano con un carácter, voluntad, amor, quien tuvo la enorme capacidad, de compartirme un trozo de su vida, para forjar en mí, carácter, disciplina, voluntad, pasión, amor, perseverancia, resiliencia, humildad, espíritu cívico, criterio político, sentido de pertenencia, responsabilidad, entre otros valores.

A Diana Pilar Velandia Montenegro, mi hermana, por su apoyo en muchos momentos importantes de la vida, y especialmente en este proceso de formación académica, se lo brindó de forma especial.

Juan Sebastián Sánchez Ariza

Agradezco principalmente a Dios quien me brindo salud y fuerzas para culminar este proceso, a mis padres, Juan Bernardo Sánchez León y Janneth Ariza Herreño que creyeron en mi y me brindaron cada consejo y aliento en cada obstáculo que se atravesó durante la carrera, gracias a los valores me inculcaron la disciplina, el amor y responsabilidad, hoy puedo decir que les dedico este grado de la manera más especial con mucho amor.

Adrián Eduardo Acosta Gómez

Yo dedico este proyecto a todas las personas que me apoyaron y creyeron en mí en este proceso del principio, a Dios, a mi madre Blanca Miriam Gómez Hernández, a mis hermanos Lina, Víctor y Esteban.

Agradecimientos

A la Universidad de Cundinamarca, y en de manera especial, a la extensión de Soacha.

La vida es de oportunidades únicas e irrepetibles, y esta Universidad nos la a bridado, y de qué manera, solo nos queda corresponder con humildad y gratitud a todas y cada una de las personas, quienes hacen parte de esta gran familia Udecina.

De manera muy especial, queremos agradecer al señor decano Pedro Nel Quintero, al Consejo de Facultad y al señor coordinador del programa, de Ciencias del Deporte y la Educación Física, Luis Rafael Hutchinson Salazar, por toda su gran colaboración, para poder culminar esta etapa de nuestro proceso de formación profesional, los mejores deseos para todos, en cada una de sus actividades en la vida diaria.

A nuestros tutores, Dra. Ingrid Patricia Fonseca Franco y Magister Deivy Frederic Fonseca Camacho, quienes, con su conocimiento, experiencia y sabiduría, nos hicieron grandes aportes y muy pertinentes para nuestro proyecto, con el firme propósito de darle un alto rigor académico.

A todos y cada uno de los compañeros, con quienes tuvimos la fortuna de vivir este proceso, la gratitud infinita por todo lo que nos compartieron, los llevamos en nuestra mente de manera muy especial.

Tabla de Contenido

Agradecimientos	3
Lista de tablas	8
Lista de figuras.....	9
Resumen	11
Abstract	12
Introducción.....	13
Justificación	15
Planteamiento del problema	17
Pregunta problema	21
Objetivos.....	22
Objetivo General.....	22
Objetivo Específicos	22
Marco Referencial.....	23
Marco teórico.....	23
Plan de negocios: fases e importancia en el marco del emprendimiento	23
Sostenibilidad	29
Corporalidad	34
Marco conceptual.....	36

Ecoturismo	36
PIB	37
Bienestar	40
Actividad física	41
Marco legal	42
Ley 014 de 2006 o la Ley del emprendimiento	42
Ley de turismo	43
Estado del arte.....	46
Estudio sobre plan de negocios de empresas ecoturísticas.....	46
Estudios teóricos sobre casos ecoturísticos	47
Estudios sobre el municipio de Soacha	49
Diseño Metodológico	51
Enfoque de la investigación.....	51
Tipo de investigación	51
Técnicas e instrumentos	52
Ficha técnica de la encuesta.....	56
Población y muestra	57
Cronograma	60
Resultados.....	61
Diagnóstico del sector ecoturístico ahondando en los aspectos administrativos, políticos, sociales	

y económicos	61
Análisis del entorno.....	61
Análisis de la competencia	63
Propuesta de la empresa	66
Determinar las oportunidades del proyecto empresarial a través de un estudio de mercado	72
Plan de comunicación.....	93
Estrategia de imagen	94
Posicionamiento.....	94
Estudio económico y financiero para la puesta en marcha del proyecto empresarial.....	95
Presentación de la inversión	95
Inversión primer año	99
Portafolio	100
Punto de equilibrio	100
Proyección	101
Flujo de efectivo	102
Flujo de caja mensual.....	103
Flujo de caja anual	104
Estado de pérdidas y ganancias	105
Balance general.....	106
Conclusiones.....	108

Referencias Bibliográficas.....	109
Anexos.....	116

Lista de tablas

Tabla 1 Normativa turística	41
Tabla 2 Categorías y subcategorías de la revisión documental.....	51
Tabla 3 Variables para elaboración de encuesta	52
Tabla 4 Ficha técnica de la encuesta para la investigación de mercado.....	53
Tabla 5 Población de la investigación de mercados.....	55
Tabla 6 Procedimientos	56
Tabla 7 Análisis de la competencia.....	61
Tabla 8 Ocupación	74
Tabla 9 Inversión.....	92
Tabla 10 Inversión primer año	96
Tabla 11 Estado de ganancias y pérdidas	97

Lista de figuras

Figura 1 Modelo de árbol de problemas.....	18
Figura 2 Estructura de la investigación de mercados.....	25
Figura 3 Participación del turismo con respecto al PIB nacional.....	37
Figura 4 Crecimiento del aporte del turismo al PIB	38
Figura 5 Cronograma	57
Figura 6 Logotipo	65
Figura 7 DOFA	66
Figura 8 Canvas	68
Figura 9 Edad.....	70
Figura 10 Estrato.....	71
Figura 11 Sexo.....	72
Figura 12 Estado civil	72
Figura 13 Ingreso	73
Figura 14 Nivel de estudios	75
Figura 15 Actividades turísticas	76
Figura 16 Lugares que visita con frecuencia.....	76
Figura 17 Motivos para viajar	77
Figura 18 Razones para elegir un destino	78
Figura 19 Tiempo de planeación	78
Figura 20 Número de personas con que viaja.....	79
Figura 21 Preferencias en reserva	80

Figura 22 Tipos de alojamiento	80
Figura 23 Recurrencia en viajes.....	81
Figura 24 Preferencias medio de transporte	82
Figura 25 Gasto promedio de viaje	82
Figura 26 Cambio por un destino ecoturístico en Soacha	83
Figura 27 Expectativa en la selección de destino ecoturístico	84
Figura 28 Expectativa en el alojamiento ecoturístico	84
Figura 29 Expectativa en los servicios ecoturísticos	85
Figura 30 Expectativa en las actividades ecoturísticas	86
Figura 31 Presupuesto ideal por una semana de destino ecoturístico	86
Figura 32 Canales de comunicación idóneos para destinos ecoturísticos	87
Figura 33 Satisfacción destino ecoturísticos en Soacha.....	88
Figura 34 Calidad destinos ecoturísticos en Soacha	89
Figura 35 Destinos ecoturísticos en Soacha de preferencia	89
Figura 36 Mapa de públicos	90

Resumen

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo formular un plan de negocio para la creación de una empresa de ecoturismo en el municipio de Soacha Cundinamarca, para ello se desarrolla una metodología de tipo mixta con el uso de la revisión documental y la encuesta, se llevaron a cabo tres etapas que consisten en la definición de la propuesta con un análisis diagnóstico del entorno y el desarrollo de la planeación estratégica con matrices como la DOFA y Canvas, así mismo se genera un estudio de las potencialidades del municipio. Una segunda fase consiste en la investigación de mercados y en las estrategias de promoción y fidelización de los clientes potenciales con base en las preferencias del mercado; por último, se realiza un estudio económico financiero que permita planear todos los procesos de creación de la empresa en términos monetarios. Los resultados demuestran que el ecoturismo es una rama potencial y que tanto el entorno como el mercado tienen interés en el turismo de naturaleza con actividades comunitarias que permitan el desarrollo a nivel local. La muestra encuestada tiene altas expectativas con un proyecto en Soacha que les permita alternar con el turismo tradicional, siendo conscientes de que las prácticas son diferenciadas y contribuyen con la concienciación ambiental. Finalmente, el estudio económico permite vislumbrar una rentabilidad idónea del negocio que permite la consecución de los objetivos estratégicos planteados.

Palabras Clave. Plan de negocios, estudio de mercado, ecoturismo, actividad física, emprendimiento.

Abstract

The objective of this research project is to formulate a business plan for the creation of an ecotourism company in the municipality of Soacha Cundinamarca, for this a mixed methodology is developed with the use of documentary review and survey, three stages are carried out consisting of the definition of the proposal with a diagnostic analysis of the environment and the development of strategic planning with matrices such as SWOT, Canvas and the empathy map, likewise a study of the potential of the municipality is generated. A second phase consists of market research and promotion and loyalty strategies for potential clients based on market preferences; finally, an economic-financial study is carried out to plan all the processes for the creation of the company in monetary terms. The results show that ecotourism is a potential activity and that both the environment and the market have high expectations in nature tourism with community activities that allow local development, the sample surveyed has high expectations with a project in Soacha that allows them to alternate with traditional tourism, being aware that the activities are differentiated and contribute to environmental awareness. Finally, the economic study provides a glimpse of an ideal profitability of the business that allows the achievement of the strategic objectives proposed.

Key words: Business plan, market study, ecotourism, physical activity, entrepreneurship.

Introducción

La labor turística se ha convertido en una de las actividades potenciales de la economía mundial ya que contribuye con la mejora de la calidad de vida de diferentes comunidades a través de atractivos naturales y culturales. Durante los últimos años, esta práctica se ha diversificado en función de las posibilidades que se pueden desarrollar para dinamizar la oferta, especialmente en temas de conservación ya que dichas acciones pueden traer efectos nocivos a nivel de contaminación y de deterioro del entorno socioambiental. Dicha diversificación se ha enfocado en alternativas turísticas que tengan el propósito inicial económico, pero también beneficios a nivel de conservación y cuidado de los lugares, es por esto, que existen muchos tipos de turismo cultural y ambiental, uno de ellos es el ecoturismo.

El ecoturismo es una actividad económica turística que busca generar conciencia respecto al cuidado del medio ambiente con prácticas al aire libre en territorios preservados. Existen en Colombia muchos ecosistemas y paisajes atractivos para este campo de acción, específicamente zonas selváticas que se destacan por sus particularidades, llamando la atención de los turistas aficionados a la aventura y a conocer lugares exóticos. No obstante, esta profesión también tiene alto potencial en zonas cercanas a la ciudad donde se encuentran espacios protegidos por los Planes de Desarrollo Territorial, uno de ellos el territorio de Soacha que cuenta con grandes áreas de bosque andino como el Parque Natural Chicaque, Parque Ecológico La Poma entre otros sitios de interés ecológico, arqueológico y cultural. Este municipio tiene potencial que se refleja en la cercanía con la capital de Bogotá, un clima templado que permite el desarrollo de diversas actividades al aire libre y la oferta natural única.

Los proyectos de ecoturismo en el país son abundantes, cada territorio posee unas características llamativas para los turistas que buscan experiencias diferentes, demostrando que esta nueva tendencia es altamente beneficiosa en diferentes dimensiones económicas, sociales e incluso en la promoción de la actividad física como valor agregado para experiencias naturales y saludables. Es por lo anterior, que este proyecto de investigación tiene como objetivo diseñar un plan de negocios para la creación de un proyecto ecoturístico en el municipio de Soacha.

Para el cumplimiento del propósito del proyecto se llevan a cabo cuatro fases, la primera consiste en el desarrollo de la propuesta de investigación con el planteamiento de la problemática y la elaboración del sustento tanto teórico como metodológico que permita el cumplimiento de los objetivos de la investigación. Posteriormente, se genera una fase de planificación estratégica que consiste en generar un diagnóstico interno y externo para vislumbrar las potencialidades con respecto al panorama actual; así mismo, los estudios necesarios para reconocer el funcionamiento del proyecto a nivel técnico y legal.

La tercera fase consiste en la investigación de mercados que consiste en el reconocimiento de las necesidades y expectativas del cliente potencial, para esto se hacen análisis de oferta y demanda, se genera un acercamiento con la persona o cliente ideal para el proyecto reconociendo sus preferencias y lo que requieren en un plan de ecoturismo, entre otros aspectos que permiten la elaboración de productos diferenciados. Por último, se desarrolla la fase de estudio económico y financiero teniendo en cuenta los planes y productos que se proyecta ofrecer.

Justificación

La actividad física se considera esencial para la salud en el siglo XXI ya que se está presentando un incremento de las enfermedades no transmisibles por causa de las dinámicas sociales que incitan al sedentarismo; de acuerdo con el Ministerio de Salud (2021) las dinámicas laborales y el aislamiento por pandemia ha generado alarma puesto que ya más de la mitad de la población adulta tiene sobrepeso u obesidad. Por lo anterior, es importante integrar experiencias recreativas con el ejercicio a fin de que este no se perciba como una acción obligatoria y aburrida estrictamente útil en contextos de gimnasios. Este proyecto de investigación promueve la actividad física desde la perspectiva ecoturística, evidenciando que el bienestar físico debe estar acompañado del bienestar mental para generar buenas prácticas de vida a la población.

Este trabajo de grado bajo la modalidad de emprendimiento reviste importancia para diferentes actores; en primer lugar, se reconoce como un proyecto que contribuye a la generación de conocimiento y que puede ser de utilidad para la institución tanto para aportar al tema desarrollado como para los estudiantes interesados en crear emprendimientos similares. Así mismo, es una contribución para el fortalecimiento del conocimiento de la disciplina de educación física que no sólo se centra en el bienestar y desarrollo físico, sino que se ha trasladado a generar conocimiento interdisciplinar entendiendo que el cuerpo es un medio de interacción socioambiental y es a partir de esta interacción que se construye.

La política, la economía y la misma cultura transforma el cuerpo y la forma de verlo, es por esto por lo que cuando la disciplina se acerca a la economía, promueve prácticas que se integren con la salud y con el desarrollo social. En este sentido, generar emprendimientos desde

el turismo con un enfoque interdisciplinar con la ecología y la educación física, demuestran que el cuerpo transversaliza diferentes elementos internos y externos, entre ellos las prácticas recreativas con una conciencia del medio ambiente como territorio de protección del cuerpo.

Por otro lado, este proyecto beneficia la comunidad rural del municipio de Soacha ya que permite exaltar la importancia del turismo ecológico de la zona periurbana, tanto para turistas como para la misma comunidad, creando conexiones entre los habitantes con su territorio. El ecoturismo tiene diferentes connotaciones en el plano del desarrollo social, se considera como una iniciativa para el crecimiento económico y para el aprovechamiento del territorio para mitigar las prácticas de deterioro ambiental, recuperar el paisaje, conservar los ecosistemas y disminuir la pobreza multidimensional.

La investigación tiene el propósito de demostrar las oportunidades del turismo urbano para el desarrollo integral de los ciudadanos, ya que se reconoce la importancia de la conservación tanto el medio ambiente como de la salud en una ciudad que se caracteriza por la competitividad, el estrés y otros factores de riesgo para la salud. Por último, es un aporte para la formación de los estudiantes generando nuevas perspectivas de campos de aplicación del conocimiento para aportar a dinámicas sociales emergentes.

Planteamiento del problema

El turismo es el resultado de la búsqueda de un cambio paradigmático en la economía posterior a la Segunda Guerra Mundial, a partir de ese momento se genera una nueva tendencia del viaje acompañada con las nuevas tecnologías como los aviones, los computadores y demás que propiciaron un aumento exorbitante de los viajes de turistas alrededor del mundo. Con el auge turístico a nivel mundial se generaron dos tendencias, la del consumo exacerbado de la actividad y la búsqueda de nuevos destinos cada vez más exóticos, dando paso a nuevos tipos de turismo ligados con la geografía, culturas y otros aspectos llamativos (Bringas y Ojeda, 2000).

Dentro de esta nueva tendencia se encuentra el ecoturismo, definido “como una alternativa económica que contribuye a la conservación de la biodiversidad, especialmente como fuente de ingresos para el mantenimiento de áreas naturales protegidas” (Bringas y Ojeda, 2000, p. 383). Su surgimiento se puede datar de la década de 1960 cuando se propone una alternativa turística diferenciada a la tradicional que permitiera conocer lugares y a su vez contribuir a su conservación tanto monetariamente como a través de la concientización de la protección del medio ambiente y por ende todo lo que conlleva a su funcionamiento.

De acuerdo con Aragón (2011) muchos lugares del mundo han adoptado esta alternativa turística, especialmente los países latinoamericanos que se caracterizan por tener alta biodiversidad y ecosistemas intactos que pueden interesar a extranjeros citados que buscan la exotividad no sólo de los paisajes, también de las comunidades que habitan en los diferentes

ecosistemas. Colombia, no se queda atrás con esta tendencia, de acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018) Colombia es uno de los países con mayor desarrollo turístico de la región, durante los últimos años ha desarrollado estrategias para consolidar atractivos y recursos turísticos, mejorando la economía del sector y aumentando las posibilidades de establecerse como una actividad económica de gran importancia en el país. Siguiendo el informe de turismo del Ministerio, se puede vislumbrar un aumento de los viajeros tanto nacionales como internacionales, el movimiento de divisas, el aumento de empleos, la generación de emprendimientos y la participación en el PIB por parte del sector.

Molina (2011) establece que Colombia reviste varias ventajas desde el punto de vista turístico y especialmente desde el ecoturístico, esto le ha permitido ser el foco de muchas actividades en el sector, en primer lugar, su biodiversidad, los bajos costos en comparación con otros destinos, los paisajes, las condiciones sociopolíticas y la posibilidad de generar prácticas sostenibles para comunidades étnicas y rurales vulneradas y en estado de precariedad.

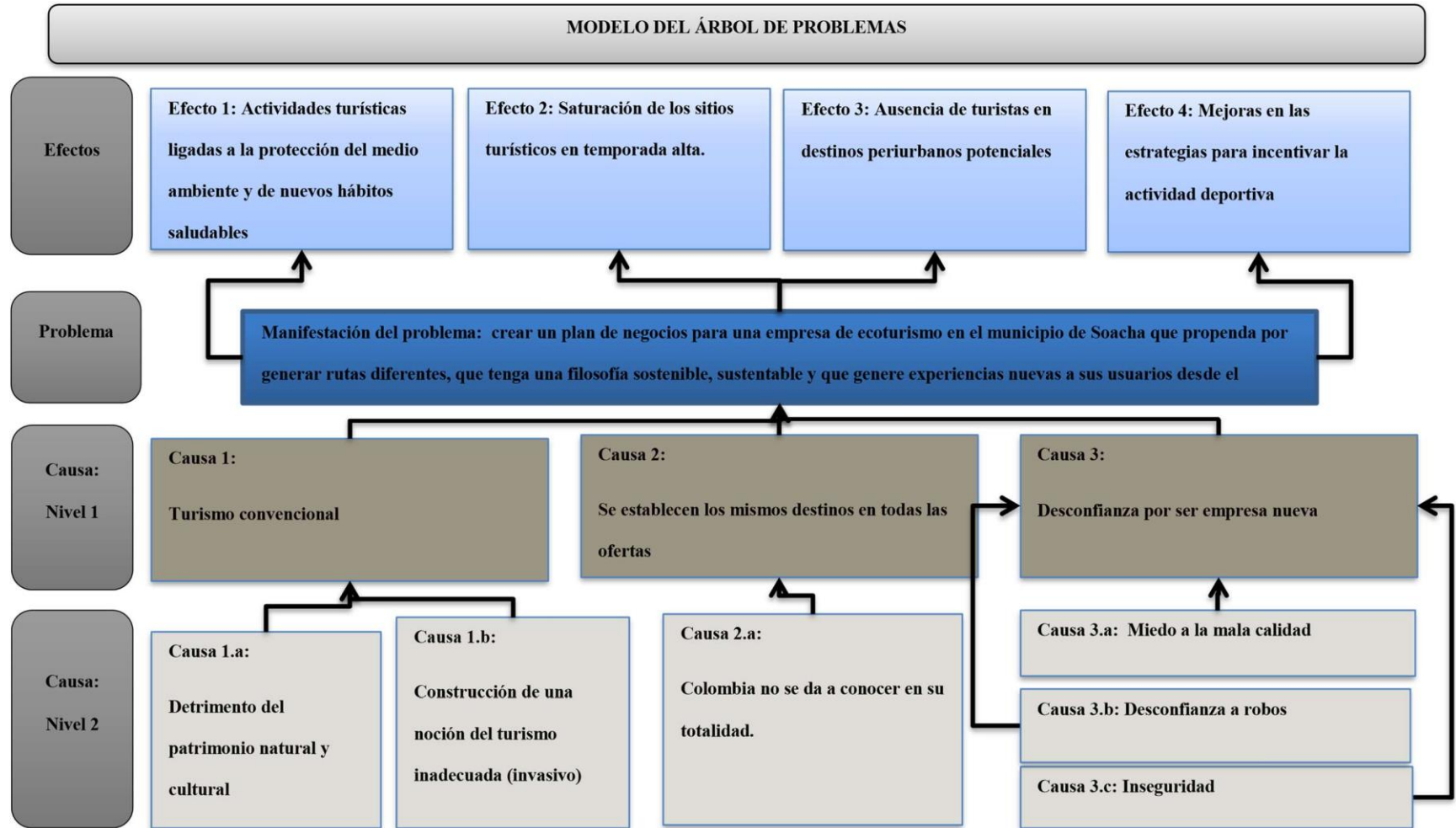
Si bien el ecoturismo ha tenido un enfoque rural y de ecosistemas alejados de la ciudad, en las ciudades latinoamericanas abundan zonas periurbanas con diferentes reservas ecológicas que requieren no sólo la protección del Estado, también la conservación por parte de los ciudadanos que las habitan de manera informal. Estudios como el de Ochoa y Pascali (2010) establecen que es posible crear emprendimientos de ecoturismo urbano puesto que existen algunas particularidades que pueden ser llamativas para turistas que buscan espacios cercanos a la ciudad.

Es por esto que se proyecta esta idea de negocio para dar solución a las siguientes problemáticas que se presentan dentro del municipio de Soacha-Cundinamarca como: la

contaminación en humedales, la inseguridad en las zonas rurales y el desconocimiento que se tiene de las rutas ecoturísticas con las que cuentan el municipio. Por lo cual, se brindarán charlas de consentimiento informativo sobre el cuidado y preservación del medio ambiente, se concientizará a la población visitante sobre el respeto a la naturaleza y el cuidado.

