90658 - ALMA RURAL

PROYECTO	
Nombre :	ALMA RURAL
Institucion :	Centro de comercio y servicios (SENA - Tolima)
Subsector :	Alojamiento rural
Ciudad :	Ibagué(Tolima)
Recursos solicitados al fondo (SMLV):	75
Fecha de Creación :	30/10/2023 3:07:32 p. m.
Sumario :	Modelo de negocio Alma Rural es un proyecto de ecoturismo que ha basado su actividad económica en el reconocimiento del territorio, conservación y protección de recursos naturales, la educación ambiental, el bienestar físico, mental y espiritual y la agroecología, lo que ha permitido tener un impacto positivo en la comunidad del corregimiento de Juntas, recientemente certificado como destino sostenible posicionándolo como un destino imperdible en el departamento del Tolima. Tenemos gran experiencia en el hospedaje rural en la región, llevando nuestro producto a los estándares de calidad de la industria hotelera y ofreciendo un servicio personalizado y oportuno para nuestros clientes. Nuestros hospedajes cuentan con un diseño único y exclusivo en arquitectura liviana, lo que lo hace estar acorde con las necesidades y requerimientos para el desarrollo de proyectos turísticos en destino sostenible, cuenta con insumos de primera calidad como sábanas, colchones queen pullman, agua caliente, energía solar, baño privado, este sitio, cuenta con una amplia zona de bosques lo que permite que la sensación de aislamiento, descanso y bioseguridad sea alta, factor importante en el comportamiento de compra post-covid del grupo objetivo de consumidores identificado, además está ubicado muy cerca de la ciudad de Ibagué, con acceso en vía pavimentada, lo que hace de Alma Rural un lugar atractivo y de fácil acceso en vehículo particular o de servicio público, además estamos cerca a atractivos naturales como cascadas, senderos ecológicos, acceso a la zona protectora regional alto combeima la entrada sur al parque nacional natural los nevados y el casco urbano del corregimiento de Juntas, además de contar con señal de internet de los operadores claro, movistar y tigo, que les permite a los clientes contar con una buena conectividad.

I. ¿Quién es el Protagonista?

1. Describa el perfil de su cliente, junto a su localización. Justifique las razones de su elección:

Cliente	Perfil	Localización	Justificación
Extranjeros	El segmento de cliente identificado son extranjeros de edades entre los 25 a 65 años, con ingresos de más de 4 salarios mínimos y un nivel socioeconómico medio-alto, en algunos casos con educación universitaria, procedente principalmente de países como Estados Unidos, Canadá, Reino Unido y países europeos. Son personas en búsqueda de destinos de naturaleza y aventura, con preferencia en la observación de aves, deportes de aventura, actividades físicas exigentes y diferentes actividades de bienestar como fogatas, yoga y cine al aire libre, entre otros. En este segmento se identifican dos nichos de clientes, personas adultas mayores de 45 años que son pensionados y buscan lugares en los que se puedan desconectar y hacer actividad física de bajo impacto y extranjeros más jóvenes entre los 20 y 35 años, los cuales buscan realizar senderismo de media y alta montaña lo que les permite conocer paisajes exuberantes, estas personas por lo regular viajan solas o en pequeños grupos.	Este segmento de mercado proviene de países europeos y de norteamérica generalmente. Son extranjeros en busca de nuevas experiencias y quieren conocer nuevos países. De acuerdo con Migración Colombia, entre enero y diciembre de 2022 ingresaron cerca de 4.600.000 de extranjeros al territorio nacional. De ese total y de acuerdo con cifras del Ministerio de Industria y Comercio solo ingresaron al departamento del Tolima alrededor de 4600 extranjeros en el año 2022. Según el segmento y de acuerdo con las herramientas de validación utilizadas se identifica un total de 2500 potenciales clientes que cumplan con las características demográficas ya mencionadas.	Una de las características más importantes para que este tipo de segmento de cliente nos escoja como destino turístico es el reconocimiento de la región como un lugar ideal para realizar actividades de esparcimiento como avistamiento de aves, senderismo de alta y baja montaña, fogatas, cine al aire libre, yoga, meditación en general actividades de bienestar. Por otro lado, el corregimiento de Juntas es uno de los 27 destinos turísticos sostenibles certificados a nivel nacional por el Icontec, además es la entrada sur al parque nacional natural de los nevados y área de interés para la conservación de aves lo cual lo hace una región atractiva para visitar y conocer por parte de personas extranjeras. Es un destino recomendado en diferentes portales de viajes, especialmente en TripAdvisor, Airbnb entre otros. Es una zona reconocida para realizar actividades de aviturismo y reconocimiento de fauna y flora, razón por la cual los extranjeros buscan este destino.
Familias pequeñas	Familias pequeñas conformadas por hombres y mujeres entre los 23 y 40 años de edad de nivel socioeconómico 4,5 y 6, habitantes de la ciudad de Ibagué y visitantes y/o turistas de ciudades como Medellín, Cali, Pereira, Manizales, Neiva, Bogotá, Melgar, Girardot, Espinal y Armenia que cuentan con presupuesto y tiempo para realizar micro	El segmento de mercado identificado está localizado en las ciudades de Medellín, Cali, Pereira, Manizales, Neiva, Bogotá, Melgar, Girardot, Espinal y Armenia. Ibagué cuenta con cerca de 575.000 habitantes según las cifras del Dane, de los cuales aproximadamente el 56,65% se encuentra entre los 18 y 59 años. Cabe resaltar que el	Nuestra oferta está orientada a familias que buscan espacios al aire libre y zonas cerca de la ciudad que les brinde el confort suficiente para su núcleo familiar, que sean sitios cercanos a la ciudad para reaccionar rápidamente en caso de accidente y/o algún tipo de inconveniente y que sean espacios seguros y alejados de las aglomeraciones.