De acuerdo con Morera (2017) la inseguridad en Soacha se debe a su alta cobertura de zona rural que cuenta con un 85.6% de sus 187 Kilómetros cuadrados, por esto es complejo cubrir con seguridad los espacios que no son privados y rutas que no presentan presencia de las fuerzas públicas, a partir de ello nuestra organización tendrá una alianza con la policía y comunidad para las diferentes rutas que vamos a intervenir para cubrir la seguridad de los participantes y concientizar a la gente a no hacer estos recorridos sin acompañantes profesionales que conozcan la zona y así evitar los diferentes casos de inseguridad. Soacha cuenta con distintos parques donde se puede disfrutar de su naturaleza tales como: Parque natural Chicaque, parque Boquemonte, parque Cagua entre otros.

Figura 1. Modelo de árbol de problemas



Nota. Se realiza un cuadro de causa efecto que permite evidenciar la necesidad del plan de negocios. Fuente: Autoría propia

Pregunta problema

Con base en lo anterior, se pretende generar una investigación bajo la pregunta ¿Cómo puede un plan de negocio contribuir a la creación de una empresa de ecoturismo con un enfoque de actividad física para el bienestar socioambiental en el municipio de Soacha?

Objetivos

Objetivo General

Formular un plan de negocio para la creación de una empresa de ecoturismo y actividad física al aire libre en el municipio de Soacha Cundinamarca.

Objetivo Específicos

Realizar un diagnóstico del sector ecoturístico ahondando en los aspectos administrativos, políticos, sociales y económicos.

Determinar las oportunidades del proyecto empresarial a través de un estudio de mercado.

Estimar los presupuestos y otros aspectos económicos necesarios para la puesta en marcha del proyecto empresarial.

Marco Referencial

Marco teórico

Plan de negocios: fases e importancia en el marco del emprendimiento

Un plan de negocios es un documento o un proyecto que permite la constitución de una empresa o una actividad económica. De acuerdo con Moyano (2015) se trata de un proceso de planificación e implementación de ideas a partir de una noción clara de lo que se quiere crear, se puede considerar como un lienzo para formar una idea de una organización. Así mismo puede considerarse como un norte en donde se integran objetivos, metas y acciones necesarias. Es un plan que puede elaborarse de manera personal o colectiva, también tiene diferentes usos a nivel de promoción de un negocio para stakeholders como inversionistas, proveedores y organizaciones financieras a fin de lograr la constitución de la empresa como se planea.

Dicho plan contiene pasos o fases diferenciadas, existen algunas comunes como análisis administrativo interno, investigación de mercados y presupuesto. De acuerdo con Viniegra (2007):

El plan de negocios nos ayuda a visualizar hoy cómo deben operar las distintas áreas del negocio o empresa para que de manera conjunta y sinérgica permitan alcanzar los objetivos deseados de la manera más eficiente posible; esto es, producto el máximo de resultados con el mínimo de recursos (p.13)

La estructura consiste de acuerdo con este autor en una fase de planificación operativa para identificar los requerimientos para que la empresa funcione, se trata de definir la naturaleza del negocio, su ubicación en los diferentes sectores económicos y la adecuación de los espacios y recursos necesarios para desarrollar la actividad. También Viniegra (2007) establece que se debe

contemplar un plan financiero con un desglose detallado de las inversiones, costos e ingresos que son necesarios para la subsistencia a corto y mediano plazo de la organización que se vaya a constituir. Por último, establece una investigación de mercados, que permite conocer el entorno y las oportunidades para ejecutar la actividad.

Para Andía y Paucara (2013) es un documento escrito sencillo y preciso que resulta de la planificación donde se incluyen objetivos y las actividades que guiarán el cumplimiento, se considera entonces como un instrumento de gestión para el desarrollo idóneo de un negocio a nivel financiero, administrativo y de recursos humanos.

Cada plan tiene unas etapas definidas en tiempo y en tareas de manera que se pueden generar investigaciones desde los antecedentes, las estrategias y los factores tanto internos como externos que influyen en el negocio. Tiene la siguiente estructura con base en los estándares de instituciones internacionales:

Resumen.

Descripción y visión del negocio.

Análisis del mercado.

Planteamiento estratégico: establecer donde se encuentra la empresa y su proyección a mediano y largo plazo, adicional conocer las fortalezas y debilidades son nuestras fortalezas y debilidades.

Estrategias de comercialización y ventas.

Análisis del proceso productivo: donde se establecen los recursos, insumo, maquinaria y todos los activos para operar adecuadamente.

Análisis económico y financiero.

Para Prieto (2013) la investigación o estudio de mercado es una fase esencial del proceso de constitución ya que el plan operativo y financiero está más ligado a lo interno, mientras que la investigación de mercado es una actividad proactiva estratégica que permite conocer cómo funcionaría el proyecto en su entorno, así mismo, se considera como una estrategia para competir en el mercado. De acuerdo con Mintzberg y Quinn (1991) la estrategia es un plan con metas y políticas que definen una organización para desarrollar acciones consecuentes con su razón o con sus propósitos internos y externos, de esta manera, un plan de negocios es un plan de estrategias que se condensan en fases como la investigación de mercados con metas que son guías y alcances siendo la estructura para consolidar una organización.

Como cualquier otra estrategia, la investigación de mercados tiene una problemática específica y un plan concreto que permita entrever las necesidades tanto del mercado como de la misma organización. Es un requisito fundamental dentro de una investigación de mercados tener un objetivo claro, de esta manera se recopila la información necesaria para la actividad relacionado con las dinámicas, la economía, la competencia, las expectativas del mercado, entre otras. De acuerdo con Prieto (2013) la investigación de mercados comenzó con actividades de sondeo respecto a los gustos y preferencias desde el siglo XX, de esta manera se podían hacer conexiones entre el consumidor y la empresa. Posteriormente, durante la Segunda Guerra Mundial emergieron diferentes empresas de investigación de mercados y publicitarias que crearon métodos y sistemas para llegar a los consumidores y entender desde diferentes perspectivas sus dinámicas.

En la actualidad, se considera como un método sistemático para la toma de decisiones relacionadas con la gerencia de mercadeo de las organizaciones, es sistemático porque abarca todas las dimensiones posibles en concordancia con la organización que la desarrolle, con esto se quiere conocer de manera integral a los consumidores obteniendo la mayor información posible para atender las necesidades y así hacerse más competitivo. Merino (2015) establece que los estudios de mercado han vislumbrado diferentes transformaciones desde mitad del siglo XX proporcionadas por las nuevas tecnologías, la sociedad informacional que hace uso de las tecnologías para interactuar con el mundo y acceder al conocimiento, la globalización y el aumento de las dinámicas del mercado.

Este proceso de globalización ha generado una constante reestructuración de métodos, objetivos y estrategias, cada investigación de mercados además de tener claridad en el objetivo, requiere una planificación en el abordaje de la población, el lugar y las técnicas para abordar las realidades sociales e individuales de los consumidores (Talaya y Molina, 2014). La estructura básica no es estricta, pero debe conocerse porque es la guía para iniciar, Vargas (2017) presenta como la estructura básica de la investigación de mercados la definición del problema, el desarrollo de un acercamiento al problema, el diseño de la investigación, recolección de datos, preparación y análisis de datos y presentación del reporte. A continuación, se presenta el ciclo.

Figura 2 Estructura de la investigación de mercados

Nota. Se presenta la estructura básica para un estudio de mercados a forma de cuadro de procesos. Tomado de Vargas (2017, p. 9)

La estructura se acompaña de tres objetivos: un componente social que se centra en satisfacer las necesidades del consumidor, con este se trazan métodos para obtener información respecto a los contextos y las costumbres de los consumidores. El segundo paso es el económico para determinar la viabilidad del proyecto y las estrategias adecuadas a nivel de promoción del producto o servicio que se desea ofrecer a un público en específico. Por último, atiende una misión administrativa que es la planeación, organización y control de los recursos (Vargas, 2017).

Adicional a los objetivos, cuando se genera una investigación de mercados se debe establecer las funciones que cumple dentro del plan de negocios, volviendo con Vargas (2017) se plantean algunas como la función descriptiva que incluye la recopilación de hechos para la resolución de una problemática, la función diagnóstica que refleja los impactos referentes a las acciones de una organización y por último, puede tener una función predictiva para conocer los cambios a futuro y así tomar decisiones que enfrente los desafíos por venir para las organizaciones.

De acuerdo con Duarte y Ruiz (2009) los planes de negocio se han convertido en una estrategia de desarrollo económico que permite a ciudadanos de diferentes condiciones

socioeconómicas emprender, este proceso de emprendimiento se define desde la teoría de desarrollo humano e integral, estableciendo que la producción de conocimiento y las nuevas tecnologías han propiciado que las personas desarrollen habilidades de liderazgo para conformar empresas. Desde principios de este siglo se ha visibilizado un aumento de las PYMES, de hecho, se ha comprobado que este parque empresarial tiene una alta incidencia en el desarrollo económico de un país.

Siguiendo los planteamientos de Duarte y Ruiz (2009) el sistema educativo de principios de siglo se ha abocado a las ideas neoliberalitas por lo que muchas de las políticas educativas se centran en el desarrollo de competencias administrativas y empresariales no sólo para formar empresas sino para formar valores y competencias para avanzar en el proceso de emprendimiento, de acuerdo con los autores:

Formar en el emprendimiento es significativo para el desarrollo local, el cual es planteado como el beneficio que la sociedad recibe al afrontar de una forma más eficiente la satisfacción de las necesidades y la solución de los problemas con prontitud de las respuestas a las demandas de la comunidad, lo que reconoce al emprendedor como figura auténtica en el progreso permanente de una localidad a nivel municipal y/o regional (p. 328).

En la cita anterior se observa que el emprendimiento no se trata de un proyecto aislado, al respecto Llamas y Fernández (2018) establecen que la noción de emprendimiento actual está cercana no sólo a la educación, también a la innovación social y tecnológica, existen diferentes metodologías y técnicas de emprendimiento que permite medir los impactos de sus ideas a nivel administrativo y social, cada una de las metodologías están direccionadas a la creación de

conceptos innovadores que sean de utilidad y de interés de los consumidores que están cambiando constantemente por las dinámicas tecnológicas y culturales del capitalismo.

Sostenibilidad

La sostenibilidad se ha convertido en un concepto que marca un hito a nivel de las dinámicas globales, surge como un nuevo paradigma social, político y económico que se expande de la mano de las organizaciones multilaterales respondiendo a la necesidad de un cambio respecto a las lógicas actuales del mercado. De acuerdo con Macedo (2005), desde la UNESCO la sostenibilidad es un concepto que emerge del panorama negativo de la humanidad producto del consumo exacerbado de los recursos naturales, si bien la conservación tiene una connotación de mantener o sostener un modo de vida, este concepto propone lo opuesto puesto que la humanidad debe conocer con urgencia que los recursos naturales son limitados y que los ecosistemas del mundo se están deteriorando a gran velocidad causando eventos naturales de gran magnitud que puede eliminar toda la fauna y flora del planeta.

Por tanto, el concepto de equilibrio acaba con el paradigma antropocéntrico que dictaminaba las acciones en el mundo, el planeta no es para el uso del ser humano, por el contrario, se trata de un espacio compartido con otros seres que se están extinguiendo a causa de la mano del hombre. La preservación es un término multidimensional porque concierne con una filosofía, una práctica de vida, una transformación de la cadena productiva y de las lógicas del mercado con el fin de preservar el medio ambiente y evitar los efectos biológicos, geológicos y de toda índole. Es por esto que este concepto se ha trasladado a todas las disciplinas con el fin de que se haga un cambio general del pensamiento actual.

Para Gallopín (2003), desde el enfoque de la CEPAL, la sostenibilidad tiene una premisa clara que dicta que el mundo no puede seguir siendo el mismo, hay que cambiar el estilo de vida

con urgencia o ya no existirá ninguna alternativa cuando el daño esté hecho. Es por esto que desde esta organización se plantea un enfoque sistémico, “se propone y analiza un conjunto de factores determinantes de la sostenibilidad, incluidas la disponibilidad de recursos, la adaptabilidad/flexibilidad, la homeostasis, la capacidad de respuesta, la auto dependencia (self-reliance) y el empoderamiento” (p. 5).

Lo anterior significa que la sostenibilidad es el resultado de la articulación constructiva de los criterios de desarrollo desde todos los niveles. Si bien hablar de este tema es una búsqueda a nivel mundial, cada territorio tiene unas particularidades especiales que se deben atender para conocer las relaciones que existen a nivel cultural con el medioambiente, por tanto, uno de los principios de este proyecto de desarrollo es la equidad entendida como el reconocimiento de que existen poblaciones más afectadas por el desarrollo actual que otras y por tanto, se debe poner especial atención en estas para que se genere una equidad en la calidad de vida.

En la actualidad la sostenibilidad ha tomado todos los sectores académicos, productivos y culturales, de acuerdo con Zarta (2018) desde el surgimiento de este concepto se han generado diferentes marcos de referencia y de acción desde las disciplinas es así como en los currículos se han integrado aspectos de la sostenibilidad como un nuevo enfoque de conocimiento. Si bien se ha trasladado al entorno empresarial, existe una latente crítica respecto al uso indiscriminado del concepto por la industria para justificar las prácticas e innovaciones, así como para generar nuevos contactos con sus clientes a través de la responsabilidad social.

Siguiendo los planteamientos de este autor, este campo tiene un abordaje complejo tanto en las implicaciones de aplicarla estrictamente como lo establecen los científicos respecto a la necesidad de una transformación de las prácticas económicas es difícil por todos los actores y agentes que intervienen en el proceso, no obstante, establece que puede generarse equilibrio en algunas prácticas como lograr proyectos financieramente exitosos a través de la reducción de

costos, establezcan políticas de apoyo a la comunidad, trato digno a los trabajadores, programas de bienestar y de responsabilidad social, entre otros que no significan un giro en las dinámicas estructurales pero permiten un avance a nivel de concienciación respecto a la generación de valores socioambientales a nivel corporativo.

Si bien, Zarta (2018) define la sostenibilidad desde un enfoque económico y empresarial, existen otras visiones desde el desarrollo social y la mirada del turismo como se plantean a continuación. Esto es importante abordarlo dentro de la investigación puesto que tiene una estrecha relación con las concepciones de desarrollo que se han generado durante el último siglo y de la relación de la economía con las comunidades a través de prácticas como el turismo.

De acuerdo con Escobar (1998) el concepto de desarrollo ha tenido alta injerencia en la sostenibilidad puesto que la noción que se ha consolidado desde la revolución industrial ha sido el causante del deterioro actual del planeta, la idea de que los recursos son ilimitados y al servicio del hombre han generado daños a nivel social y ambiental a las comunidades que no participan de las economías de las potencias, es decir, los países subdesarrollados. Las consecuencias son evidentes, las comunidades cada vez se sumen en una precariedad, mientras las grandes corporaciones toman los recursos a su manera y las instituciones no hacen nada al respecto. Es por esto que este autor desde sus investigaciones ha vislumbrado que la vía actual de desarrollo es errónea y beneficia solo a una parte de la población que es la que consume y la que tiene un sistema más sólido a nivel político, económico y social. Es por lo anterior, que propone alternativas a esta noción capitalista y occidentalizada de desarrollo para dar cabida a las cosmogonías de otras culturas. Una de sus principales contribuciones es el desarrollo desde el

Buen Vivir, una perspectiva de las comunidades étnicas que establecen la necesidad de que sean tenidas en cuenta desde la economía a partir de sus lógicas y su relación con el medio ambiente. Esta visión reviste importancia porque se trata de un desarrollo local y contextualizado en donde las comunidades se benefician de prácticas económicas como el turismo con una visión particular desde su identidad.

El turismo ha tenido una relación ambigua, de acuerdo con Cànoves et al., (2006) las políticas de turismo no han desarrollado marcos para la sostenibilidad y para el incentivo a las prácticas a nivel rural, de acuerdo con estos autores a la población campesina no le han dotado de herramientas para generar prácticas económicas amigables con el medioambiente por lo que continúan con la ganadería extensiva y la agricultura causando daños en los ecosistemas y deteriorando los paisajes potenciales para el turismo con miras a la conservación.

Ecoturismo

En estudios recientes como el de Martínez (2017) establece lo contrario respecto al turismo de naturaleza donde se incluye el ecoturismo como una alternativa idónea que instituciones gubernamentales y sector privado están definiendo simultáneamente para mejorar la calidad de vida de las comunidades afectadas:

El turismo de naturaleza está relacionado directamente con el desarrollo y el turismo sostenible, y prácticamente está referido a los hábitats naturales y a su biodiversidad, donde adquieren gran relevancia los parques naturales, las reservas protegidas, el ecoturismo, el medio rural, el agroturismo y el involucramiento de la población perteneciente al área determinada de implantación turística (p.2).

Siguiendo los planteamientos de esta autora, el ecoturismo es una de las alternativas más comunes e importantes en el marco del desarrollo y turismo sostenible ya que esta actividad económica es una de las que contribuye a la conservación del entorno y de la población, alrededor de esta práctica se han desarrollado cuatro ideas: viajar en entornos naturales, interiorizar la experiencia en conjunto con los pobladores locales, impulsar la conservación de los recursos y la generación de estrategias pedagógicas entorno a los valores socioambientales (Martínez, 2017).

La actividad turística es uno de los sectores más contaminantes, son varios los impactos negativos, es por esto que el cuidado del entorno es una urgencia para el desarrollo local, de acuerdo con Martínez (2017) los proyectos que se han ejecutado en los últimos años respecto al turismo sostenible y el ecoturismo particularmente han demostrado viabilidad, puesto que se ha frenado el deterioro de los recursos comparado con la práctica turística convencional. Así mismo, se ha demostrado que el éxito de esta actividad es que primero se generan de manera respetuosa con el medio ambiente, diversificada y adaptada al contexto, las cuales posibilitan la integración de diferentes actores como las empresas locales, organizaciones sociales y en general la comunidad que coexiste con el entorno donde se genera el proyecto.

De acuerdo con Martínez (2017), dentro del turismo sostenible es esencial la participación sociopolítica de todos los actores que inciden en el sector y que promueven dichas actividades, en este sentido, cada uno tiene una responsabilidad adquirida con el fin de prever que las prácticas turísticas cumplan con los lineamientos sostenibles. En definitiva, la comunidad es el actor principal porque a partir del reconocimiento de sus lógicas y de su identidad se pueden establecer interacciones de valor para la oferta turística, son estos los que deben estar beneficiados en primer lugar puesto que se pretende potenciar los productos locales y respetar las

normas socioculturales que han determinado. La industria turística como agente comercial debe propugnar porque haya un equilibrio con innovaciones en su oferta ligadas a la conservación del hábitat sin ninguna afectación. Otros autores que menciona Martínez (2017) son los turistas y organizaciones no gubernamentales que son esenciales para los procesos de planificación y resultados de la práctica en los territorios.

Ecoturismo y desarrollo corporal.

Si bien el plan de negocios está ligado con la actividad turística, dentro de este enfoque no puede obviarse que el ecoturismo también plantea un nuevo relacionamiento de cuerpo con el medio, es decir, el ecoturismo constituye un cambio en el paradigma de la interacción del ser humano con la naturaleza, por tanto, es importante desarrollar el marco de la corporalidad y la corporeidad como una categoría que interviene dentro de la actividad turística.

De acuerdo con San Martín (2018) lo corporal se refiere a diferentes dimensiones, la primera evidente es la física pero dentro de esa dimensión física entran a jugar dimensiones simbólicas, de relacionamiento con el entorno y con lo cultural, en este sentido el cuerpo si bien es un organismo anatómico que se constituye de diferentes órganos y partes, está mediado por el desarrollo social del individuo, se puede establecer que el cuerpo es un instrumento y una realidad que se instaura dentro de una construcción social. Lo corporal se complejiza en la corporeidad que es una visión multidimensional del significado del cuerpo traspasando lo biológico para trasladarse a otras instancias de lo político y lo cultural, el cuerpo entonces es un instrumento que permite proyectar procesos de reflexividad, pensamiento, identidad e incluso poder.

El entorno es un factor esencial en la corporeidad puesto que es en la relación con el ambiente que se configura la noción del cuerpo, su uso y la percepción de propiedad e incluso de

la estética. Es importante resaltar lo San Martín (2018) que determina respecto a la experiencia, ya que esa partir de los sentidos y del cuerpo que el sujeto se somete a diferentes experiencias que lo llevan a un sentir tanto físico como de las emociones y de la obtención de conocimiento. La corporeidad es aquella noción que permite proponer un cuerpo reflexivo, que sabe y habita su movimiento; producto de los dos fenómenos anteriores, que puede transformar o incidir en el espacio en donde se instala. Es decir, le es propio el fenómeno de transformar el espacio que habita (p. 6).

Para Najmanovich, y Sudamericano (2001) "El cuerpo contemporáneo se ha desligado de su conexión con el medio que le rodea", dicha desconexión están planteada por las dinámicas políticas y económicas actuales, por lo que establecen que el organismo es un instrumento de poder desde las definiciones de Foucault, pero más allá de esta relación del cuerpo y el poder, la desconexión ha conllevado a que el cuerpo sea un instrumento de planificación que ha deteriorado el vínculo natural que se había fortalecido en las civilizaciones antiguas. Los límites se configuran como un concepto que guía la visión corporal actual, los límites son creados para regular las interacciones y conexiones con lo exterior.

Es por esto que se hace importante la conexión del cuerpo con la naturaleza que es un tema que se aborda desde antaño con las diferentes civilizaciones, de acuerdo con Morales (2010) civilizaciones maya han dejado un legado cultural en donde se hace una relación positiva y ligada a la salud con la naturaleza, actividades ligadas a conocer el entorno desde la fauna y flora son esenciales para la salud, los conocimientos etnobotánicos para la creación de medicinas es una de las relaciones más importantes a nivel corporal, cuidar el cuerpo con los elementos que proveen la naturaleza que hacen parte de un mismo sistema natural que se retroalimenta, por tanto, esta se considera sagrada.

Estudios como el de Pacheco y Rojas (2014) establecen la importancia de la naturaleza en la salud a través del concepto de “turismo de la salud” que conlleva a buscar lugares que generan bienestar tanto físico como mental, en este caso se genera a través de la actividad económica una relación del cuerpo con la naturaleza que si bien sigue las mismas lógicas de límites y de dinámicas a nivel político y económico, se considera como un paso a una reconexión del ser humano con su ambiente primario.

Teorías administrativas

Palma (2011) plantea que las dinámica de la gestión empresarial ha evolucionado satisfactoriamente, en el mundo de los negocios y está inmersa en el mercado, entorno y sociedad, donde se han desarrollado distintas teorías para su aplicación en el campo de la Administración en diversas organizaciones empresariales, en dicho ámbito del conocimiento podemos mencionar a Frederick W. Taylor, Henry L. Gantt y Frank y William Gilbreth, la funcional, Henry Fayol, quienes forman parte de las teorías científicas, y los cuales nos han aportado todo un vasto conocimiento en materia de organización, optimización del tiempo, productividad, disminución de costo entre otros, así mismo podemos mencionar a los teóricos del estructuralismo, como son, Max Weber, Elton Mayo y Abraham Maslow, quienes proponen la racionalización de la organización social y política propia de las grandes empresas las cuales se han desarrollado a partir del capitalismo, y nos plantean cuatro tipos de actividades sociales, dos de tipo ético y tres de dominación, así mismo nos encontramos con, Douglas McGregor, Mary Parker Follett, Frederick Herzberg , los cuales nos comparten la teoría de la relación humana y la estructura organizacional, la cual consiste en la unión administrativa y científica, lo cual va a redundar en el desarrollo armónico de una empresa.

Por lo general se reconoce a Taylor como “el padre de la administración científica”. Probablemente ninguna otra persona ha tenido una repercusión mayor sobre el desarrollo inicial de la administración. Sus experiencias como aprendiz, como obrero común, capataz, maestro mecánico y luego ingeniero en jefe de una compañía aserrera, le dieron una amplia oportunidad para conocer de primera mano los problemas y las actitudes de los trabajadores y observar las grandes posibilidades para mejorar la administración en la empresa.

Marco legal

Ley 014 de 2006 o la Ley del emprendimiento

Esta ley tiene como objetivo el fomento de la cultura del emprendimiento, de acuerdo con el artículo 2 la ley pretende: promover el emprendimiento en el sistema educativo; generar principios normativos para el emprendimiento y creación de empresas; desarrollar la cultura del emprendimiento; promover el desarrollo productivo y la innovación generando condiciones de igualdad y calidad; fortalecer el desarrollo económico y los procesos empresariales para el desarrollo local.

Por otro lado, los principios de esta ley son la formación integral humana para desarrollar emprendimientos con innovación, investigación y trabajo en equipo; desarrollo de proyectos con responsabilidad social y sostenibilidad. Teniendo en cuenta estos principios, la ley promueve un vínculo del sistema educativo y económico para formar profesionales con competencias para formar empresas con la búsqueda de recursos públicos para el apoyo de ideas que contribuyan con la economía y la sociedad, logrando redes de emprendimiento sostenibles que aumenten los beneficios en diferentes niveles; así mismo busca acuerdos con entidades privadas financieras

para fomentar nuevos proyectos con la conformación de la Red Regional para el Emprendimiento que se encarga de fomentar la cultura para el emprendimiento bajo la institucionalidad.

Dicha cultura del emprendimiento consiste en el desarrollo de una educación integral tanto de competencias sociales y ciudadanas como de las habilidades para que las personas conozcan cómo generar ingresos por su propia cuenta, conocer las formas de cooperación y asociatividad que contribuyen a la generación de emprendimientos colectivos y sociales. En el artículo 20 se establecen los programas de promoción y apoyo a la creación, formalización y sostenibilidad de nuevas empresas en conjunto con las cámaras de comercio regionales para la consultoría con emprendedores y la facilitación de medios de comercialización y de orientación financiera.

Ley de turismo

De acuerdo con el Ministerio de Industria y comercio las principales leyes del turismo desde 1990, a continuación, se presenta un cuadro con el histórico de leyes:

Tabla 1 Normativa turística

Ley	Propósito	Aspectos relevantes
1990 Ley 32 de	Por medio de la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión del Agente de Viajes.	El Agente de Viajes es un empresario que ejerce en la economía turística una profesión que comprende prestaciones intelectuales y técnicas lo mismo que actividades industriales, comerciales y de mandato. Desarrollo de actividades: Prestación de servicios turísticos Incrementar la actividad turística Realizar estudios de factibilidad
1996 Ley 300	Por la cual se de expide la ley general de	turismo y se dictan otras disposiciones El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y

en especial de las

diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social.

Principios: concertación, coordinación, descentralización, planeación, protección al ambiente, desarrollo social y sostenible.

Ecoturismo. El ecoturismo es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca en los parámetros del desarrollo humano sostenible. El ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, el ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza (art. 26) cuando quiera que las actividades ecoturísticas que se pretendan desarrollar en áreas del sistema de parques nacionales naturales, serán estas entidades las que definan la viabilidad de los proyectos, los servicios que se ofrecerán, las actividades permitidas, capacidad de carga y modalidad de operación (art. 27).

El Estado promoverá el desarrollo del ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo y turismo metropolitano, para lo cual el plan sectorial de turismo deberá contener directrices y programas de apoyo específicos para estas modalidades, incluidos programas de divulgación de la oferta (art. 28).

Decreto dictan unas	Por el cual se turistas la siguiente información básica: disposiciones relacionadas con la actividad de los Guías Turismo. que se prestará el servicio;	El Guía de Turismo deberá suministrar a los 1825 de 2001	a) El número máximo de personas que integran el grupo; b) La tarifa que se aplica si el servicio es contratado directamente por el turista; c) El idioma en de de sus servicios; e)
------------------------	--	--	--

Los demás elementos que permitan conocer con certeza el alcance de sus servicios (art. 2).

Resolución	Por la cual se	Se deberá desarrollar en un área con un
0118 del 28 de enero de 2005.	establecen los criterios técnicos de las diferentes actividades o servicios de ecoturismo de conformidad con lo dispuesto en el parágrafo del artículo 12 del Decreto 2755 de 2003	<p>atractivo natural especial.</p> <p>Deberá producir un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respetar el patrimonio cultural, educar y sensibilizar a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza, de acuerdo con lo dispuesto en la presente resolución (art. 1).</p> <p>Características del ecoturismo:</p> <p>Conservación de áreas naturales de manera efectiva, lo que implica la preservación de la biodiversidad, de manera que se ayude a su sostenibilidad e integridad ecológica.</p> <p>Respeto hacia los recursos naturales y comunidades humanas, no solo del área visitada, sino de cualquier otro espacio natural.</p> <p>Involucramiento con las comunidades locales, mediante procesos de participación y concertación, de tal modo que se puedan beneficiar, contribuyendo a una mejor valoración de los recursos naturales por parte de esa comunidad local.</p> <p>Dinamización la economía local y a mejorar la calidad de vida de las comunidades locales.</p>
Ley 1558 de 2012.	Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.	Se adicionan cuatro principios más como protección al consumidor, y se configuran elementos fiscales y de programa de institucionales.

Nota. En este cuadro se presentan las principales leyes. Fuente: Autoría propia

Estado del arte

Los estudios sobre ecoturismo son variados, se observan dos tipos de enfoques en estos durante los últimos 5 años; en primer lugar, se destacan los trabajos de grado e investigaciones en el área del turismo, administración, entre otras que ofrecen planes de negocio o desarrollan ideas para la consolidación de una agencia ecoturística en diferentes territorios; por otro lado, estudios teóricos respecto a los impactos de las empresas y políticas del ecoturismo en diferentes territorios. Por último, se presentan las investigaciones respecto al ecoturismo en Soacha Cundinamarca.

Estudio sobre plan de negocios de empresas ecoturísticas

Dentro de este enfoque se encuentran investigaciones internacionales como la de Martínez (2018) titulada “Modelo de negocio para una empresa de ecoturismo en Guatemala” que tiene como objetivo elaborar un modelo de negocio para crear una empresa teniendo en cuenta que Guatemala ha presenciado un aumento del turismo, representando una fuente de ingresos significativa, este modelo se centra en lugar que no son tan reconocidos turísticamente pero que tienen gran potencial por su paisaje y biodiversidad, así mismo se plantea como una alternativa para apoyar a las poblaciones locales. Para la elaboración del plan de negocios se generan diversos análisis internos y externos que permitieron definir la visión, misión, objetivos estratégicos; así mismo se realizó un estudio de mercado para definir clientes, precios y otros aspectos que pueden generar valores agregados.

Así mismo, se reseña la investigación de Mondragón (2019) titulada “Plan de ecoturismo para fortalecer el desarrollo turístico sostenible en los humedales de Ventanilla Lima, 2019” tiene como objetivo proponer un modelo de ecoturismo con una comunidad con un enfoque de conservación del área de humedales. La investigación es mixta con el uso de encuestas y entrevistas a pobladores del lugar y aledaños. Se concluye con esto que los humedales carecen de protección ambiental y no cuenta con espacios para recorridos, es por esto que como resultado se elabora la propuesta con diferentes actividades que se vislumbraron como potenciales.

Dentro de las investigaciones nacionales se halla la de Berbeo, Hernández-y Parada (2020) titulada “Creación de una empresa de Ecoturismo en la provincia de Vélez Santander” que tiene como objetivo generar un estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa de ecoturismo en Santander para buscar el fortalecimiento de este sector con la implementación de rutas con atractivos para la población y los turistas. A través de diferentes metodologías estudian los aspectos socioeconómicos que intervienen y los servicios complementarios que dan valor agregado a la actividad.

Estudios teóricos sobre casos ecoturísticos

Dentro de los estudios internacionales se encuentran el de Cutiupala et al (2016) titulado “Diseño de un producto Agro-Ecoturístico en la propiedad de la empresa agropecuaria y turística “AYT” Parroquia San Isidro, Cantón Guano, Provincia De Chimborazo” que tiene como objetivo diseñar un producto agroturístico; a través de observación en campo y revisión documental se

determinar el mercado turístico, se establece el inventario de espacios naturales y culturales llamativos, con los resultados se diseñaron paquetes turísticos para el desarrollo local.

García et al., (2017) en su estudio titulado “Ecoturismo como herramienta para promover el empoderamiento: el caso del Ejido San Francisco en el Área de Protección de Flora y Fauna Sierra de Álvarez, San Luis Potosí” tienen como objetivo presentar el papel de las comunidades en la conservación desde la práctica del ecoturismo, reconociendo que las comunidades a través de este sector pueden tener oportunidades para promover el empoderamiento y mejorar las condiciones de vida en áreas protegidas. A través de un estudio cualitativo con la observación participante y grupos focales; como resultados establece que la experiencia contribuyó al empoderamiento del grupo de servicios turísticos en el área de protección, se generan programas y planes para crear una ruta ecoturística asertiva y rentable para la comunidad.

Maldonado y Maldonado (2019) en su estudio “Empresas cooperativas en la actividad turística sustentable en México” desarrollan un estudio sobre la relación de las cooperativas con el turismo de naturaleza en tres ejes: ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura en aspectos sociales, turísticos y económicos para favorecer las dinámicas del territorio desde un enfoque sistémico. A través de un estudio documental encuentran que existen diversas dificultades a nivel de contexto y modelo económico que imposibilitan un desarrollo exitoso de las actividades ecoturísticas; así mismo las asociaciones comunitarias no cuentan con apoyo educativo y financiero para gestionar este sector.

Dentro de los estudios nacionales se encuentra el de Ospina, Mora y Romero (2013) titulado “Ecoturismo: diagnóstico y propuesta estratégica para la oferta de destinos ecoturísticos en Colombia por parte de las agencias de turismo localizadas en Bogotá, D.C” que tiene como objetivo abordar el ecoturismo en Colombia en especial de la oferta de servicios de las agencias de Bogotá. Para esto, se realiza un estudio documental sobre la legislación, los tipos de ecoturismo, las principales actividades, los grupos de interés y se realiza un análisis del marketing y de las estrategias de estas agencias. Se concluye que es importante elaborar una estrategia para la eficacia política del turismo sustentable ya que existe una demanda pequeña de destinos ecoturísticos bien estructurados y llamativos para los turistas.

Por su parte Ochoa, James y Márquez (2013) en su investigación titulada “Visión comunitaria de los beneficios derivados del ecoturismo en el Parque Nacional Natural Amacayacu (Amazonas, Colombia)” tienen como objetivo analizar la visión de las comunidades respecto los beneficios del ecoturismo, para ello se aplica una metodología cualitativa con el uso de la entrevista para ahondar sobre las percepciones frente a la situación del ecoturismo en su hábitat. Los resultados demuestran que las comunidades consideran ventajas como desventajas del sector, especialmente se observan impactos negativos en los estilos de vida y la cultura; frente a las ventajas se concluye la participación y la toma de decisiones económicas.

Estudios sobre el municipio de Soacha

Se halla el estudio de Ardila (2015) titulado “Frontera Sua, Soacha Red de Turismo Estrategia de Divulgación para el Ecoturismo y Turismo de Aventura” que tiene como objetivo desarrollar una estrategia de difusión de los destinos turísticos de Soacha; para este estudio se

establecen las relaciones entre las entidades gubernamentales, los prestadores de servicios turísticos y la comunidad. Como resultados se genera un sitio web y un programa de fidelización para incentivar el consumo turístico en esta zona.

Por su parte, Niño y Contreras (2020) desarrollan un estudio titulado “Actividad turística en el Parque Natural Chicaque como factor de desarrollo sostenible en las veredas Chicaque y Cascajal (Cundinamarca, Colombia)” tienen como objetivo proponer acciones de mejorar para el desarrollo sostenible de las veredas Chicaque y Cascajal por medio de las actividades turísticas que se llevan a cabo en el parque natural Chicaque. A través de un diagnóstico y un análisis teórico conceptual se caracterizan grupos de interés y se generan acciones de mejora en aspectos como territorio y los impactos sociales, ambientales y económicos.

Diseño Metodológico

Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es de tipo mixto, es decir el uso de métodos cualitativos y cuantitativos, de acuerdo con Hernández et al., (2014) permiten abordar los fenómenos desde una perspectiva integral; en este sentido se hace un abordaje e indagación cualitativa en donde predominan las experiencias y los comportamientos de las comunidades objeto de estudio, por otro lado, se hace una indagación a partir de datos numéricos, a través de un proceso secuencial y medible. En este caso, la investigación es mixta porque para la conformación del plan de negocios se requieren de las experiencias como de técnicas de recolección de datos cuantitativos para conocer aspectos administrativos, financieros y de mercado.

Tipo de investigación

Siguiendo la propuesta metodológica de Hernández et al., (2014) se trata de un diseño descriptivo con triangulación concurrente. De acuerdo con estos autores, la investigación de tipo descriptiva permite detallar y caracterizar fenómenos, en este caso se pretende describir los aspectos puntuales de la conformación del plan de negocios y caracterizar cada fase. Para la recolección y análisis de datos se utiliza un diseño de triangulación concurrente que para los mismos autores se trata de un modelo que permite una recolección y análisis simultáneo de la información tanto cuantitativa como cualitativa:

De manera simultánea se recolectan y analizan datos cuantitativos y cualitativos sobre el problema de investigación aproximadamente en el mismo tiempo. Durante la interpretación y la discusión se terminan de explicar las dos clases de resultados, y

generalmente se efectúan comparaciones de las bases de datos. Éstas se comentan de la manera como Creswell (2013a) denomina “lado a lado”, es decir, se incluyen los resultados estadísticos de cada variable o hipótesis cuantitativa, seguidos por categorías y segmentos (citas) cualitativos, así como teoría fundamentada que confirme o no los descubrimientos cuantitativos (p. 557).

En este caso, se realiza un diseño de recolección y análisis de datos desde las diferentes fases de investigación como lo son la planeación administrativa y operativa, la financiera y el estudio de mercados para conocer la potencialidad de un negocio ecoturístico. Para la investigación cualitativa se generan categorías de análisis y para la investigación cuantitativa variables que provienen del estudio preliminar para la definición del plan de negocios. La triangulación concurrente consiste en que tanto las categorías como las variables se analizan de manera distinta, pero se relacionan con lo hallado a través de la investigación teórica para determinar los resultados de la investigación. En este caso, se analiza y comparan los datos cualitativos obtenidos para la fase de planificación con los datos cuantitativos producto de la investigación de mercado y de los estudios financieros para elaborar el plan de negocios y establecer el camino más adecuado para el proyecto de emprendimiento ecoturístico.

Técnicas e instrumentos

Las técnicas de recolección de información mixta son la revisión documental y la encuesta. La revisión documental se define por Dulzaides y Molina (2004) como un proceso sistemático de recolección de información que corresponde con documentos, audios, videos y datos que provienen de informes gubernamentales, entre otros. En este caso se hace uso para los análisis del entorno, la planeación estratégica, entre otras actividades en cada fase.

La revisión documental se realiza con fuentes secundarias como investigaciones en artículos científicos y proyectos de grado, noticias e informes gubernamentales que pueden dar cuenta del panorama interno y externo del sector turístico a nivel nacional y local. Con la información recolectada se ejecutan diferentes herramientas administrativas como las matrices de análisis sobre el entorno y otras estrategias que requieren de información detallada de fuentes. A continuación, se presentan las categorías de análisis que hacen parte del proceso de revisión documental como técnica que da cuenta de la parte cualitativa dentro de la investigación mixta:

Tabla 2. Categorías y subcategorías de la revisión documental

Categoría	Subcategoría
Sostenibilidad	Sostenibilidad ambiental
	Comunidades
	Desarrollo
Sociedad	Cultura
	Identidad
	Ocio
Política	Normativas turismo ambiental
	Políticas públicas turismo naturaleza
	Sistema turístico colombiano
Economía	PIB del sector turístico y de turismo de naturaleza
	Indicadores de productividad

	Finanzas
	Oferta y demanda
Emprendimiento	Planeación estratégica
	Objetivos estratégicos

Nota. En la tabla se presenta las categorías que hacen parte de la técnica de revisión documental para el cumplimiento de los objetivos. Autoría propia

Por otro lado, se hace uso de la encuesta como un instrumento de exploración de las preferencias y necesidades del mercado, de acuerdo con Hernández et al., (2014) la encuesta se constituye como un conjunto de preguntas abiertas o cerradas para indagar sobre temas particulares, conocimientos, percepciones y nociones sobre un fenómeno. Esta encuesta está dirigida a conocer el mercado desde diferentes dimensiones, esta se sistematiza y analiza con el uso de la estadística descriptiva. El instrumento consta de preguntas cerradas con selección múltiple cumpliendo con los criterios cuantitativos descriptivo y exploratorio. Las principales variables y preguntas que conforman el instrumento se presentan a continuación

Tabla 3 Variables para elaboración de encuesta

Variables para la encuesta	
Perfil sociodemográfico	Sexo
	Edad
	Estado civil
	Ingreso
	Ocupación
Tipos de actividades	Estudios
	Lugares que visita
	Actividades preferidas

Preferencias en el servicio	Motivos para viajar Razones para la elección de los destinos Tiempo de anticipación Número de personas que viajan Tipo de reservación Tipo de alojamiento Recurrencia
Presupuesto en el gasto de actividades turísticas	Medio de transporte Gasto promedio por viaje
Expectativas en las instalaciones	Relación valor vs precio Tipo de alojamiento
Expectativas en los servicios	Servicios que le gustaría acceder Actividades
Expectativas en el precio	Presupuesto ideal
Canales de comunicación	Redes sociales Páginas web Radio Televisión Medios físicos
Satisfacción con la oferta actual	Calidad del destino que elige Gustos en el destino

Nota. Presentación de las variables de investigación para la encuesta dentro de la investigación de mercados. Elaboración propia

Ficha técnica de la encuesta**Tabla 4** *Ficha técnica de la encuesta para la investigación de mercado*

Ficha técnica de la encuesta para la investigación de mercado	
Universo	Habitantes de Soacha entre los 20 a 30 años.
Objetivo del estudio	Conocer y entender en profundidad las características del turista para el plan de negocios en ecoturismo
Tipo de muestra	Muestreo por conveniencia
Tiempo de elaboración	8 días
Número de encuestas	520
Personal que elaboró y aplicó la encuesta	2
Número de preguntas	28
Canales	Red social Instagram

Nota. Se presenta la ficha técnica de la encuesta. Autoría propia

Población y muestra

La población son los clientes y seguidores de redes sociales de tres empresas de ecoturismo registradas con sede en Soacha con el fin de conocer desde la perspectiva de las personas que se interesan por este tipo de actividades turísticas y que están atentos a las publicaciones de dichas empresas. El procedimiento de la muestra se realiza tal y como lo plantean Hernández et al., (2014) por medio de un muestreo aleatorio simple con selección de personas disponibles para la investigación con criterios de inclusión como: preferencia por el turismo de naturaleza, seguidores de las redes de empresas de ecoturismo, especialmente de Instagram, y que estén disponibles con perfiles abiertos para enviar la encuesta.

De esta manera, se hace un sondeo entre los clientes o seguidores de redes sociales, se envía la encuesta a través de una plataforma y se invita a que la respondan voluntariamente.

Tabla 5. Población de la investigación de mercados

Empresa	Red social	Seguidores
Sabbat Travel	Instagram	435
Biotur	Instagram	39
Nakawe Aventura	Instagram	539
Extrema		
Total		1013

Nota. Población seleccionada desde perfiles de redes sociales. Autoría propia

A continuación, se presenta la fórmula de muestreo simple:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la Población o Universo

Z" = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)"

e = Erro de estimación máximo aceptado p = Probabilidad de que

ocurra el evento estudiado (éxito) $q = (1 - p) =$ Probabilidad de que
no ocurra el evento estudiado

Parámetro	Valor
N	1013
Z	1,960
P	50,00%
Q	50,00%
e	3,00%

**Tamaño de muestra "n" =
520**

Se realiza la encuesta a 520 personas como muestra para el estudio sobre el plan de negocios.

Procedimientos

La investigación se genera a través de fases obtenidas del marco teórico, dichas fases corresponden con los pasos para el plan de negocios y con los objetivos específicos. A continuación, se presenta la ruta de la investigación.

Tabla 6 *Procedimientos*

Objetivo	Fase	Técnica de recolección	Resultados
Realizar un diagnóstico del sector ecoturístico ahondando en los aspectos administrativos, políticos, sociales y económicos	Planeación estratégica	Revisión documental	Análisis del entorno: DOFA, PESTEL, Canvas, análisis de la competencia. Propuesta de la empresa.