	vacaciones en lugares aledaños a su zona de vivienda, preferentemente lugares que cuenten con la comodidad suficiente para su hijo(a), espacios abiertos sin riesgos inminentes y preferiblemente al aire libre y rodeados de naturaleza. Las familias pequeñas están conformadas principalmente por 3 a 4 personas de acuerdo con cifras del Dane. Está conformada por dos padres y generalmente entre 1 a 2 hijos.	11% del total de la población, pertenece a los estratos 4,5 y 6. Para un total de 35.578 potenciales clientes. De acuerdo con nuestra experiencia, este tipo de familias representa el 15% de los consumidores de este tipo de servicios turísticos, es decir cerca de 5.300 potenciales clientes de la empresa.	También un lugar donde puedan interactuar con animales de granja y enseñar a los niños acerca de los procesos del campo. Todas estas características las podemos encontrar en Alma, además de todo esto contamos con personal experto que podrán explicar de manera didáctica estos procesos y brindar valiosas charlas orientadas al cuidado del medio ambiente.
Parejas	El segmento identificado son los hombres y mujeres, entre los 25 y 38 años, de nivel socioeconómicos 4, 5 y 6, habitantes de la ciudad de Ibagué y visitantes y/o turistas provenientes de las ciudades de Bogotá, Neiva, Melgar, Girardot, Pereira, Cali y Medellín, además, extranjeros que cuentan con tiempo y dinero para dedicar al ocio. Son personas que tienen un ingreso fijo, que trabajan como independientes o empleados y tienen ingresos superiores a 4 salarios mínimos. Son personas con gustos refinados y que puede estar menos inclinado a ir a lugares de turismo familiar, interesados en turismo de naturaleza, lugares con responsabilidad ambiental y social, oferta en gastronomía y actividades físicas son algunas de sus preferencias a la hora de planificar un viaje. Buscan hoteles, glampings u hospedajes rurales alejados de la rutina urbana en los cuales se sientan cómodos y atendidos.	El segmento de clientes está localizado en Ibagué, Bogotá, Neiva, Girardot, Melgar, Cali y Medellín. Ibagué cuenta con 575.000 habitantes según las cifras del DANE, de los cuales el 18,73% se encuentra entre los 18 y 28 años, el 37,92% de 29 a 59 años. Cabe resaltar que el 11% del total de la población, pertenece a los estratos 4,5 y 6. Para un total de 35.578 potenciales clientes. Visitantes y/o turistas provenientes de Bogotá (7.000.000 de habitantes de los cuales 1.115.000 personas son de los estratos 4,5 y 6) , Neiva (360.000 habitantes de los cuales 27.500 se encuentran en estratos los 4,5 y 6), Melgar (36.000 habitantes de los cuales 3.000 se encuentran en los estratos 4 y 5), Pereira (590.000 habitantes, con 265.000 en los estratos 4,5 o 6) Cali (2.200.000 habitantes y 460.000 habitantes en estratos 4,5 y 6) y Medellín (2.435.000 habitantes y 460.000 personas en estratos 4,5 y 6). Se identifica un mercado potencial de 2.336.000.	Nuestro hospedaje rural está enfocado principalmente en personas que buscan conocer lugares en destinos emergentes para poder descansar y salir de la rutina. Actualmente y debido al confinamiento y aislamiento que vivió la humanidad en la pandemia de la covid-19, las personas están en búsqueda de lugares aislados, que los hagan sentir seguros y donde puedan respirar libremente aire puro. El mercado objetivo preferencial para Alma es el denominado DINKS que son parejas jóvenes con doble ingreso, sin hijos y con gustos refinados, dispuestos a pagar un costo superior al promedio del mercado, por un producto o servicio que les brinda exclusividad y confort preferiblemente en áreas rurales cerca de la ciudad.