Determinar las oportunidades del proyecto empresarial a través de un estudio de mercado	Investigación de mercados	Encuesta	Estudio de los servicios, de la oferta y demanda. Plan de comunicación y ventas
Estimar los presupuestos y otros aspectos financieros del proyecto empresarial	Financiera	Revisión documental	Estudio económico y financiero necesarios para la puesta en marcha del proyecto empresarial

Nota. Procedimientos de la investigación de acuerdo con los objetivos. Autoría propia

Cronograma

Figura 5 Cronograma

Actividad	Semanas								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Análisis del entorno	■	■							
Estudio técnico		■	■						
Propuesta de la empresa			■	■					
Estudio oferta y demanda			■	■	■				
Encuesta a consumidores				■	■	■			
Estrategias de ventas y fidelización					■	■	■		
Estudio económico y financiero						■	■	■	
Informe final							■	■	■

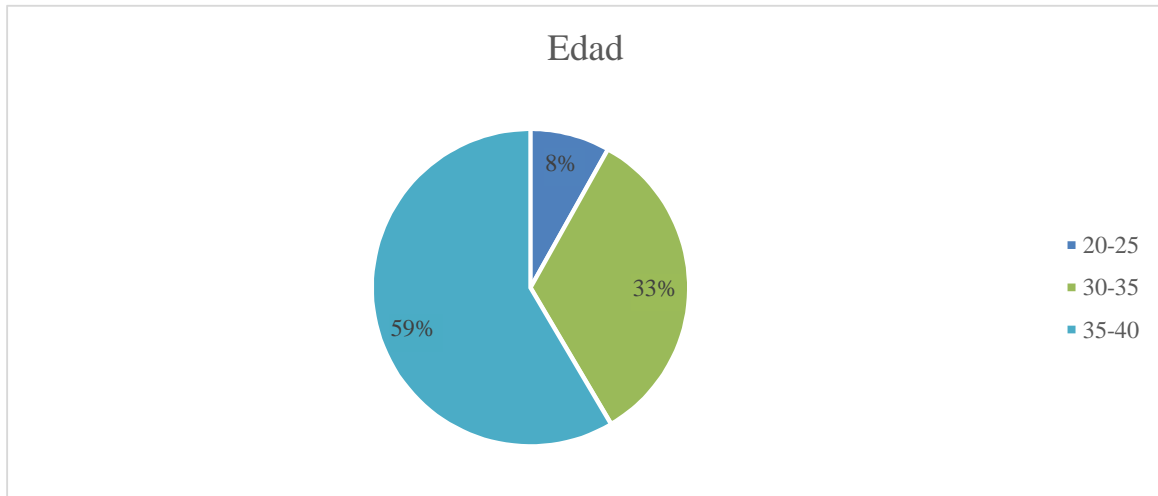
Nota. Procedimientos de la investigación de acuerdo con los objetivos. Autoría propia

Resultados

Resultados de la encuesta implementada

Para reconocer las oportunidades del proyecto ecoturístico se realiza un estudio de mercado a la población de seguidores de cinco empresas ecoturísticas, la muestra consistió en 520 personas pero se generaron dificultades en términos de contacto con los seguidores, algunos no respondieron a la solicitud, algunos rechazaron participar y algunos tenían perfiles privados y no les llegó el mensaje con la solicitud de encuesta, por otro lado, algunos solo respondieron dos preguntas, por lo que se descartaron, en total se realizaron 271 encuestas que se presentan a continuación.

Figura 9
Edad

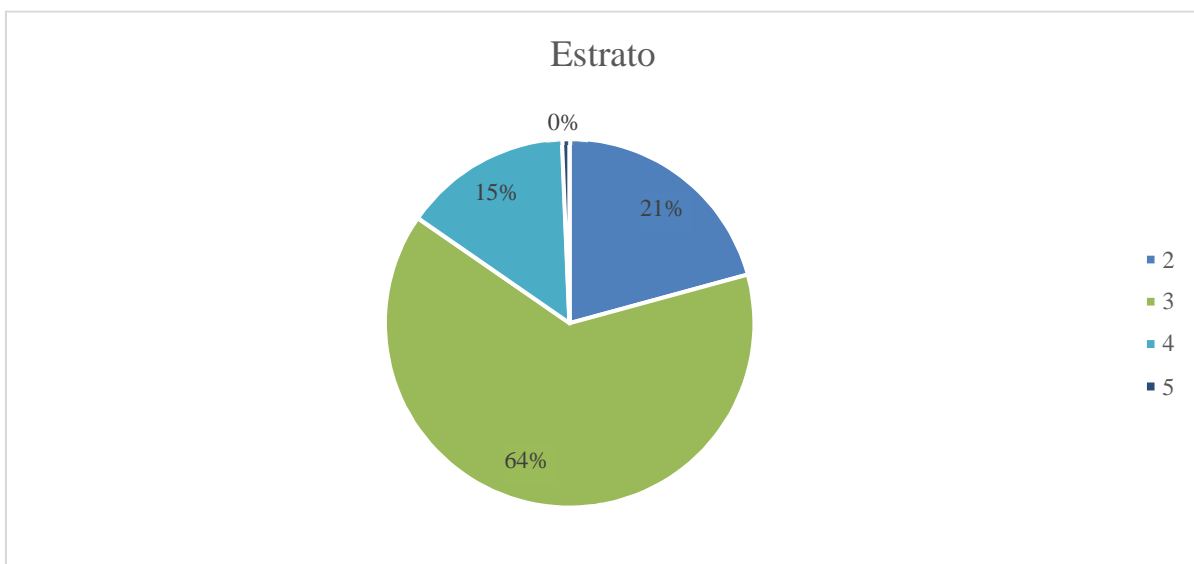


Nota. Se presenta la edad de los encuestados. Autoría propia

En la figura 9 se observa que la mayoría de la muestra encuestada se encuentra en el rango de los 35 a 40 años con un 59%, demostrando que redes como Instagram ya tienen este rango de

personas dentro de sus redes buscando agencias turísticas de preferencia, le sigue el rango de 30 a 35 con un 33%, se observa que este tipo de páginas no son altamente visitadas por jóvenes menores de 25 años, por lo que se presupone que los destinos ecoturísticos no son llamativos para esta población.

Figura 10 Estrato



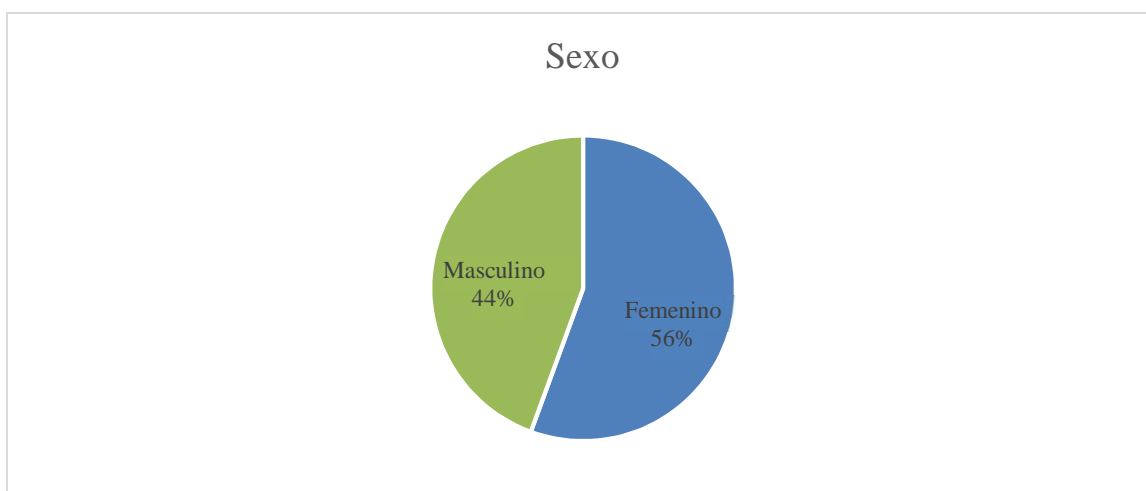
Nota. Se presenta el estrato de los encuestados. Autoría propia

En la figura 10 se observa que el 64% se encuentra en el estrato 3, seguido de un 21% en el estrato 2, evidenciando que es un tipo de turismo que interesa a la clase media, de acuerdo con los seguidores de las empresas seleccionadas. Así mismo, se observa en la figura 9 que existe una

predominancia del sexo femenino como seguidores de las empresas de ecoturismo ubicadas en Soacha.

Figura 11

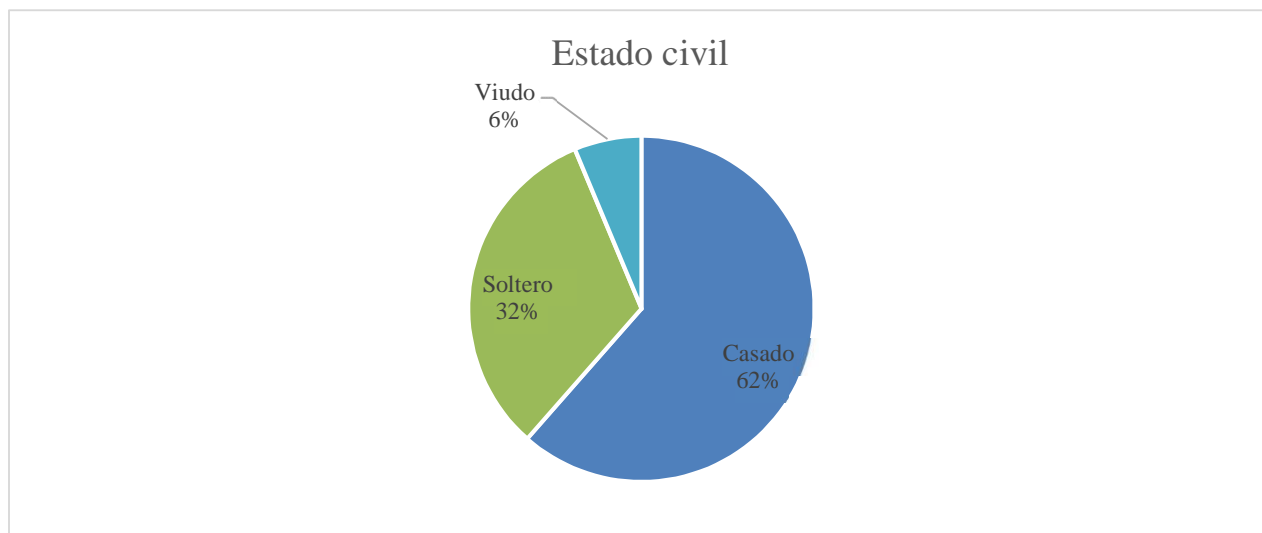
Sexo



Nota. Se presenta el sexo de los encuestados. Autoría propia

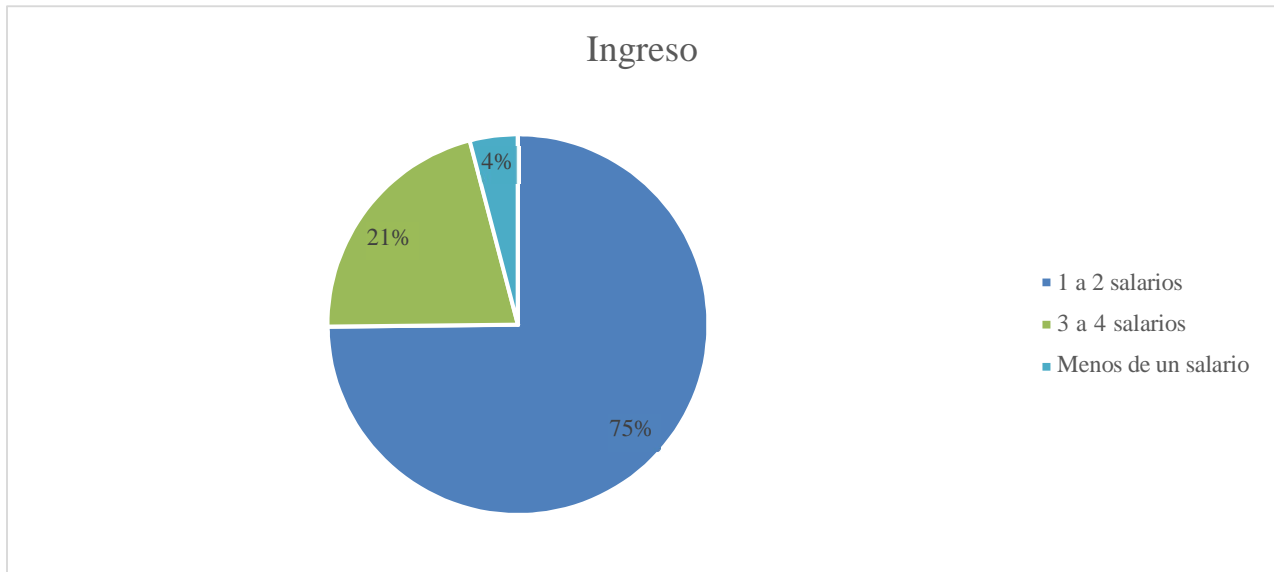
En la figura 11 se observa que el 62% de la población está casada, seguida de un 32% de personas en estado civil solteros.

Figura 12
Estado civil



Nota. Se presenta el estado civil de los encuestados. Autoría propia

En la figura 12 se observa que el 75% personas interesadas en el ecoturismo tienen ingresos por uno a dos salarios, lo que concuerda con los estratos socioeconómicos prevalentes, un 21% tiene ingresos superiores a tres salarios y solo un 4% tiene ingresos inferiores a un salario.

Figura 13*Ingreso*

Nota. Se presenta el ingreso de los encuestados. Autoría propia

Respecto a la ocupación se presenta la Tabla 13 donde se especifican las ocupaciones, predominan los administradores y vendedores, comerciantes, contadores y docentes, así mismo 37 de los encuestados se definieron como independientes, demostrando que las vacaciones ecoturísticas no tienen distinción en la ocupación.

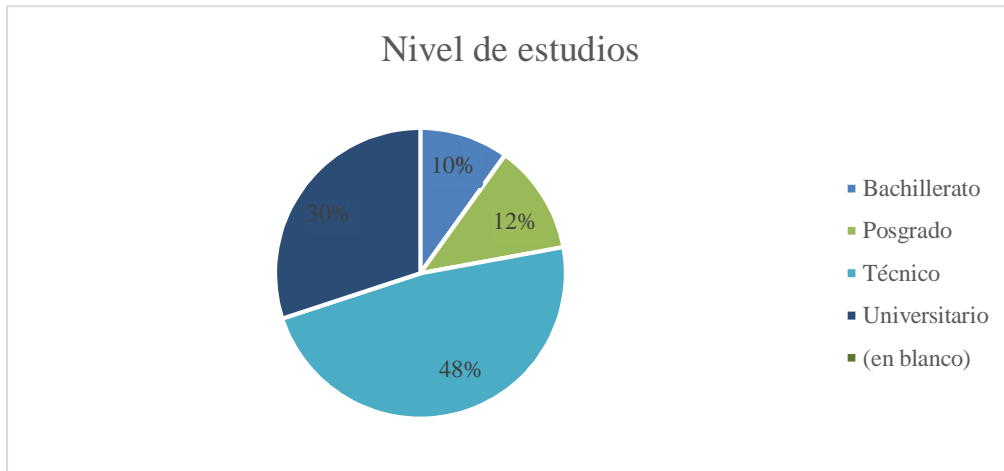
Tabla 8 Ocupación

Administrador	15
Administradora de almacén	16
Analista	1
Antropólogo	1
Apoyo administrativo	17
Arquitecto	2
Asesor	15
Bailarina	1
Bar tender	1
Cantante	1

Comerciante	9
Contador	15
Docente	12
Empleado	20
Enfermera	2
Entrenador personal	17
Estudiante	1
Financiero	2
Gerente de sucursal bancaria	16
Independiente	37
Ingeniero civil	1
Mecánico	10
Médico	2
Mesera	1
Odontólogo	1
Policía	4
Recepcionista	1
Secretaria	3
Servidor publico	9
Supervisora	17
Taxista	1
Trabajadora social	2
Vendedora	11
(en blanco)	6
Total, general	271

Nota. Se presenta la ocupación de los encuestados. Autoría propia

En la figura 14 se observa que el 48% de los encuestados tienen estudios técnicos y el 30% estudios universitarios, evidenciando que el ecoturismo es llamativo para esta población.

Figura 14*Nivel de estudios*

Nota. Se presenta el nivel de estudios de los encuestados. Autoría propia

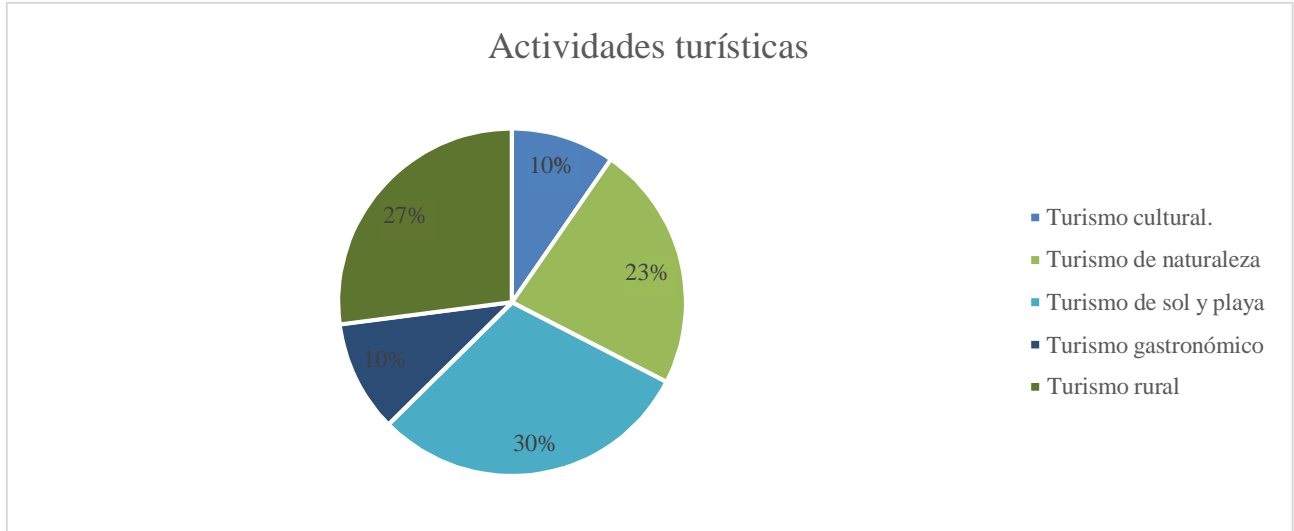
En la figura 15 se observa que los encuestados tienen una preferencia por el turismo de sol y playa con un 30% y el turismo gastronómico con un 27%, el turismo de naturaleza está en tercer lugar con un 23%, esto demuestra que hace parte del interés de las personas y que puede potencializarse para ser el primero dentro de las preferencias de la población.

Por su parte en la figura 16 se observa que los lugares que se visitan con más frecuencia son el campo con un 38% y la playa con un 30%, esto demuestra que si bien la preferencia es el turismo de sol y playa la población recurre con frecuencia a otros sitios más rurales relacionados con los paisajes, y las actividades del campo.

Figura

15

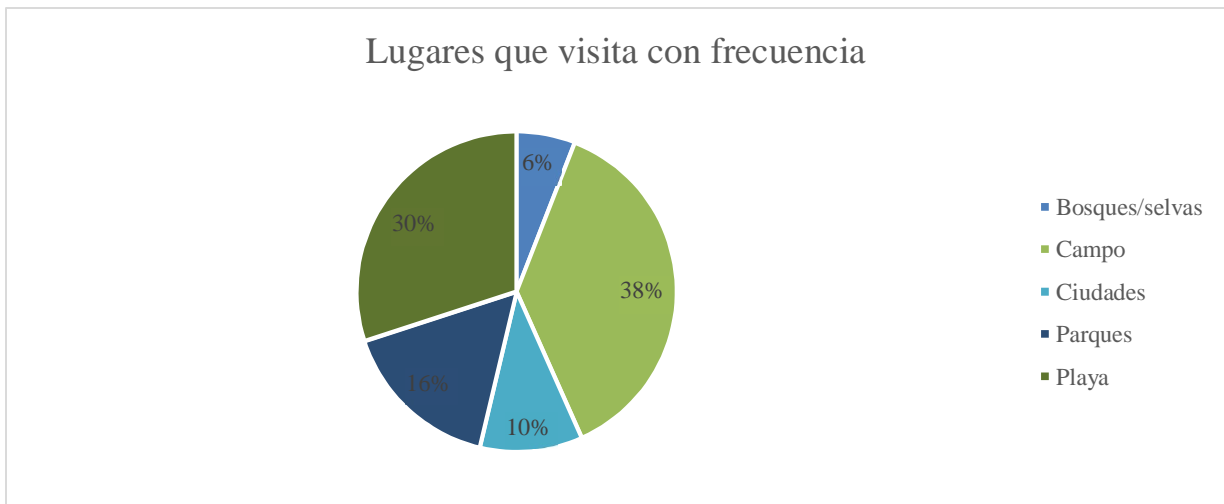
Actividades turísticas



Nota. Se presenta las actividades turísticas preferidas de los encuestados. Autoría propia

Figura 16

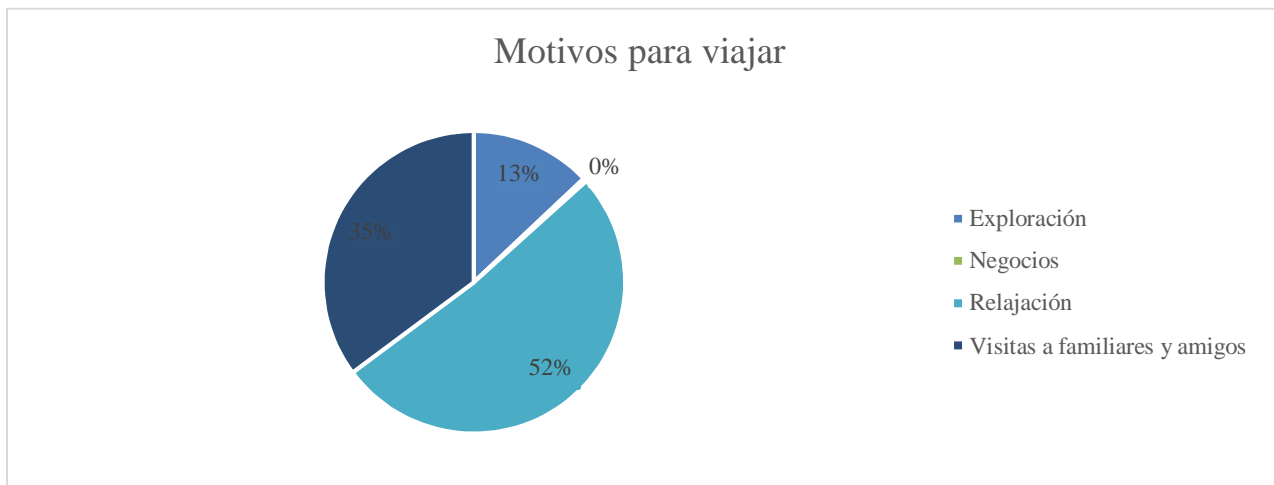
Lugares que visita con frecuencia



Nota. Se presenta los lugares que visitan los encuestados. Autoría propia

En la figura 17 se observa que los principales motivos para viajar de acuerdo con los encuestados son la relajación con un 52% y las visitas a familiares y amigos con un 35%, esto puede ser tomado en cuenta para crear paquetes de turismo familiar y para generar estrategias innovadoras.

Figura 17
Motivos para viajar

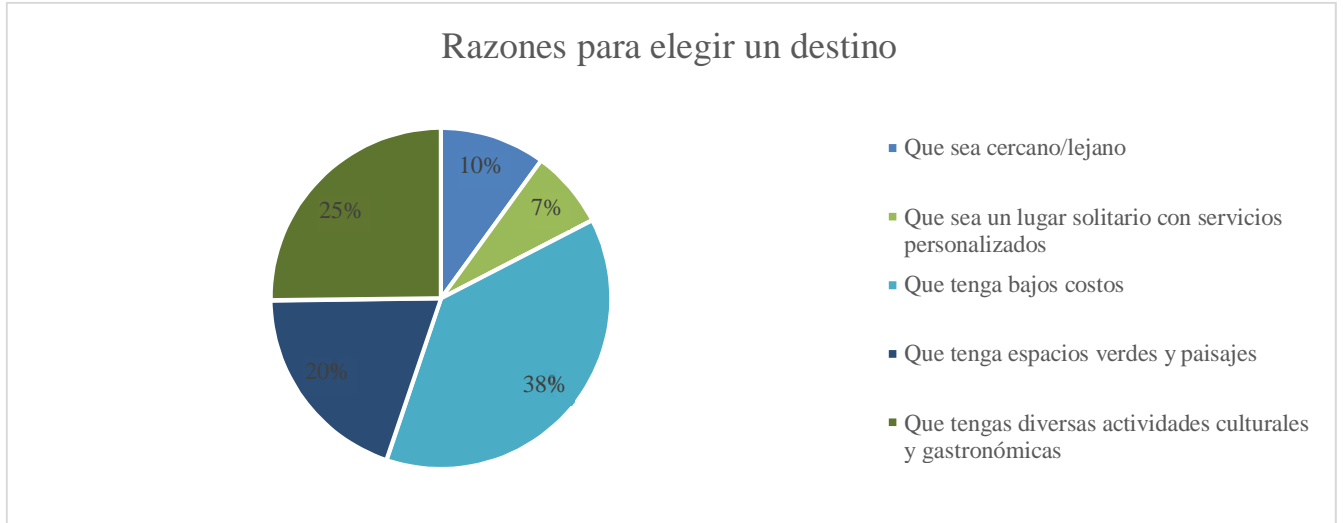


Nota. Se presenta los motivos para viajar de los encuestados. Autoría propia

En la figura 18 se observa que el 38% de los encuestados eligen un destino de bajo costo, seguido de un 25% que elige uno con espacios verdes y paisajes, esto indica que existe un gran interés por los destinos naturales que pueden ser aprovechados en el plan de negocios. Por su parte en la figura 19 se observa que el 43% de los encuestados planean sus viajes con una semana a un mes de anticipación, esto permitiría la gestión de actividades diferentes para cada periodo vacacional.

Figura 18

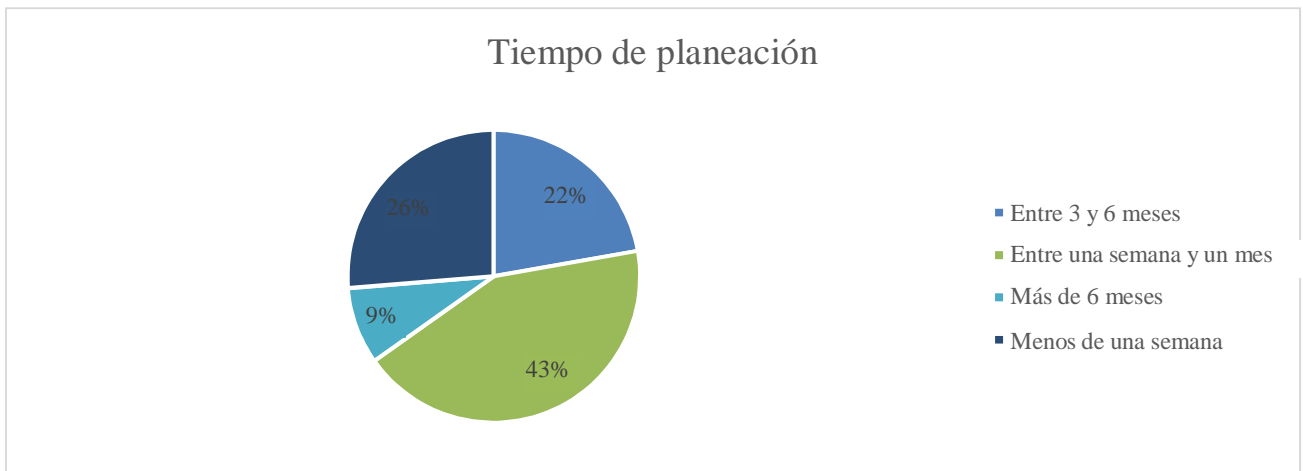
Razones para elegir un destino



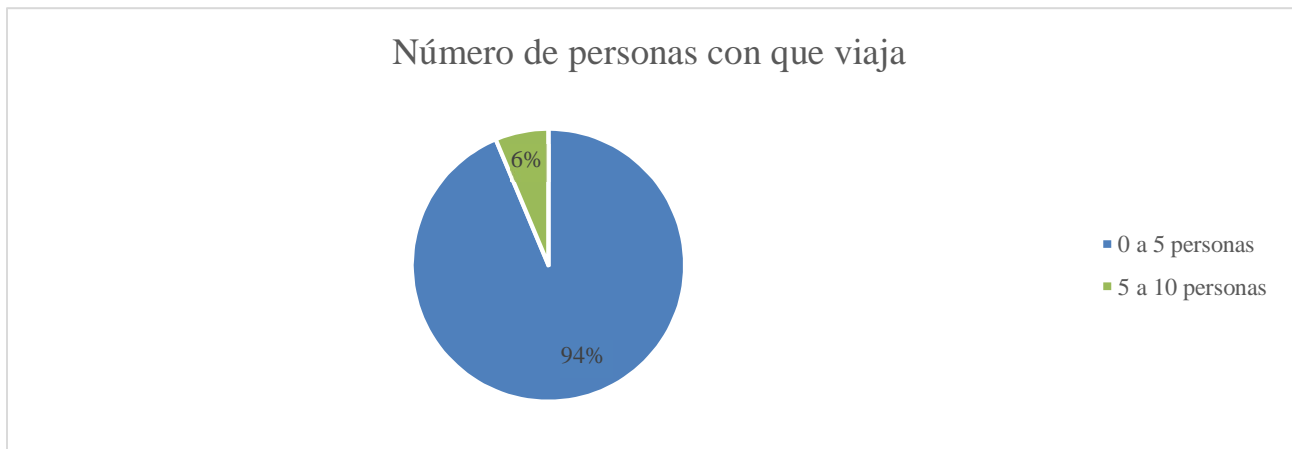
Nota. Se presenta las razones para elegir un destino de los encuestados. Autoría propia

Figura 19

Tiempo de planeación



Nota. Se presenta el tiempo de planeación de viaje de los encuestados. Autoría propia Respecto al número de personas que viajan, el 94% establece que de 0 a 5 personas por lo que se pueden pensar planes personalizados en familia o grupos de amigos que permitan una experiencia íntima y de preferencia.

Figura 20*Número de personas con que viaja*

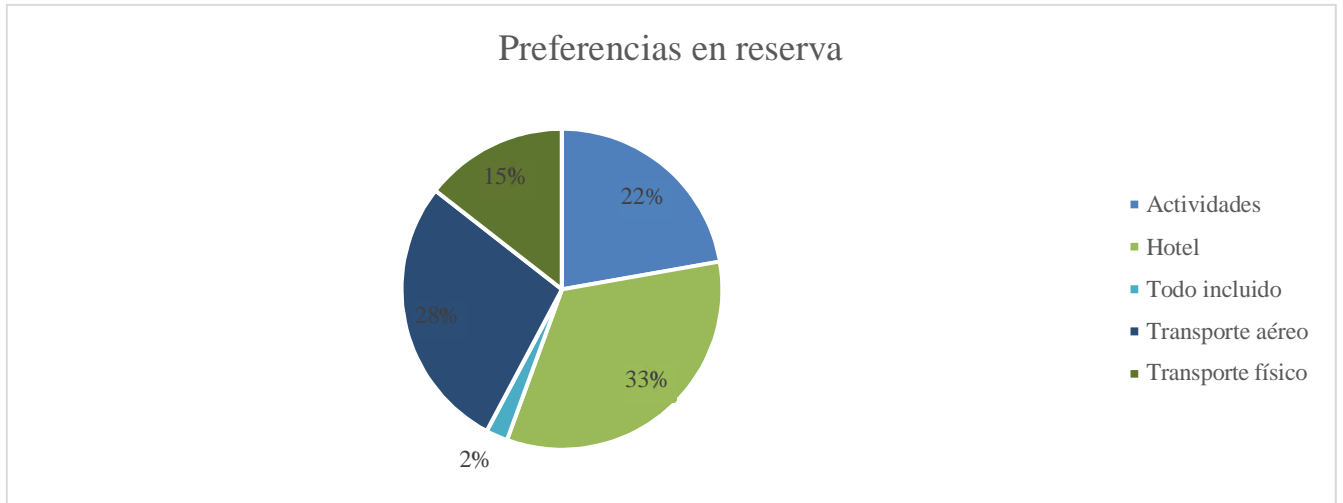
Nota. Se presenta el número de personas con las que viajan los encuestados. Autoría propia

En la figura 21 se observa que el 33% de los encuestados prefieren reservar hotel, seguido de un 28% de transporte aéreo, respecto a las actividades muy pocas personas las reservan, esto puede ser una ventaja para la creación de diferentes actividades ecoturísticas. Así mismo, en la figura 22 se observa que los tipos de alojamiento preferidos por los encuestados con el hotel con un 41%, seguido de al aire libre con un 26% lo que indica una oportunidad para la oferta de paquetes de camping.

Figura

21

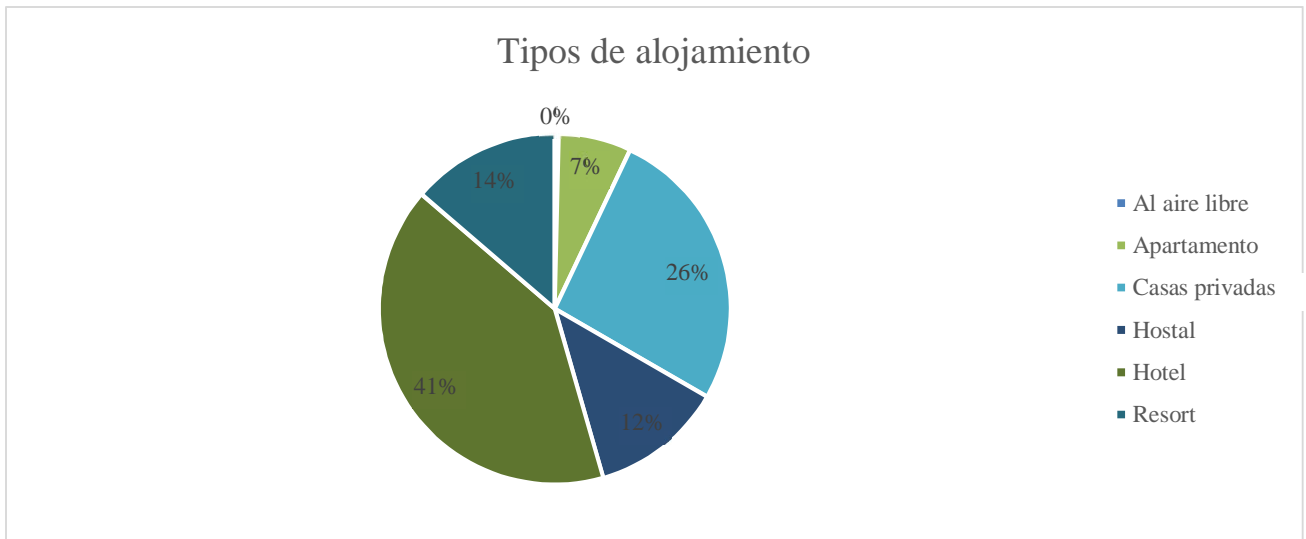
Preferencias en reserva



Nota. Se presenta las preferencias en reservación de los encuestados. Autoría propia

Figura 22

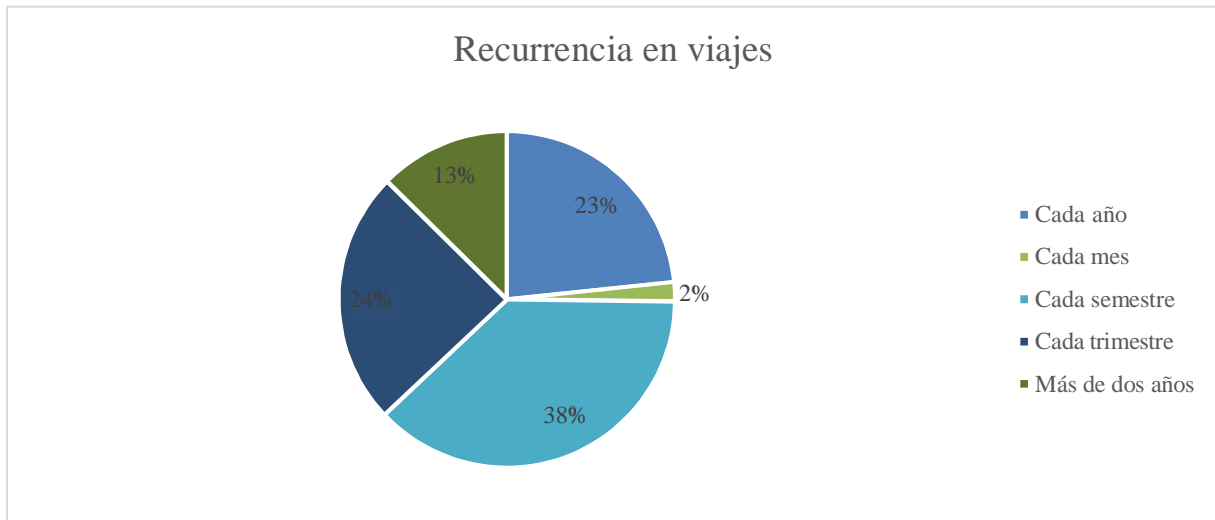
Tipos de alojamiento



Nota. Se presenta los tipos de alojamiento preferidos de los encuestados. Autoría propia

En la figura 23 se observa la recurrencia de viajes, de acuerdo con el 38% de los encuestados se realizan viajes cada semestre que significan dos salidas por año en temporada vacacional, seguido de un 24% que lo realiza cada trimestre, estas temporalidades permiten que se generen diferentes actividades ecoturísticas durante el año.

Figura 23
Recurrencia en viajes

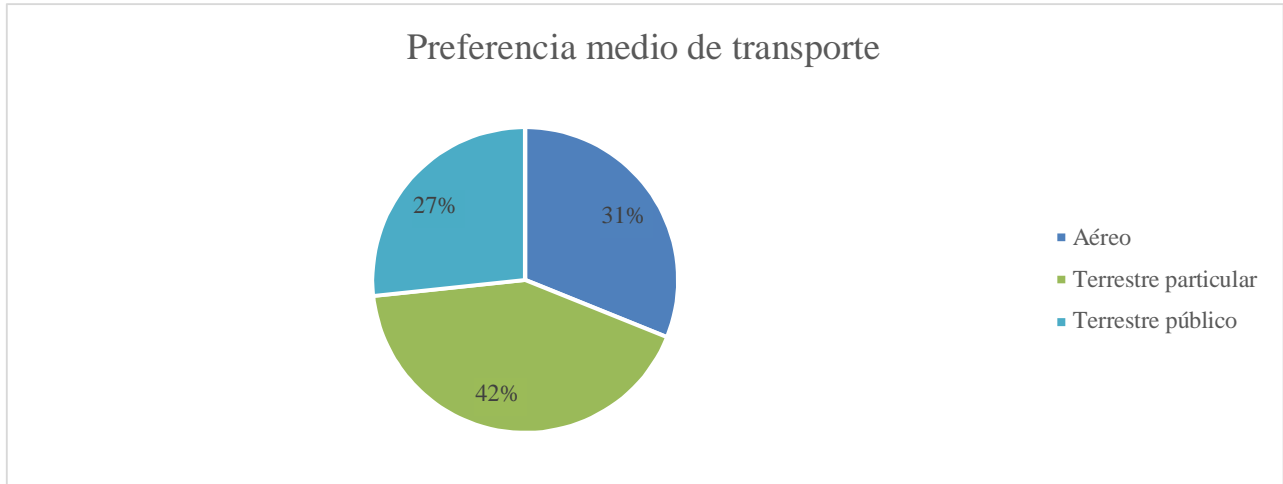


Nota. Se presenta la recurrencia en viajes de los encuestados. Autoría propia

En la figura 24 se observa que el 42% de los encuestados prefieren viajar en autos particulares, probablemente de su propiedad, siendo una ventaja ya que Soacha cuenta con amplias carreteras para visitar los lugares ecoturísticos emblemáticos.

Figura 24

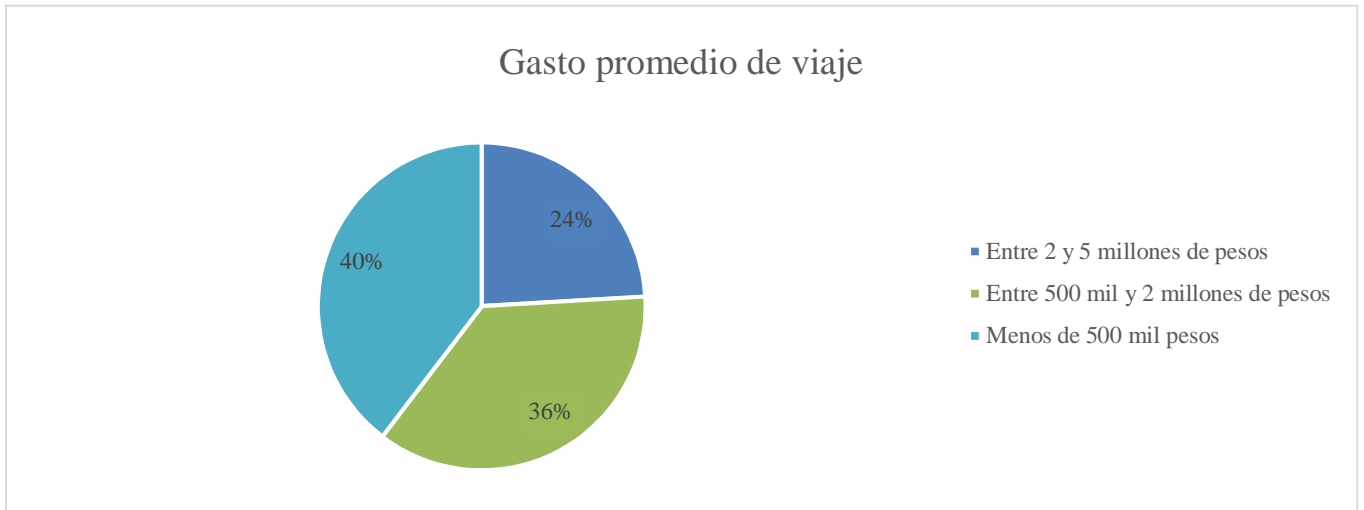
Preferencias medio de transporte



Nota. Se presenta la preferencia de medios de transporte de los encuestados. Autoría propia

Figura25

Gasto promedio de viaje



Nota. Se presenta el gasto promedio de viaje de los encuestados. Autoría propia

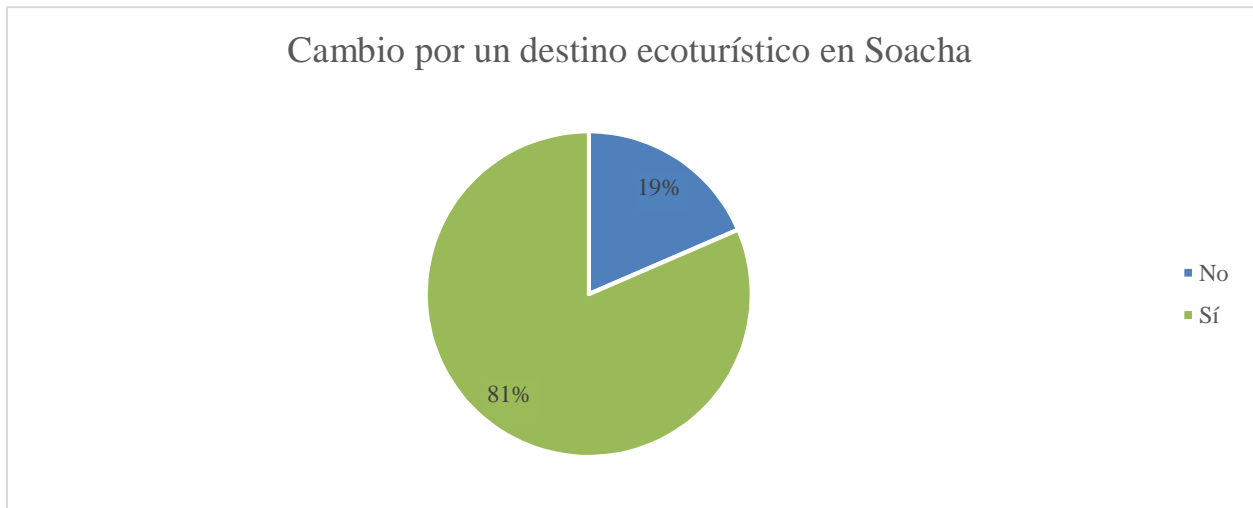
En la figura 25 se observa que el gasto promedio de viaje es de menos de 500 mil pesos de acuerdo con el 40% lo que coincide con la búsqueda de bajos costos en preguntas anteriores,

esto puede ser una ventaja ya que los destinos ecoturísticos presentan precios asequibles como se determinó en el análisis de la competencia.