¿Su proyecto tiene perfiles diferentes de clientes y consumidores? **SI**

Perfil Consumidor:

Parejas: Actualmente, las parejas jóvenes que se encuentran dentro del rango de 25 a 38 años y denominadas DINKS (Double Income no Kids) son personas que optan por evitar tener hijos, se dice que este comportamiento va ligado a los cambios sustanciales que ha tenido la sociedad en los últimos años, fundamentados en el desarrollo tecnológico y cambio de la estructura del comportamiento social. Actualmente las personas dejan como prioridad invertir su dinero en la vivencia de experiencias que les permitan sentirse mejor, tales como viajes, gastronomía, tecnología y lujos. A esto se le suma la tendencia de trabajo en línea o home office que básicamente le permite a la persona cumplir con sus labores desde cualquier lugar que cuente con conexión a internet, dándole así mayor libertad.

Un dato importante sobre este segmento de clientes potenciales es que son personas realizadas profesionalmente y que están detrás de cumplir objetivos y metas a largo plazo dentro de su carrera profesional personal, lo que los lleva a una decisión radical al no tener hijos y dedicar sus ingresos, que por lo regular son altos, a vivir experiencias que suman memorias en su vida y les permiten compartir con sus pares en reuniones sociales esporádicas, donde además se refleja la importancia del éxito del servicio o producto consumido para que se genere un voz a voz sobre el mismo, sea de manera digital a través de publicaciones en redes sociales o a través de encuentros personales.

Estas personas por lo regular buscan productos o servicios que cuenten con responsabilidad social, ambiental o cultural. Es importante que las empresas que diseñan productos o servicios para este segmento cuenten con este tipo de desarrollos dentro de su plan de negocios y sea un pilar importante dentro de la oferta de las mismas, actualmente este grupo objetivo se considera también un segmento de consumidores responsables que buscan que su dinero sea invertido y tenga un objetivo más profundo que tan solo gastar en algo, para ellos es importante conocer las historias detrás de los productos y servicios, que estos cuenten con un efecto positivo sobre las comunidades que impactan y que además aporten a la conservación de recursos naturales de manera directa o indirecta.

Familias pequeñas: En las últimas tres décadas la estructura familiar en Colombia ha venido cambiado, hoy por hoy la familia estándar cuenta con máximo cuatro integrantes y la población opta cada día más por no tener hijos, lo que hace que la familia promedio colombiana cada vez sea más pequeña permitiéndole así que se gaste dinero en actividades que tiempo atrás no eran comunes como las micro vacaciones y/o visitas frecuentes a lugares cercanos que cuenten con atractivos naturales y agroturísticos, este grupo objetivo por lo general escoge para su tiempo de esparcimiento, lugares que tengan oferta para sus hijos como parques, granja con animales, conexión a internet y además que sean seguros para sus actividades.

Estas familias deciden utilizar parte de sus ingresos en tiempo que les permita estar juntos ya que tanto el padre como la madre por lo regular, están laborando durante el mayor tiempo de la semana y los hijos se encuentran en colegios o unidades académicas con horario extendido y el tiempo final que se comparte como familia es mínimo, para esto las familias deciden utilizar el tiempo libre en pasarla juntos en un lugar que brinde y oferte productos y servicios para todos los integrantes de la misma, que les permita compartir y generar lazos de confianza entre la misma y que además los saque de la rutina diaria de la urbanidad.

Extranjeros: Estas personas regularmente tienen viajes extendidos por la región de Suramérica y le dedican todo su tiempo a conocer la cultura local, los atractivos naturales y en especial visitan zonas rurales que les permiten conocer la Colombia profunda, para ellos es muy importante identificar los valores diferenciales de cada región que visitan y en esta zona en especial están en búsqueda de media y alta montaña, café de especialidad y oferta de aves, para ellos es muy importante que los lugares que visitan cuenten con una infraestructura adecuada y una oferta basada en la sostenibilidad y el cuidado de los recursos naturales.

Existe un porcentaje pequeño pero importante de este grupo objetivo de extranjeros y son los que se encuentran en las diferentes ciudades del país con el objetivo de vivir experiencias de orden académico mediante intercambios culturales que les permite de cierta manera tomar clases en una universidad local o enseñar idiomas (por lo regular es el nativo) en diferentes institutos que se encuentren dentro de algún tipo de alianza interinstitucional o que simplemente estén en la búsqueda de maestros extranjeros. Estas personas utilizan su tiempo libre para compartir entre sí y conocer lugares nuevos por lo regular de orden rural que les permitan disfrutar de la biodiversidad y la cultura local.

Actualmente y en esta época de post pandemia, el auge de los trabajos remoto les permite a las personas poder cumplir con sus labores desde cualquier parte del mundo, para esto las personas que gozan de este tipo de trabajos, buscan espacios nuevos, destinos emergentes en donde puedan estar conectados a internet para cumplir con sus metas laborales y al mismo tiempo poder disfrutar de un ambiente totalmente distinto al cual habitan.

Motivaciones de compra de los segmentos del cliente:

El mercado de hospedajes de lujo tipo cabaña ha perfilado un segmento de consumidores por su comportamiento, las principales motivaciones externas de compra de este segmento se basan en el querer conocer sitios nuevos, hospedarse en lugares que brinden experiencias paralelas a dormir y visitar sitios con compromiso ambiental, cultural y comunitario, lo que hace percibir que su dinero no ha sido gastado sino invertido.

Los generadores de contenido e influenciadores digitales se han posicionado como líderes de opinión y consejeros de compra, un factor externo que influye a la hora de compra es querer probar un producto o servicio que alguien más ha consumido, esto genera a mediano impacto un ¨voz a voz digital¨ lo que termina siendo una campaña de mercadeo económica y efectiva, la cual ha sido considerada, desarrollada y ejecutada en la empresa a través de su tiempo de funcionamiento.

Las motivaciones internas de los consumidores de este tipo de servicios se basan en celebraciones como cumpleaños, aniversarios y fechas comerciales como san Valentín, año nuevo, amor y amistad entre otras.

Uno de los nuevos comportamientos de consumo son las micro vacaciones, resultado de exigentes jornadas de trabajo y estudio que solo pueden ser compensadas con un par de días de aislamiento, descanso y confort.

Por todo lo anterior se identifican necesidades como:

Privacidad: contar con espacios de calidad donde el confort este de la mano de una experiencia tranquila y aislada en un espacio natural, con experiencias únicas de tranquilidad, naturaleza, lejos de la contaminación auditiva que dan espacios más concurridos, pero con la cercanía de la Ciudad.

Espacios de confort: El crecimiento de la búsqueda de experiencias naturales ha abierto las puertas a la búsqueda de espacios como los Glamping y cabañas para el disfrute de esos espacios tranquilos donde la naturaleza es protagonista de las celebraciones como aniversario, cumpleaños, san Valentín etc. Sin dejar de lado la comodidad que estos mismos brindan.

Cercanía a la zona urbana: para las familias es muy importante el poder disfrutar de planes recreacionales que permitan tener una experiencia de calidad sin mayor desgaste de desplazamiento es por esto por lo que a la hora de vivir una experiencia como el Glamping u hospedarse en una cabaña, disfrutan de ese aislamiento que proporciona, aunque prefieren no sea tan alejado de la zona urbano por aspectos de desgaste o seguridad.