En la figura 26 se determina si los encuestados están dispuestos a cambiar sus viajes tradicionales por un destino ecoturístico en Soacha, el 81% de estos establece que sí, lo que puede vislumbrar que es un sitio reconocido y con percepciones positivas que generan una ventaja respecto a otros destinos.

Figura 26

Cambio por un destino ecoturístico en Soacha

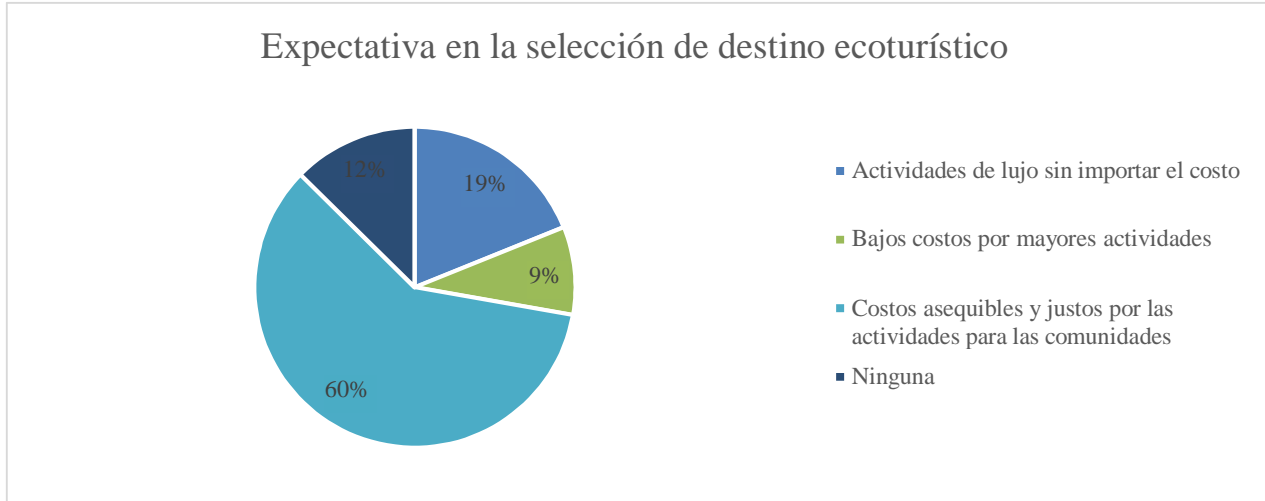


Nota. Se presenta si los encuestados prefiriesen un destino ecoturístico en Soacha. Autoría propia

En la figura 27 se observa que las principales expectativas de los destinos ecoturísticos son costos asequibles y justos con un 60%, seguido de actividades de lujo sin importar el costo con un 19%, esta prevalencia de los costos es importante analizarla a la luz de la concienciación que está tomando la población para contribuir con las comunidades pagando precios justos que permitan el desarrollo local.

Figura 27

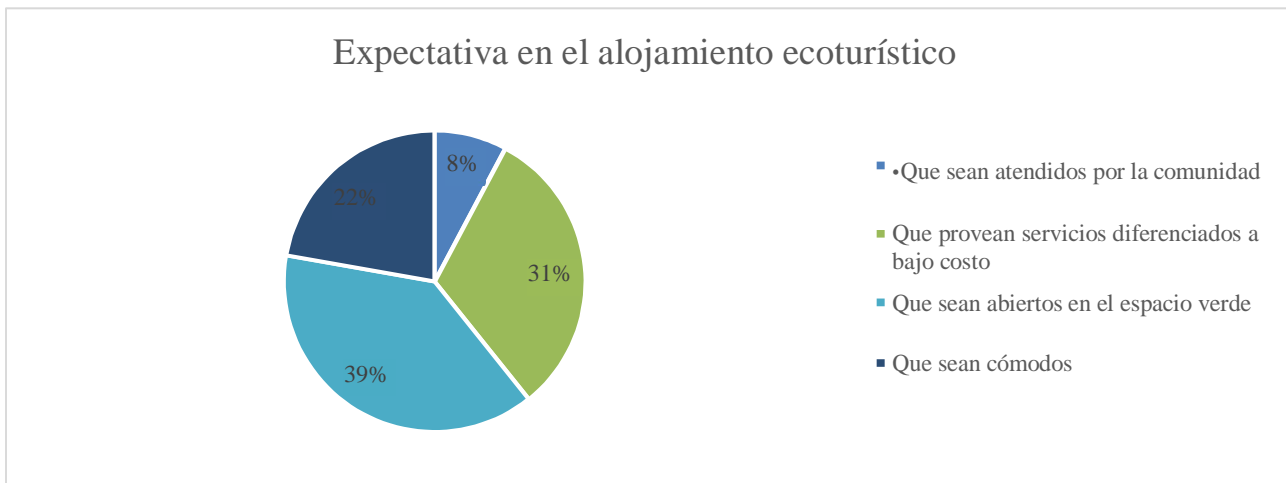
Expectativa en la selección de destino ecoturístico



Nota. Se presenta la expectativa en la selección de destino ecoturístico de los encuestados. Autoría propia

Figura 28

Expectativa en el alojamiento ecoturístico

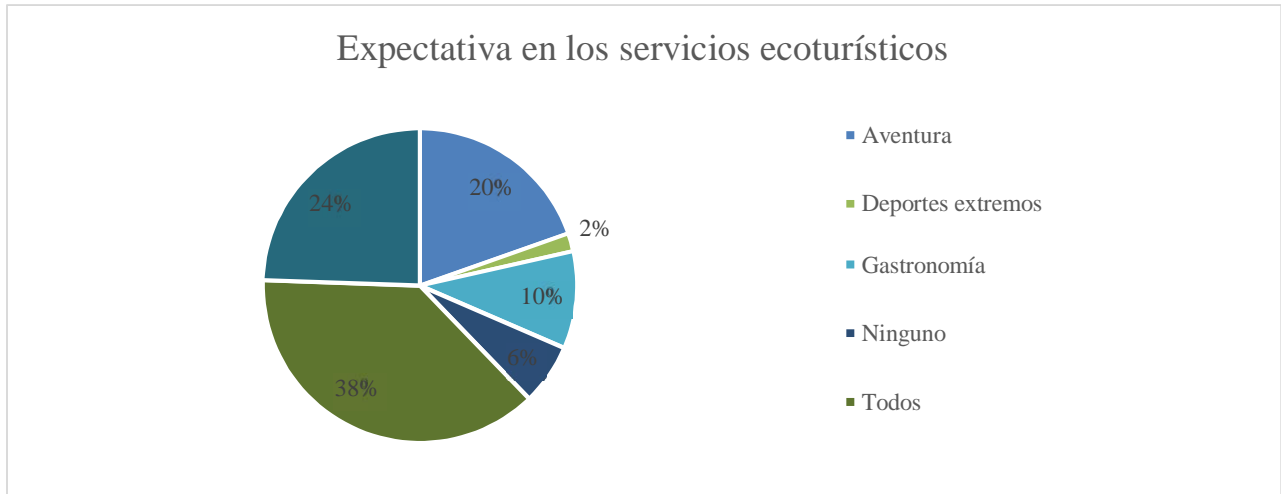


Nota. Se presenta las expectativas en el alojamiento de los encuestados. Autoría propia

En la figura 28 se observa que la principal expectativa respecto del alojamiento ecoturístico es que sean abiertos en el paisaje, esto permite ver una oportunidad para paquetes de camping en los espacios definidos para la actividad económica.

Figura 29

Expectativa en los servicios ecoturísticos

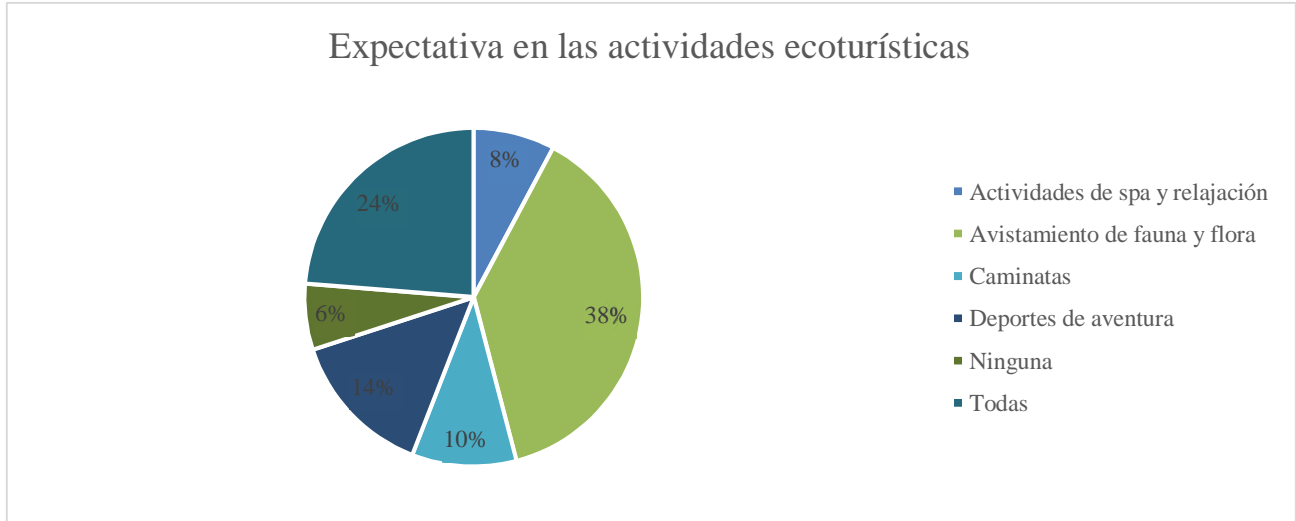


Nota. Se presenta las expectativas de los servicios ecoturísticos de los encuestados. Autoría propia

En la figura 29 se observa que la mayor expectativa en los servicios ecoturísticos incluye todas las actividades de aventura, deportes extremos, gastronomía, entre otros, con una predominancia del 38%. Así mismo en la figura 30 se observa que el 38% de la población espera encontrar actividades de avistamiento de flora y fauna dentro del ecoturismo, seguido de deportes de aventura con un 24%, este reconocimiento de las preferencias permite desarrollar el portafolio de productos dentro del plan de negocios.

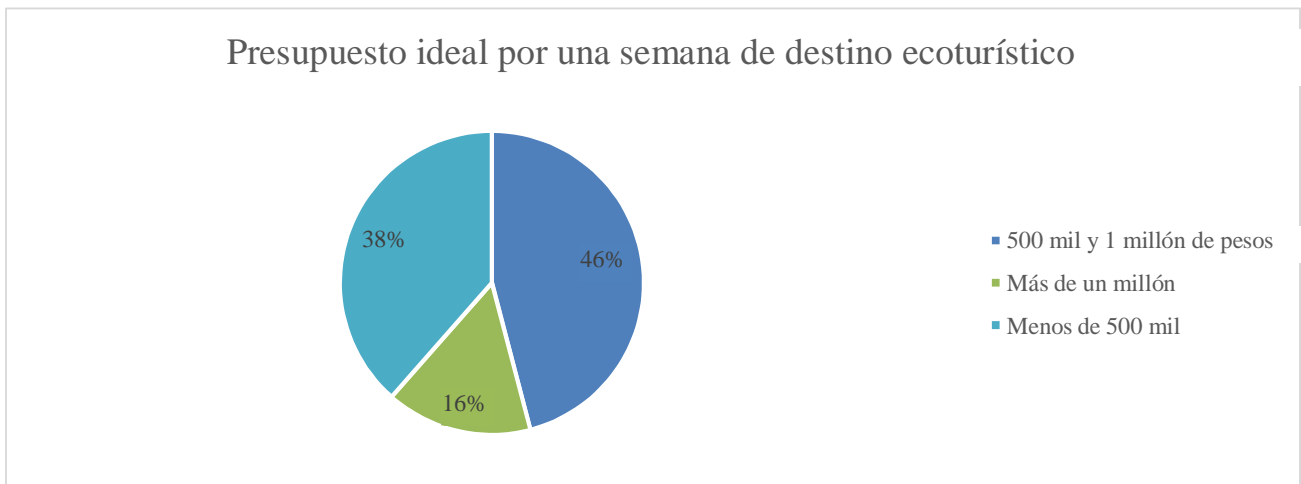
Figura 30

Expectativa en las actividades ecoturísticas



Nota. Se presenta las expectativas de las actividades ecoturísticas de los encuestados. Autoría propia

Figura 31 Presupuesto ideal por una semana de destino ecoturístico

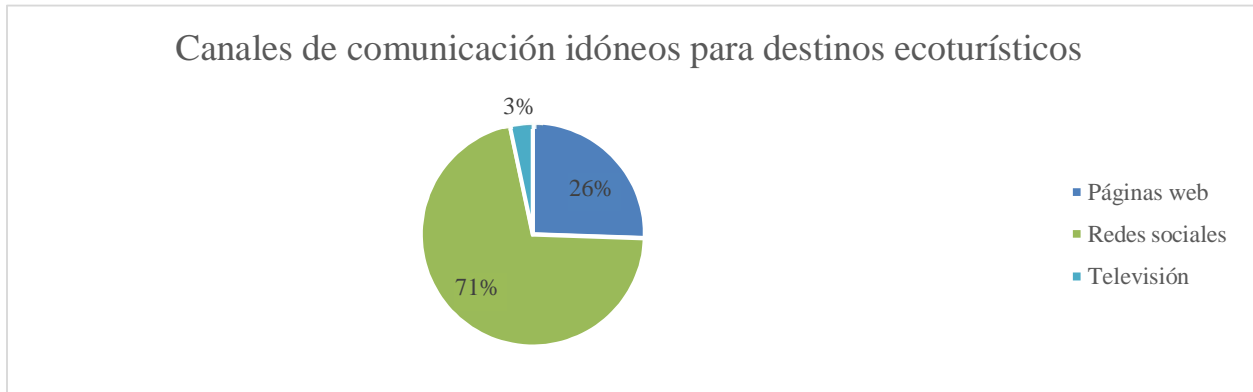


Nota. Se presenta las expectativas de las actividades ecoturísticas de los encuestados. Autoría propia

En la figura 31 se observa que el 46% de los encuestados considera que el presupuesto ideal por una semana de destinos ecoturísticos oscila entre los 500 mil y el millón de pesos, similar

a lo que gastan en destinos turísticos tradicionales. Esta similitud puede facilitar la decisión de compra de los consumidores.

Figura 32 Canales de comunicación idóneos para destinos ecoturísticos



Nota. Se presenta los canales de comunicación preferidos de los encuestados para la publicidad. Autoría propia

En la figura 32 se observa que el 71% de los encuestados consideran que los canales de comunicación idóneos son las redes sociales, esto permitirá que se genere un plan de comunicación a través de estas ya que son potenciales para la obtención de clientes. Así mismo en la figura 33 se observa que el 64% de los encuestados no se encuentran satisfechos con los destinos ecoturísticos, de esta manera se debe reconocer la importancia de innovar.

Figura**33***Satisfacción destino ecoturísticos en Soacha*

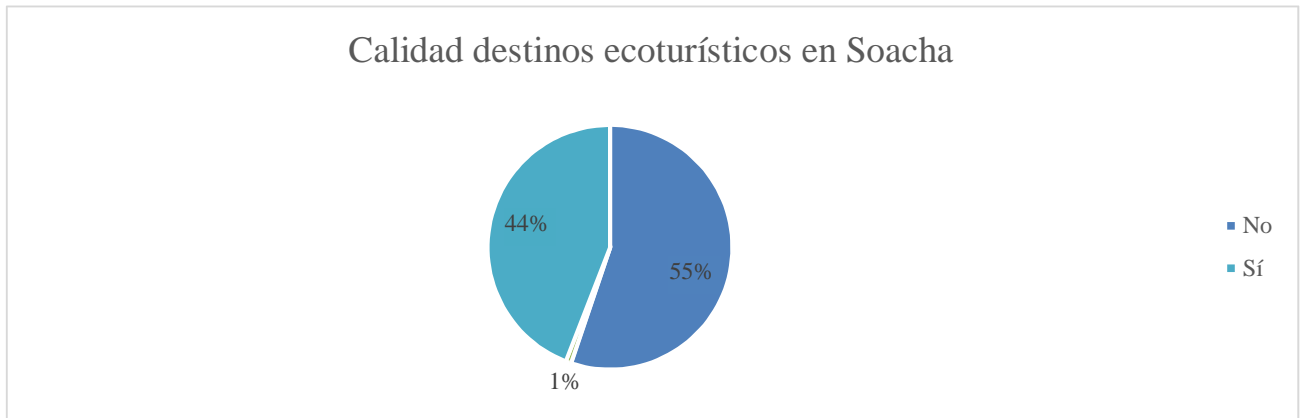
Nota. Se presenta la satisfacción actual de los destinos ecoturísticos de Soacha. Autoría propia

En la figura 34 se observa que el 55% de las encuestas no encuentran que los destinos ecoturísticos en Soacha sean de calidad, con este conocimiento se pueden crear experiencias de calidad que permitan que los espacios verdes de Soacha sean reconocidos y respetados por los turistas, como un espacio de esparcimiento, pero también como un lugar de respeto y de conservación medioambiental unificando cuerpo, medioambiente y valores.

Por último, en la figura 35 se observa que el 84% de los encuestados consideran que un destino ecoturístico en Soacha podría ser un lugar de visita frecuente, lo que permite evidenciar un potencial para la consolidación del plan de negocios, a partir de este proceso de estudio de mercado se generan los planes estratégicos y el estudio económico con el portafolio definido.

Figura 34

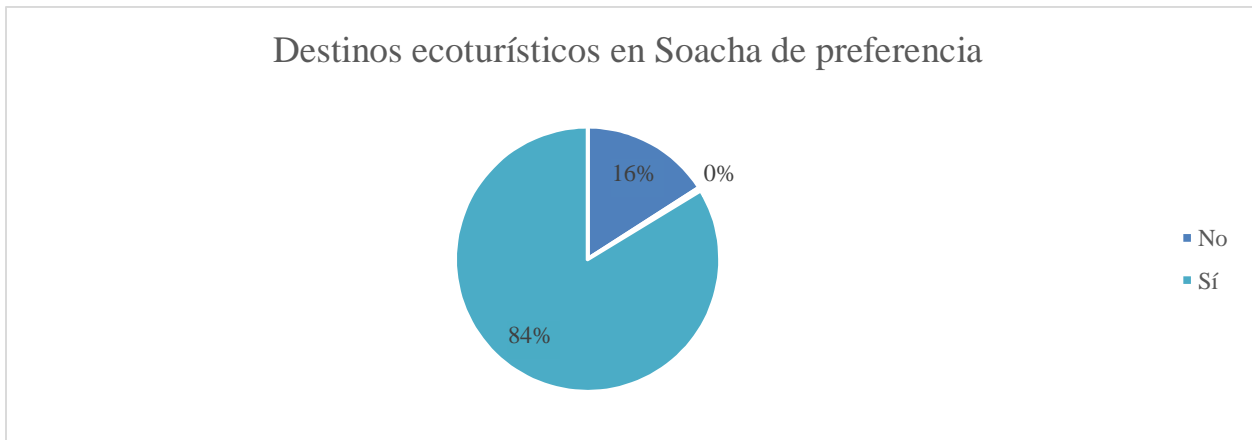
Calidad destinos ecoturísticos en Soacha



Nota. Se presenta la percepción de la calidad de los destinos ecoturísticos en Soacha. Autoría propia

Figura 35

Destinos ecoturísticos en Soacha de preferencia



Nota. Se presenta las expectativas de las actividades ecoturísticas de los encuestados. Autoría propia

Análisis de resultados de encuestas

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos gracias a la encuesta realizada, la cual respondieron 271 personas en su totalidad, los datos suministrados se toman como referencia para su interpretación.

Se logra identificar que la población interesada se encuentra en su mayoría entre los 35 y 40 años, principalmente mujeres (44%), y hombres (56%), pertenecientes al estrato 3 e interés por parte de la clase media; con un nivel técnico de educación e ingresos que se encuentran entre uno y dos salarios mínimos, lo que permite determinar la capacidad adquisitiva de la población y así determinar las tarifas de los planes que se manejan en la empresa.

Esta población tiene preferencia por el turismo de sol y playa (30%), turismo gastronómico (27%) y de naturaleza (23%). Este último puede potencializarse ya que se muestra interés por parte de la población encuestada. De igual manera, los lugares que visitan con mayor frecuencia son el campo (38%) y la playa (30%), lo que confirma lo descrito anteriormente. Además, sus principales motivos para viajar son por relajación, visitas a familiares y amigos, por lo que se pueden crear paquetes turísticos familiares y definir destinos llamativos que atraigan la atención de los clientes. Estos paquetes deben estar enmarcados en destinos de bajo costo, con espacios verdes y paisajes, factores que tiene en cuenta la población a la hora de elegir un destino.

También, es importante tener en cuenta el tipo de alojamiento que se ofrece para cada destino, pues, aunque la mayoría prefiere alojarse en hotel, otros prefieren al aire libre, permitiendo así la oportunidad de ofrecer paquetes de camping. Asimismo, la recurrencia en viajes permite determinar una mayor oportunidad en temporada vacacional, por lo que se

debería tener una oferta amplia de destinos para satisfacer a la mayor cantidad de demandantes, con precios asequibles, un factor que tienen como ventaja los destinos ecoturísticos de acuerdo con el análisis de la competencia.