2. ¿Cuáles son las necesidades que usted espera satisfacer de sus potenciales clientes / consumidores?

Cliente:

Alma Rural es un proyecto de ecoturismo que ha basado su actividad económica en el reconocimiento del territorio, conservación y protección de recursos naturales, la educación ambiental y la agroecología lo que ha permitido tener un impacto positivo en la comunidad del corregimiento de Juntas, recientemente certificado como destino sostenible posicionándolo como un destino imperdible en el departamento del Tolima. Contamos con amplia experiencia en el sector de hospedaje rural en la región, llevando nuestro producto a los estándares de calidad de la industria hotelera y ofreciendo un servicio personalizado y oportuno para nuestros clientes.

De acuerdo con el modelo de negocio identificado y a las herramientas de validación desarrolladas se identifican las siguientes necesidades, deseos, gustos y motivaciones de compra por segmento.

Segmento de parejas:

Privacidad: El comportamiento de los turistas ha cambiado, los grandes hoteles ya no son apetecidos por esta nueva generación de consumidores, se prefieren lugares rurales compuestos por cabañas o glamping que son los nuevos destinos predilectos, sitios que permiten estar alejados de las aglomeraciones y generan la privacidad necesaria para sentirse tranquilos.

Aislamiento y bioseguridad: La post pandemia ha generado una nueva normatividad y estándares a la hora de prestar servicios turísticos y hoteleros, las personas reconocen y celebran la higiene, limpieza y orden de sus unidades de hospedaje ya que esto refleja una evidente aplicación de los protocolos de bioseguridad que aseguran la salubridad del sitio.

Confort, descanso y lujo a través de los elementos de la unidad de hospedaje: Uno de los nuevos comportamientos de consumo se basa en la idealización del estilo de vida, esto lo vemos reflejado en las redes sociales, espacio virtual donde la gran mayoría de sus usuarios presumen viajes, compras, posesiones y su estilo de vida. Esto causa que la oferta de bienes y servicios se vea enfocada en esta tendencia, nuestro diseño cuenta con elementos de primera calidad y de diseño contemporáneo los cuales brindarán una sensación de confort y lujo a los huéspedes.

Cercanía a la zona urbana, conectividad y acceso por vía pavimentada: La conectividad es un factor importante a la hora de ofertar turismo, es necesario y una gran ventaja contar con carretera pavimentada durante dieciséis kilómetros desde el centro de Ibagué y no más de media hora en carro hacen de éste, un destino de fácil acceso, con señal celular y conectividad a internet que generan tranquilidad en el cliente potencial lo que aumenta la probabilidad de compra.

Enfoque diferencial: Una de las apuestas importantes de Alma es la estrategia kilómetro cero, actividades experienciales de conexión con la naturaleza y una responsabilidad ambiental y social, lo cual fortalece el interés de los potenciales clientes por el hospedaje rural ofrecido.

Familias pequeñas:

Tiempo en familia: Muchas personas durante la pandemia, lograron mantener sus puestos, realizando sus labores desde casa e incluso mantenerlos así luego de que bajara la alerta de contagios y aunque pareciera que comparten todo el día con sus familias, la realidad es que este tiempo no es tiempo de calidad ya que toda la atención la enfocan en sus trabajos. Aquí es cuando se crea la necesidad de buscar un espacio alejado de cualquier elemento tecnológico que permita compartir tiempo de calidad con nuestras familias. En Alma, encontramos este lugar, un espacio amplio, donde se respira aire puro y se aleja de todo aquello que nos genera tensión en la ciudad.

Reuniones familiares: Las nuevas generaciones han cambiado y las pequeñas celebraciones como un cumpleaños, un grado o un bautizo entre otras, ya no son lo que eran antes, las familias ya no buscan solo ir a una casa y partir una torta sino pasar un rato agradable en un lugar diferente donde sus familias se sientan asombradas y cómodas. En Alma se puede gozar de espacios comunes y actividades con propósito ancestral donde las personas pueden realizar sus celebraciones de manera tranquila y con una infraestructura adecuada que permite a nuestros clientes decorar ecológicas y atender de manera adecuada a sus invitados.