Por otra parte, el 81% de los encuestados estarían dispuestos a cambiar sus viajes tradicionales por un sitio ecoturístico en Soacha, con alojamiento abierto a espacios verdes y con servicios diferenciados de bajo costo. Además, que incluyan actividades como deportes extremos, de aventura y gastronomía, así como actividades de avistamiento de flora y fauna, esto permite ampliar el catálogo de sitios turísticos dentro del municipio que llamen la atención y sean innovadores, pues el 64% no se encuentra satisfecho con los destinos actuales, este es un factor importante ya que consideran que los destinos en el municipio pueden ser de visita frecuente, lo que potenciaría el turismo y la consolidación del plan de negocios.

Plan de negocio

Propuesta de la empresa

La empresa Mirar Hacia el Futuro se centra en ofertar servicios ecoturísticos en el municipio de Soacha, además de ofrecer los espacios tradicionales como el Parque Natural Chicaque, el museo arqueológico y otros se centra en el conocimiento de las comunidades rurales, avistamientos de flora y fauna y su valor agregado es la actividad deportiva en diferentes modalidades para toda la familia. El logo representa el verde de la naturaleza, los caminos interesantes que se pueden hallar en el municipio y un árbol que representa la biodiversidad.

Valores de la empresa

Nuestros principios axiológicos, están enfocados en el respeto, dignidad, tolerancia, integridad, responsabilidad, empatía, equidad, libertad de expresión, honestidad, lealtad, con la total aplicación tanto como para los integrantes de nuestra organización, como para los

clientes, además con una total armonía con el planeta.

Visión

Convertirnos en una agencia de ecoturismo reconocida en el municipio de Soacha Cundinamarca, por el nivel de confianza y seguridad, el cual podemos brindar a todos nuestros clientes, con una gran creatividad e innovación en los servicios, con una conciencia ambiental. Tener una consolidación en el ámbito del ecoturismo en el municipio de Soacha Cundinamarca, con una proyección del año del 2022 al 2025.

Misión

Mirar hacia el futuro es una empresa de ecoturismo, la cual brindar servicios con los mejores estándares de calidad, contando con un equipo interdisciplinario el cual les da una

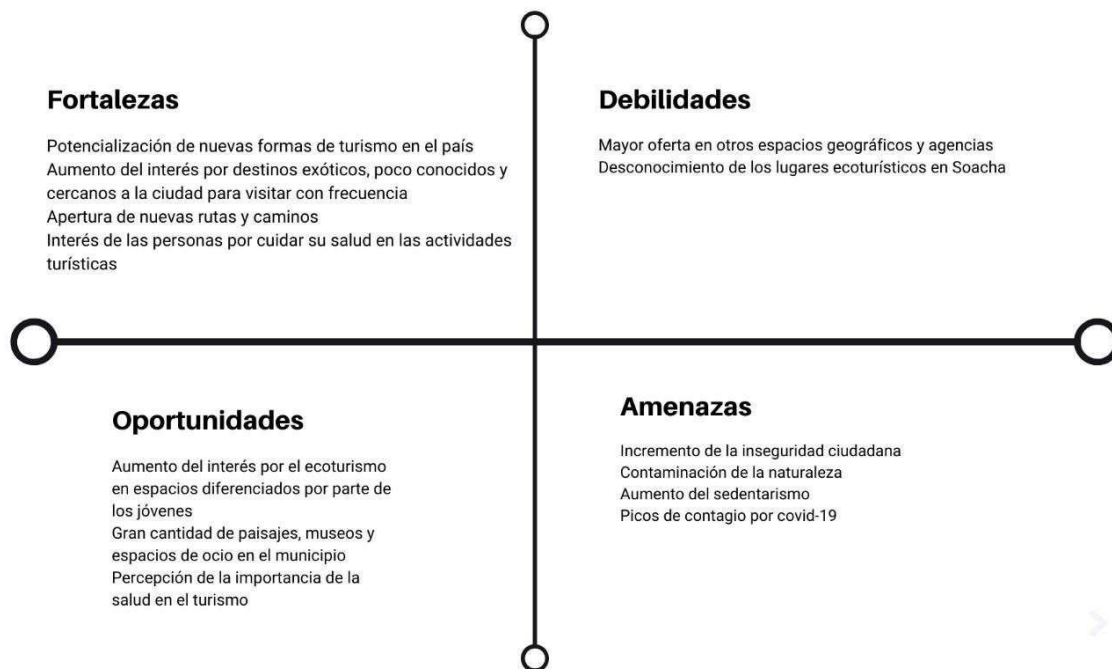
garantía especial a nuestros diferentes servicios. Ofrece un nutrido abanico de posibilidades, como son lugares, experiencias, costumbre, etc., los cuales redunden en el bienestar integral de los clientes y que de paso llene todas las expectativas de todos y cada uno de ellos, con un precio accesible.

Figura 6. Logotipo



Nota. Logotipo propuesta. Autoría propia

Figura 7. DOFA



Nota. Descripción DOFA del entorno. Autoría propia

Plan estratégico DOFA

Debilidades: Generar lealtad en las personas de Soacha Cundinamarca ofreciéndoles precios accesibles y lugares interesantes para que se fidelicen a nuestra empresa.

Amenazas: Coordinar con las diferentes instituciones de seguridad, la comunidad y demás implicados en estos aspectos, para garantizar el buen desarrollo de las diferentes actividades en el municipio de Soacha.

Generar una conciencia en las personas, que en los lugares visitados o por conocer, toda la basura llevada y que se encuentre en el lugar, la retiremos entre todos para limpiar y mejorar los espacios de la naturaleza de Soacha Cundinamarca.

Bien se puede reconocer que Soacha no se sitúa como un destino turístico significativo actualmente para aquellos individuos que pretenden conocer el departamento de Cundinamarca. Sin embargo, el hecho de no ser un sitio turístico, contando con los destinos que tiene, los museos y su proceso histórico, puede concebirse como una fortaleza en tanto la posibilidad de atraer al creciente público de una manera rápida y contando con la ventaja de tener poca oferta para dicho destino.

Soacha durante los últimos años ha pasado por situaciones de orden público un tanto complejas, esto ha configurado una idea un tanto negativa del lugar como un espacio hostil en la sabana, en donde priman la inseguridad y el vandalismo. Sin embargo, esto no es cierto en todo el sentido y por ello la importancia de la transformación desde el sentido de la reputación es fundamental.

Es necesario reconocer que las oportunidades se deben convertir en fortalezas, por eso la necesidad de los jóvenes de buscar nuevos espacios que no se alejen mucho de la ciudad pero que les genere experiencias, resultan oportunos para que se conciba a Soacha como la posibilidad de un espacio en el límite de la ruralidad y lo urbano en el que se gesten programas de aventura.

Figura 8 *Canvas*

Aliados Clave Hoteles Organizaciones locales Reservas públicas y privadas Empresas de transporte Restaurantes y comunidad local	Actividades Clave Diseño de paquetes ecoturísticos Promoción y comercialización de servicios ecoturísticos con actividad física y cultural Asociaciones estratégicas con la comunidad	Propuesta de Valor Ofrecer paquetes de ecoturismo con énfasis en Actividad física y bienestar en Soacha	Relación con el Cliente Plataforma web Redes sociales Atención personalizada	Segmentos de Clientes Jóvenes entre los 20 y 30 años que valoren el ecoturismo, se interesen por actividades ligadas al bienestar físico, nacionales y extranjeros
	Recursos Clave Humanos, guías y entrenadores Hoteles y hostales Servicio de alimentación Atención al cliente		Canales Página web Instagram Facebook WhatsApp Línea telefónica	
Estructura de Costes Costos administrativos y operativos Marketing y publicidad			Estructura de Ingresos Venta de paquetes ecoturísticos Venta y alquiler de implementos	

Nota. Formato CANVAS para la planificación de negocios y estrategias. Autoría propia.

Dentro del modelo CANVA planteado se puede reconocer la fuerza que tienen los medios sociales debido al segmento de población al que se encuentra apuntando el proyecto, allí se gesta la principal posibilidad de marcar diferencia de lograr una ventaja competitiva, para ello es fundamental hacer énfasis en el contenido de calidad, el mismo que logrará que las redes sociales resulten atractivas para el público que se pretende impactar y por ello es fundamental que se utilicen modelos de comunicación a través de los cuales se establezca la asertividad. Por ejemplo, los contenidos van a representar una parte fundamental, y para ello se pueden utilizar herramientas como el podcast. Los videos, los memes, los blogs.

Es importante reconocer que la audiencia a la que se pretende impactar representa una porción significativa de la fuerza de trabajo actual del país, por lo tanto, tienen capacidad de adquisición, asimismo se hace necesaria la comprensión de dicha audiencia, qué les gusta, cómo se identifican, cuáles son las diferencias entre sí, cómo se gestionan las experiencias, cuáles son los alcances que tiene tanto como grupo como a nivel individual. De acuerdo con diferentes estudios se puede corroborar que, de acuerdo con la plasticidad de las inteligencias múltiples, es necesario que la creación de contenido en las redes sociales sea diversa, pues habrá quienes prefieran escuchar un audio, pero otros que prefieran leer un blog y otros que quieran interpretar un comic.

También se debe considerar la importancia de los aliados clave, es necesario comprender que en este ámbito existen muchos stakeholders y todos pueden desempeñar un rol importante para la organización tanto a nivel directo como a nivel indirecto, de ahí que los convenios que se vayan a hacer logren ser lo más específicos posible para que al momento de la venta del paquete todo se encuentre debidamente controlado, que los detalles mínimos no interfieran para mal. Por esto es fundamental que se cuente con varios proveedores, tener un conocimiento

profundo de los diferentes espacios del municipio, que se gestionen todos los permisos y se cumpla con la normativa.

Análisis del entorno

Para conocer el entorno se genera un análisis PESTEL que corresponde con la investigación y actualización en temas políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, en este caso se establece el panorama del ecoturismo en Colombia hallando información tanto a nivel nacional como local.

Político: De acuerdo con el diario La República (2020) el proceso de postconflicto ha generado una confianza en los turistas y por ende ha incrementado el interés por conocer nuevos espacios tanto rurales como urbanos. Así mismo, el COVID-19 y las restricciones de movilidad retrasaron los avances en temas de turismo y el ecoturismo; ante esta compleja coyuntura, el Gobierno Nacional dispuso de un conjunto de ayudas dirigido a las empresas de estos sectores con el fin de atenuar la pérdida de empleos y la dramática caída de los ingresos, que para los establecimientos de alojamiento a corte de agosto alcanzó 91,5%. Entre los más destacados se encuentra i) el Programa de Apoyo al Empleo Formal (PAEF), ii) la exoneración de IVA a servicios de hotelería y turismo, y iii) la reducción del impuesto al consumo a 0% para los servicios de bares y restaurantes, entre otros.

Económico: En temas económicos, el Gobierno Nacional frente a la pandemia ha generado oportunidades financieras para el sector del turismo como líneas de crédito para mitigar los cierres. Así mismo se han planteado oportunidades de inversión a turismos alternativos como el ecoturismo

Sociocultural: Fomento de atractivos ecoturísticos con valores agregados como particularidades paisajísticas. Además de ello, se han generado diversos planes desde alianzas estratégicas al interior del sector que permite concebir una manera sostenible del turismo y que reconoce la posibilidad de generar beneficios para las comunidades visitadas, haciéndolo con respeto, responsabilidad y compromiso. Gracias al proceso de paz y los acuerdos posteriores, Colombia ha empezado a gozar de buena reputación en cuanto aspectos como la seguridad y como se trata de un destino de gran diversidad ambiental, se percibe la importancia del aumento del ecoturismo en el país. De acuerdo con el diario La República (2020) a raíz de la pandemia se ha generado un aumento en el ecoturismo, pues la tendencia es buscar la naturaleza y el turismo de aventura, la posibilidad de salir de la ciudad y generar otras formas de conocer el mundo.

Tecnológico: algunas investigaciones se han permitido la relación entre el ecoturismo y los factores tecnológicos en la región de La Guajira. Cujía et al., (2016) plantean la importancia de generar innovación, tecnología y desarrollo en el ámbito del ecoturismo, para ello se permite introducir en este sector aspectos como la biotecnología, el uso de nuevas energías renovables, el diseño y la construcción con materiales ambientales y la creatividad.

Ecológico: Desde el Ministerio de Turismo (2016) se han instaurado políticas que propenden hacia el desarrollo del ecoturismo como una respuesta asertiva para un tipo de turismo sostenible desde el que se beneficien las comunidades impactadas y se les permita además de recibir a los turistas constituirse en un marco normativo que proteja tanto su entorno como sus costumbres. En el caso de Colombia se puede reconocer que existen muchas áreas de protección y potencialmente turísticas bajo la lente ecológica; por eso la injerencia de organizaciones no gubernamentales que han entrado a mediar a través de charlas y propuestas que se preocupan por el medio ambiente.

Legal: Incentivos tributarios al ecoturismo a través de la Ley 788 de 2002 con una renta exenta, las resoluciones 0118 y 890 de 2005 y la Ley 1943 de 2018 que establece una renta preferencial del 9%

Análisis de la competencia

Tabla 7 Análisis de la competencia

Nombre	Dirección	Destinos	Precios
D Paseo	Cl 15 #7 59	6 sitios	Desde
Viajes y Turismo		turísticos: Costa Atlántica, Sur de Colombia, San Gil, San Andrés, Hacienda Nápoles	\$700.000 a \$1.200.000 un promedio de una semana con algunos servicios complementarios como transporte y comida.

Nakawe Aventura Extrema	Cra. 1 este #N 36-50	Deportes extremos en diferentes zonas de Cundinamarca, Meta y departamentos aledaños	complementarios para municipios ceranos y paquetes.
Biotour viajes y turismo		Paquetes turísticos y eco pedagógicos a Boyacá y Cundinamarca Charlas en temáticas ambientales Charquito Soacha	Plan Salto de Tequendama desde \$70.000 Plan Chinauta \$90.000
Sabbat Travel		Destino nacionales e internacionales de ecoturismo y turismo tradicional	Paquetes desde \$700.000
Viajes DYS	Calle 45 D# 20-15	Ecoturismo y turismo tradicional	Planes desde \$700.000
Parque Natural Chicaque		Senderismo, cabalgatas, alojamiento en hotel, cabañas, nidos	Planes desde \$170.000 para parejas

Nota. Presentación de la competencia dentro del plan de negocios. Autoría propia

Tal como se puede evidenciar, existe una oferta significativa a nivel de competencia en el sentido que no solamente se trata de paquetes turísticos, sino que se plantean experiencias, un asunto que viene cobrando cada vez más fuerza en el mundo de los negocios, en tanto que los clientes finales ya no consumen productos o servicios sino experiencias. Así, el turismo y concretamente el ecoturismo no responde solamente a la idea de ir y visitar lugares atractivos con una guianza tradicional, contrario a ello, se vive la experiencia del ecoturismo y lo que se lleva el cliente va mucho más allá que la simple visita a estos lugares.

El caso de Biotour Viajes y Turismo tienen destinos a costos moderados hacia El Salto Tequendama y a Chinauta, pero a la vez también ofrecen charlas temáticas relacionadas con el medio ambiente, esto implica un despliegue un conocimiento más profundo de los contextos en donde de alguna manera se está generando, así como una experiencia turística también un proyecto ecológico, la posibilidad que los visitantes tomen conciencia de temas relacionados con la conservación del medio ambiente. Indudablemente esto permite una importante ventaja competitiva respecto otras empresas que solamente ofrecen los paquetes turísticos.

Otra de las empresas Viajes DYS ha hecho intentos por promover tanto el turismo tradicional como el ecoturismo, allí se presentan múltiples opciones, entre estas, glamping, caminatas ecológicas, actividades de educación para el medio ambiente, y también planes empresariales, sin embargo la propuesta es tan amplia, con un margen muy grande de posibilidades que no se puede percibir una especialidad, lo que se puede concebir como una apuesta muy ambiciosa que quizá sea superior en la publicidad que en la realidad.

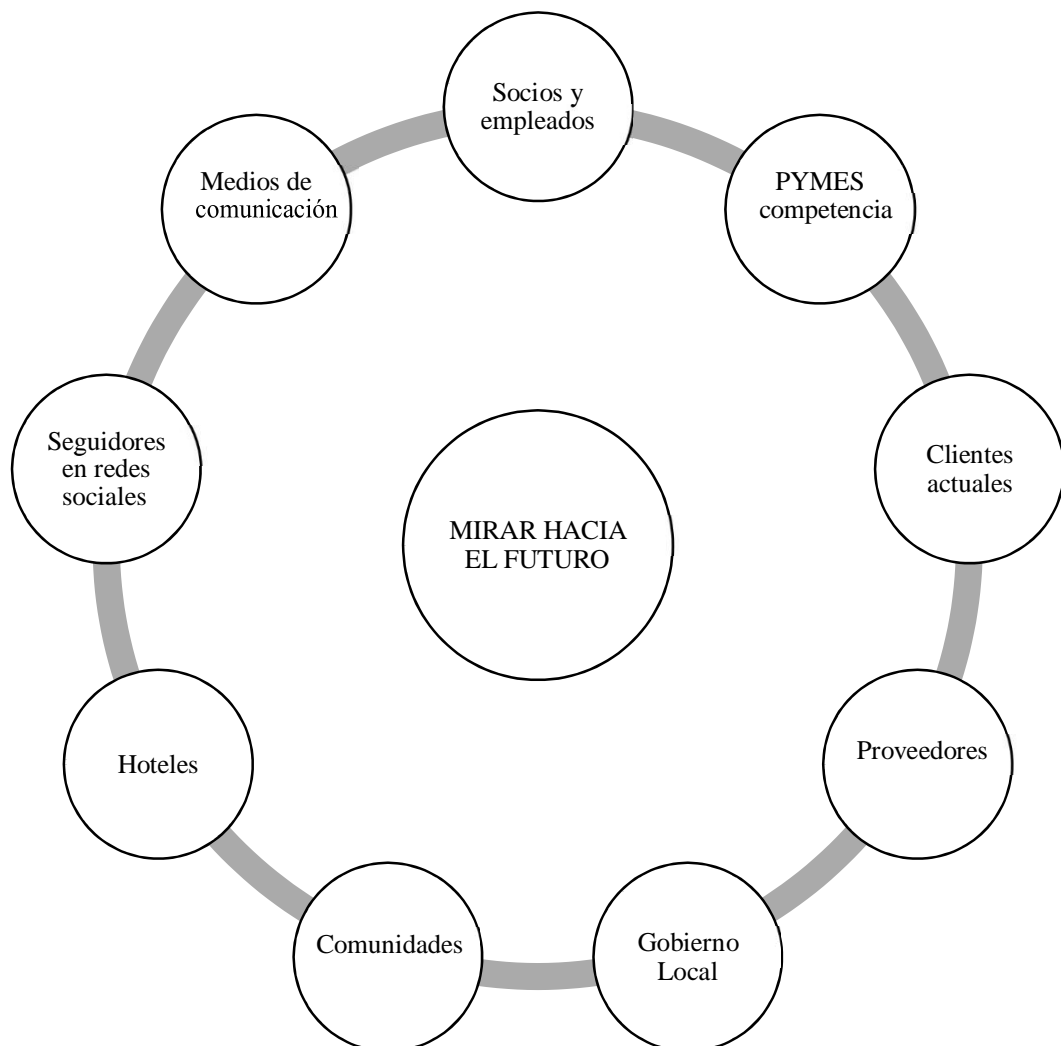
Esto permite reconocer la importancia de una comunicación estratégica en la que enfatice en ciertas potencialidades de la organización para que los prospectos clientes puedan focalizar sus necesidades.

Existen otras empresas que son completamente relacionadas con el turismo tradicional, en donde se ofrece estadía en un hotel, alimentación y transporte, este tipo de compañías requieren de una transformación significativa en el sentido de mejorar la oferta no tanto como un servicio sino más como una experiencia de la que ya se ha hablado anteriormente.

Plan de comunicación

El siguiente mapa permite dilucidar los actores internos y externos con los que se relaciona y con los que debe generar constante comunicación.

Figura 36. Mapa de públicos



Nota. Mapa de públicos para estrategia comunicativa con los stakeholders. Autoría propia

Plan de marketing

Estrategia de imagen

La estrategia de imagen es potencializar los medios de comunicación con la creación de diferentes contenidos audiovisuales que reflejen las experiencias con clientes, su filosofía, valores, comportamientos, cultura y personalidad corporativa. Además, que se resalten las actividades físicas como valor agregado del ecoturismo. Los objetivos de la estrategia son: potenciar la identidad e imagen corporativas, presentar la cultura corporativa, facilitar la comunicación, consolidar una identidad e imagen interna

Posicionamiento

Para el posicionamiento se establecen las siguientes fases

Definir los públicos

Promocionar la empresa Crear

contenidos llamativos Exponer

el valor agregado

Diferenciación de la competencia

Con estos pasos se realiza un programa de contenidos en redes sociales que incluye: videos, imágenes, plantillas que reflejen las actividades diarias de la compañía. Las redes sociales para utilizar son: Instagram, Facebook y TikTok.

Plan de marketing

Nuestro plan de marketing básicamente es invadir las redes sociales del sector de Soacha

Cundinamarca, Facebook, Instagram, WhatsApp, entre otros. logrando una visibilidad de todas nuestras campañas y promociones que tengamos en curso, asegurándonos que toda la información llegue a todas las personas sin contratiempos.

La segunda forma de hacer márketing es dividirnos en los integrantes de la empresa, específicamente en lugares como centros comerciales, eventos deportivos, conciertos, empresas, parques principales, esto en Cundinamarca y sus alrededores, y realizar una entrega masiva de volantes, estos con toda la información de la empresa y nuestros servicios.

Estudio económico y financiero para la puesta en marcha del proyecto empresarial

A continuación, se presenta el estudio económico y financiero para la propuesta de ecoturismo en Soacha.

Tabla 1. Presentación de la inversión

	RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD TECNICA DE MEDIDA	COSTO / UNIDAD	TOTAL		
G A S T O S I N V E R S I O N	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN	COMPUTADOR MESA	3	UNIDAD	\$ 1.350.000	\$ 4.050.000	
		VIDEOBEAM	1	UNIDAD	\$ 760.000	\$ 760.000	
		SUBTOTAL				\$ 4.810.000	
	PUBLICIDAD, PROPAGANDA Y PROMOCIÓN	CREACIÓN PAGINA WEB	1	DISEÑO	\$ 670.000	\$ 670.000	
		REDES SOCIALES	1	COMUNITY MANAGER	\$ 700.000	\$ 700.000	
		SUBTOTAL				\$ 1.370.000	
	GASTOS DE PERSONAL	SUELDO (AUXILIAR LOGISTICO)	1		1.200.000	\$ 1.200.000	
		AUXILIO TRANSPORTE	1		106.454	\$ 106.454	
		PARAFISCALES (SALUD)	1		102.000	\$ 102.000	
		PARAFISCALES (PENSIONES)	1		\$ 144.000	\$ 144.000	
		PARAFISCALES (RIESGOS LABORALES RIESGO I)	1		\$ 4.176	\$ 4.176	
		PROVISIÓN CESANTIAS	1		\$ 99.960	\$ 99.960	
		PROVISIÓN INTERESES DE CESANTIAS	1		\$ 1.000	\$ 1.000	
		PROVISIÓN PRIMA DE SERVICIOS	1		\$ 99.960	\$ 99.960	
		PROVISIÓN VACACIONES	1		\$ 49.980	\$ 49.980	
			SUBTOTAL				\$ 1.807.530
		SUELDO (GERENTES)	1		1.500.000	\$ 1.500.000	
		AUXILIO TRANSPORTE	1		106.454	106.454	
		PARAFISCALES (SALUD)	1		127.500	127.500	
		PARAFISCALES (PENSIONES)	1		\$ 180.000	\$ 180.000	
	PARAFISCALES (RIESGOS LABORALES RIESGO I)	1		\$ 5.220	\$ 5.220		
	PROVISIÓN CESANTIAS	1		\$ 124.950	\$ 124.950		
	PROVISIÓN INTERESES DE SESANTIAS	1		\$ 1.250	\$ 1.250		
	PROVISIÓN PRIMA DE SERVICIOS	1		\$ 124.950	\$ 124.950		
	PROVISIÓN VACACIONES	1		\$ 62.475	\$ 62.475		
		SUBTOTAL				\$ 2.232.799	
	OTROS	CONTADOR				\$ 1.200.000	
IMPREVISTOS					\$ 1.000.000		
	SUBTOTAL				\$ 2.200.000		
	TOTAL GASTOS INVERSIÓN				\$ 12.420.328		

Tabla 2. Estado de situación financiera

Balance general	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo					
Activo fijo					
Maquinaria y Equipo	\$ 21.370.000	\$ 21.370.000	\$ 21.370.000	\$ 21.370.000	\$ 21.370.000
Muebles y Enseres	\$ 8.390.000	\$ 8.390.000	\$ 8.390.000	\$ 8.390.000	\$ 8.390.000
Subtotal fijo	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000
Depreciación acumulada	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total activo fijo neto	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000
Total activos	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000
Pasivos					
Pasivo corriente					
Laborales por Pagar (Cesantías e Ints.)	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
Impuestos sobre las ventas					
Otros pasivos					
Total pasivo corriente	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
Patrimonio	\$ 17.760.000	\$ 17.760.000	\$ 17.760.000	\$ 17.760.000	\$ 17.760.000
Total pasivo + patrimonio	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000	\$ 29.760.000

Tabla 2. Estado de ganancias y pérdidas

Rubro	Estado de pérdidas y ganancias				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas	\$ 36.000.000	\$ 37.800.000	\$ 38.556.000	\$ 39.327.120	\$ 40.113.662
Total de ingresos	\$ 36.000.000	\$ 37.800.000	\$ 38.556.000	\$ 39.327.120	\$ 40.113.662
Gastos					
Publicidad, propaganda y promoción	\$ 16.440.000	\$ 17.262.000	\$ 18.125.100	\$ 19.031.355	\$ 19.982.923
Otros	\$ 2.000.000	\$ 2.050.000	\$ 2.101.250	\$ 2.153.781	\$ 2.207.626
Total de Gastos	\$ 18.440.000	\$ 19.312.000	\$ 20.226.350	\$ 21.185.136	\$ 22.190.549
Utilidad operativa	\$ 17.560.000	\$ 18.488.000	\$ 18.329.650	\$ 18.141.984	\$ 17.923.114

Tabla 3. Definición de actividades

Rubro	Valor hora			
	Total horas	Valor de servicio por paquete	Pago al profesional	
Ecoturismo	Caminata Parque Natural Chicaque	6	\$ 60.000	\$ 360.000
	Caminata y juegos en el Parque de la Niebla	3	\$ 110.000	\$ 180.000
	Camping vereda Canoas	5	\$ 210.000	\$ 300.000
	Rescate ecológico Salto Tequendama	3	\$ 50.000	\$ 180.000
	Avistamiento aves y flora guiada Parque Natural Chicaque	4	\$ 80.000	\$ 240.000
	Camping Parque Natural Chicaque	7	\$ 250.000	\$ 420.000

Nota. Se presenta las actividades y precios. Autoría propia

Discusión

La presente investigación se realizó con el propósito de crear un plan de negocio a partir de los servicios ecoturísticos en el municipio de Soacha, Cundinamarca ubicado a escasos kilómetros de la capital del país.

Debido a que Colombia cuenta con un amplio campo de ecosistemas y parques naturales en las que se realizan diferentes actividades, existe un amplio campo laboral para cuidar de estos espacios naturales, informar a los diferentes turistas sobre el entorno y los cuidados al medio ambiente, los beneficios que se obtienen y el conocimiento que se genera en cada uno de los sitios que tendremos específicamente en el municipio de Soacha.

En el estudio se puede observar que al turista le gusta escoger un entorno con características de riqueza natural en el cual encuentra tranquilidad, relajación, aire puro, además ampliar su conocimiento a partir de estos parques y zonas rurales en temas de medio ambiente.

A partir de la construcción de este estudio investigativo que tuvo inicio desde la creación de una encuesta, la cual consistía en hacer diferentes preguntas con el fin de evaluar a una población en específico, para saber cuáles eran sus mayores deseos de conocimientos frente a estos tipos de lugares con características diferentes en las que se vive el día a día, logramos observar que la población que escogimos tiene como fin, explorar y conocer el ecosistema natural con los que cuenta el municipio, tener beneficios corporales a partir de la actividad física, conocimiento sobre el medio ambiente y su cuidado.

Las fases del plan de negocio lograron resaltar la potencia de la propuesta empresarial tanto para los clientes, turistas y consumidores, como en temas en económicos para la empresa esto en referencia a la sostenibilidad y rentabilidad a mediano plazo.

Conclusiones

El proceso preliminar de investigación permitió reconocer la relación entre el hombre y la naturaleza que es esencial para la salud y el bienestar, el cuerpo debe estar conectado con su entorno y no solo esto, el ser humano debe volver a reconocer la naturaleza como un espacio de comunicación con el mundo, de respeto a las especies vivas y de concienciación sobre la sostenibilidad, es por esto que se realiza este trabajo de investigación enmarcado en un plan de negocios, evidenciando que el profesional de educación física más allá de la salud corporal, debe entender las dimensiones variadas que el cuerpo tiene respecto a su entorno y generar prácticas de salud que se unan a la sostenibilidad.

El ecoturismo permite disfrutar y explorar la naturaleza y a su vez la ejecución de ejercicios corporales que inciden en el bienestar de la persona, es por esto importante integrar esta doble vía direccionada a conocer espacios periurbanos cercanos a la cotidianidad en donde se puedan generar prácticas de valor para los individuos. El municipio de Soacha cuenta con reservas, museos y paisajes aptos para llevar a cabo actividades ecoturísticas sin ir muy lejos, se trata de potenciar espacios de esparcimiento que contribuyan con la comunidad.

Las fases del plan de negocios permitieron evidenciar el potencial de la propuesta empresarial tanto en temas de preferencias del consumidor como las

ventajas que existen hoy en día en el entorno para generar experiencias turísticas
alternativas que protejan el medio ambiente y se alejen de las rutinas de las ciudades.

Referencias Bibliográficas

- Andía Valencia, Walter, & Paucara Pinto, Elizabeth (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 16(1),80-84.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81629469009>
- Aragón, M. (2014). Análisis del ecoturismo como alternativa de desarrollo sustentable en Latinoamérica (México, Costa Rica y Ecuador). El Colegio de la Frontera Sur. Université de Sherbrooke.
- Ardila Castaneda, L. M. (2015). Frontera Sua, Soacha red de turismo estrategia de divulgación para el ecoturismo y turismo de aventura (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios).
- Arévalo, D. P. S. (2018). Corporalidad, corporeidad, corpósfera. *Revista de Investigación y Pedagogía del Arte*, (3).
- Berbero-Rodríguez J. M., Hernández-Santamaría E. & Parada-Parada S. M. (2020). Creación de una empresa de Ecoturismo en la provincia de Vélez Santander. Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Economía. Especialización en Formulación y Evaluación Social y Económica de Proyectos. Bogotá, Colombia
- Bringas Rábago, N. L., & Ojeda Revah, L. (2000). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas?. *Economía Sociedad Y Territorio*.
<https://doi.org/10.22136/est002000436>
- Cámara de comercio Bogota (2018) En seis años el PIB del turismo creció 24%.
<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2018/Marzo-2018/En-seis-anos-el-PIB-del-turismo-crecio-24>

- Cànoves, G., Villarino, M., & Herrera, L. (2006). Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 41, 199-217.9
- Castro, S. (18 noviembre de 2020) El complejo panorama para el turismo. La República. <https://www.larepublica.co/analisis/santiago-castro-513871/el-complejo-panorama-para-el-turismo-3090075>
- Chirivella, E. C. (2001). Deporte, salud, bienestar y calidad de vida. *Cuadernos de psicología del deporte*, 1.
- Creswell (2013) lado a lado" se incluyen los resultados estadísticos de cada variable o hipótesis cuantitativa.
- Cutiupala, G. M. A., Baquero, J. C. C., Arévalo, P. A. V., Vinueza, S. A. B., & Velásquez, C. R. C. (2016). Diseño De Un Producto Agro-Ecoturístico En La Propiedad De La Empresa Agropecuaria Y Turística "AYT" Parroquia San Isidro, Cantón Guano, Provincia De Chimborazo. *European Scientific Journal, ESJ*, 12(32), 146.
- Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et technica*, 15(43), 326-331.
- Dulzaides Iglesias, M., & Molina Gómez, A. (2004). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. *ACIMED*, 12(2), 1. Recuperado en 26 de septiembre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352004000200011&lng=es&tlng=es.
- Escalante, Yolanda. (2011). Physical activity, exercise and fitness in the field of public health. *Revista Española de Salud Pública*, 85(4), 325-328. Recuperado en 12 de noviembre de 2021, de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272011000400001&lng=es&tlng=en.

- Escobar, A. (1998). La invención del Tercer Mundo: construcción y deconstrucción del desarrollo. Editorial Norma.
- Gallopín, G. C. (2003). Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico. Cepal.
- García Gutiérrez, Ivo, Pompa Mansilla, Sandra, & López, Álvaro. (2017). Ecoturismo como herramienta para promover el empoderamiento: el caso del Ejido San Francisco en el Área de Protección de Flora y Fauna Sierra de Álvarez, San Luis Potosí. El periplo sustentable, (32), 00001.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362017000100001&lng=es&tlng=es.
- Hernández, E., Parada, S., Berbeo, J. (2020) creación de una empresa de ecoturismo en la provincia de Vélez Santander [Trabajo de grado] Universidad Nacional de Colombia.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014) Metodología de la investigación. McGraw Hill.
- La República (10 enero de 2020) MinCIT espera que el turismo le aporte más de \$37,3 billones al PIB en este año. <https://www.larepublica.co/economia/gobierno-espera-que-el-turismo-le-aporte-373-billones-al-pib-este-ano-2950345>
- Llamas, F., & Fernández, J. (2018). La metodología Lean Startup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento. Revista Escuela de Administración de Negocios, (84), 79-95.
- Macedo, B. (2005) El concepto de sostenibilidad. Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe UNESCO. <http://tallerdesustentabilidad.ced.cl/wp/wp-content/uploads/2015/04/UNESCO-El-concepto-de-sustentabilidad.pdf>
- Maldonado-Alcudia, Minerva C., & Maldonado-Alcudia, César M.(2019). Empresas cooperativas en la actividad turística sustentable en México. InterSedes, 20(41), 39-50.
<https://dx.doi.org/10.15517/isucr.v20i41.38780>

Martínez (2018) Modelo de negocio para una empresa de ecoturismo en Guatemala.

<https://bibliotecafarmacia.usac.edu.gt/library/index.php?title=8853&query=@title=Special:GSMSearchPage&process=@autor=RODAS,%20A.%20@mode=&recnum=65>

Martínez Quintana, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(785), a396. <https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>

Merino, M. (2015) *Introducción a la investigación de mercados*. ESIC Editorial

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2019) *En 2019, comercio y turismo, motores del crecimiento económico: ministro José Manuel Restrepo*.

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/comercio-y-turismo-motores-crecimiento-economico>

Mintzberg y Quinn (1991) *La estrategia es un plan metas y políticas*.

<https://www.redalyc.org/pdf/909/90913042002.pdf>

Molina, C. D. M. (2011). Ecoturismo en Colombia: una respuesta a nuestra invaluable riqueza natural. *TURyDES*, 4(10).

Mondragón (2019) *Plan de ecoturismo para fortalecer el desarrollo turístico en humedales de ventanilla, Lim*. <https://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/3309>

Morales, A (2010). *Territorio sagrado: cuerpo humano y naturaleza en el pensamiento maya*. *Cuicuilco*, 17(48), 279-298.

Moyano, L. (2015) *Plan de negocios*. Editorial Macro

Najmanovich, D., & Sudamericano, A. I. (2001). *Del cuerpo máquina al cuerpo entramado*. *Campo grupal*, 30, 2-4.

Niño Bernal, S. G., & Contreras Guevara, M. (2020). *Actividad turística en el Parque Natural Chicaque como factor de desarrollo sostenible en las veredas Chicaque y Cascajal (Cundinamarca, Colombia)* *Turismo y Sociedad*, 26.

San Martín (2018) Lo corporal se refiere a diferentes dimensiones.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/29863>

Ochoa Fonseca, Fredy Alfonso, & James, Johannie, & Márquez, Germán (2013). Visión comunitaria de los beneficios derivados del ecoturismo en el Parque Nacional Natural Amacayacu (Amazonas, Colombia). *Gestión y Ambiente*, 16(1), 17-31.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169427489006>

Ochoa, Beatriz, & Pasquali, Carlota (2010). Ecoturismo urbano: ¿existen condiciones para desarrollar la observación de aves, como actividad turística en Caracas?. *Multiciencias*, 10(2), 117-124. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90415607002>

Orgaz Agüera, Francisco, & Cañero Morales, Pablo (2015). El ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales: un estudio de caso en República Dominicana. *Ciencia y Sociedad*, 40(1), 47-76. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87038991004>

Ospina Díaz, Milton Ricardo, & Mora, Ricardo, & Romero Infante, Jaime Alberto (2013). Ecoturismo: diagnóstico y propuesta estratégica para la oferta de destinos ecoturísticos en Colombia por parte de las agencias de turismo localizadas en Bogotá, D.C.. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, IX(17), 7-28

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409633955002>

Pacheco, G. J. A., & Rojas, H. R. G. G. (2014). Turismo de salud por medio del aprovechamiento de aguas termales. Caso de la Ruta de la Salud Michoacán. *Economía y sociedad*, 18(31), 121-143

Prieto, J. (2013) Investigación de mercados. ECOE Ediciones Rebollo, N. (2012) Ecoturismo. Red Tercer Milenio

Talaya, A., Molina A. (2014) Investigación de mercados. ESIC Editorial

Vargas, A. (2017) Investigación de mercados. Fundación Universitaria del Área Andina

Véliz Burgos, A. (2021). Salud y bienestar: un campo multidisciplinario. *Revista de humanidades y ciencias sociales y multidisciplinaria*, 15-20.

<http://www.100cs.cl/index.php/cs/article/view/178>

Vidarte Claros J. A., Vélez Álvarez C., Sandoval Cuellar C., & Alfonso Mora M. L. (2011).

Actividad física: Estrategia de promoción de la salud. *Hacia la Promoción de la Salud*, 16(1), 202-218. Recuperado a partir de

<https://revistasojs.ucaldas.edu.co/index.php/hacialapromociondelasalud/article/view/2006>

Viniegra, S. (2007) Entendiendo el plan de negocios.

Zarta Ávila, P. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula Rasa*, (28), 409-423. <https://doi.org/10.25058/20112742.n28.1>

Anexos

Instrumento

Encuesta para el desarrollo de un plan de negocios ecoturístico en el municipio de Soacha, Cundinamarca

Reciba un cordial saludo:

La información recibida será utilizada única y exclusivamente con fines académicos e investigativos, particularmente como parte del estudio "Plan de negocios para la oferta de servicios ecoturísticos y deportivos en Soacha Cundinamarca: propuesta para la creación de MIRAR HACIA EL FUTURO" de la Universidad de Cundinamarca en la ciudad de Bogotá.

Consentimiento informado.

Antes de su diligenciamiento deseamos solicitar su consentimiento informado. Al respecto, le informamos:

1. Su participación no implica ningún costo o beneficio económico para usted.
2. La información que nos suministre será absolutamente confidencial y utilizada única y exclusivamente con fines académicos
3. La decisión de participar en este estudio, es absolutamente voluntaria.
4. El diligenciamiento de esta encuesta no ocasiona ningún riesgo o incomodidad para usted.

Autorización manejo de datos personales.

Manifiesto que libre y voluntariamente responderé a esta encuesta. Entendiendo que su propósito es fortalecer los procesos educativos de la Institución. Permito el tratamiento de mis datos personales para las finalidades mencionadas, ya que se garantiza el manejo de estos de acuerdo a las disposiciones dadas en la Ley 1581 de 2012, Decreto 1377 de 2013 y Políticas vigentes de la entidad en Tratamiento de datos personales.

Si_ NO_

A continuación, se presentan preguntas de opción única para conocer sobre sus experiencias y preferencias respecto a la actividad ecoturística.

1. Edad

- 20-25
 - 30-35
 - 35-40
2. Estrato
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
3. Sexo
- Femenino
 - Masculino
4. Estado civil
- Soltero
 - Casado
 - Viudo
5. Ingreso
- Menos de un salario
 - 1 a 2 salarios
 - 3 a 4 salarios
 - Más de 5 salarios
6. Ocupación: _____
7. Nivel estudios
- Bachillerato
 - Técnico
 - Universitario
 - Posgrado
8. Qué tipo de actividades turísticas lleva a cabo
- Turismo de sol y playa
 - Turismo rural
 - Turismo gastronómico
 - Turismo de naturaleza
 - Turismo cultural.
9. Cuáles lugares visita con frecuencia
- Playa
 - Campo

- Desierto
 - Ciudades
 - Bosques/selvas
 - Parques
 - Otros
10. Cuáles son los principales motivos para viajar?
- Relajación
 - Exploración
 - Trabajo
 - Visitas a familiares y amigos
 - Negocios
 - Otros: _____
11. Cuáles son las razones para elegir un destino
- Que sea cercano/lejano
 - Que tenga bajos costos
 - Que tengas diversas actividades culturales y gastronómicas
 - Que sea un lugar solitario con servicios personalizados
 - Que tenga espacios verdes y paisajes
 - Que sea un espacio de interacción con los lugareños y otros turistas
 - Que sea un espacio de aventura
 - Otros, cuales
12. Con qué tiempo de anticipación planea sus viajes
- Menos de una semana
 - Entre una semana y un mes
 - Entre 3 y 6 meses
 - Más de 6 meses
13. Con cuántas personas viaja usualmente
- 0 a 5 personas
 - 5 a 10 personas
 - 10 a 15 personas
 - Mas de 15 personas
14. Qué prefiere reservar a la hora de hacer un viaje?
- Hotel
 - Transporte aéreo
 - Transporte físico

- Actividades
 - Otros
15. Qué tipos de alojamiento prefiere
- Al aire libre
 - Hotel
 - Hostal
 - Motel
 - Resort
 - Casas privadas
 - Apartamento
 - Otro
16. Cuál es su recurrencia en los viajes
- Cada mes
 - Cada trimestre
 - Cada semestre
 - Cada año
 - Mas de dos años
17. Cuál es el medio de transporte que prefiere cuando viaja
- Aereo
 - Terrestre público
 - Terrestre particular
 - Otro
18. Cuál es su gasto promedio de viaje
- Menos de 500 mil pesos
 - Entre 500 mil y 2 millones de pesos
 - Entre 2 y 5 millones de pesos
 - Más de cinco millones de pesos
19. Cambiaría un destino tradicional por un destino ecoturístico en Soacha
- Si
 - No
20. Cuál es su expectativa al seleccionar destino ecoturístico
- Bajos costos por mayor actividades
 - Actividades de lujo sin importar el costo
 - Costos asequibles y justos por las actividades para las comunidades
 - Ninguna

- Otra
21. Qué expectativa tiene en los alojamientos ecoturísticos?
- Que sean cómodos
 - Que sean abiertos en el espacio verde
 - Que provean servicios diferenciados a bajo costo
 - Que sean atendidos por la comunidad
 - Otra
22. Que servicios le gustaría tener en un destino ecoturístico?
- Gastronomía
- Aventura
 - Deportes extremos
 - Visita a ecosistemas y reconocimiento de fauna y flora
 - Todos
 - Ninguno
 - Otro
23. Qué tipos de actividades espera en un destino ecoturístico
- Caminatas
 - Avistamiento de fauna y flora
 - Deportes de aventura
 - Actividades de spa y relajación
 - Todas
 - Ninguna
- 24.Cuál sería su presupuesto ideal por una semana en un destino ecoturístico
- Menos de 500 mil
 - 500 mil y 1 millón de pesos
 - Más de un millón
25. Cuáles serían los canales de comunicación más idóneos para conocer destinos ecoturísticos en Soacha
- Redes sociales
 - Páginas web
 - Radio
 - Televisión
 - Medios físicos
26. Se siente satisfecho con los destinos ecoturísticos actuales que ofrecen las empresas de Soacha

Si

No

27. Considera que los destinos turísticos actuales son de calidad

Si

No

28. Considera que un destino ecoturístico en Soacha podría ser un lugar de visita frecuente

Si

No