Extranjeros: Estas personas ingresan principalmente por Bogotá y están en búsqueda de destinos nuevos y poco visitados, que ofrezcan aventura, naturaleza y cultura local. Además, un pequeño porcentaje de este grupo objetivo se encuentra en la región por procesos de intercambio estudiantil o experiencias académicas y de servicio comunitario. Y otro segmento es el que se denomina nómadas digitales que son extranjeros que se encuentran en el país dada su posibilidad de trabajar de manera remota y poder cambiar constantemente de lugar de vivienda.

Generalmente son personas que visitan nuestro país en búsqueda de destinos de naturaleza y aventura, con preferencia en la observación de aves, como lo es el caso de adultos pensionados que encuentran en esta una actividad física de baja dificultad que les permite mantener activa la memoria sensorial y de esta maneja ejercitar la mente y el cuerpo, encuentran además en las aves una actividad de orden social que les permite relacionarse con pares semejantes a ellos, con gustos refinados y comportamientos de consumo que les permite disfrutar de servicios exclusivos en hoteles y hospedajes rurales, restaurantes, transporte y guianza especializada y consumo de artesanías y/o souvenirs que ofrece el destino.

Migración: La nueva tendencia de nómadas digitales y el incremento en la migración a nivel internacional ha hecho de países como Colombia lugares atractivos para esa nueva generación de personas que obtienen ingresos a través de dispositivos digitales como un celular o un computador portátil, para esto es importante asegurar la conectividad a internet y la seguridad de los espacios, también la oferta gastronómica y el bilingüismo, factores que marcan la diferencia al momento en el que un extranjero decide el lugar en el cual va a pernoctar durante su temporada de viaje.

Barreras de entrada identificadas para el modelo de negocio planteado:

Según las herramientas de validación de mercado y el estudio realizado sobre el mercado objetivo, las barreras de entrada que enfrenta el proyecto Alma Rural para desarrollar su negocio se describen a continuación. Alma Rural busca posicionarse en la ciudad de Ibagué, ofreciendo una experiencia innovadora en contacto con la naturaleza. No obstante, como todo emprendimiento, enfrenta ciertas barreras de entrada en el sector hotelero y gastronómico.

Condiciones climáticas y geográficas: Una de las posibles limitaciones del proyecto Alma Rural es que en algunas épocas del año y debido a las lluvias se presentan cierres en las vías de acceso. La táctica-estrategia que se implementa es hacer seguimiento de las lluvias en algunas épocas del año e identificar un transporte desde el lugar de la afectación hasta el hospedaje de Alma Rural.

Competencia local y cultura comunitaria: Debido a la localización del proyecto Alma Rural se identifica una alta competencia de servicios parecidos en ubicaciones cercanas. Para evitar el efecto negativo que puede traer esta barrera de entrada la táctica-estrategia que se implementa es la prestación de servicios diferenciadores en la región, como lo es el consumo de productos derivados del kilómetro cero que se complementa con poder vivir la experiencia de cultivo en huertas. Además de experiencias ancestrales como yoga al aire libre, fogatas, caminatas y senderismo, además de un menú de alta calidad con insumos de la región para fortalecer el ecosistema de emprendimiento regional.

Oferta de servicios de hospedaje rural amplia en la ciudad: Ibagué cuenta con una oferta hotelera y gastronómica establecida, con hoteles, restaurantes y fincas que ya tienen un posicionamiento en el mercado. Alma Rural se diferencia por ofrecer **consumo de productos del kilómetro cero:** Los huéspedes pueden disfrutar de alimentos frescos y orgánicos cultivados en la propia finca, e incluso participar en la experiencia de cultivar en las huertas. **Experiencias ancestrales:** Yoga al aire libre, fogatas, caminatas y senderismo permiten conectar con la naturaleza y la tradición.

Infraestructura: Aunque el acceso a la zona del Cañón del Combeima es por una vía pavimentada y recientemente adecuada en uno de sus tramos, el tiempo desde la zona urbana de Ibagué hasta Alma Rural puede variar de acuerdo con el tráfico, desde media hora hasta varias horas, esto porque la región ya tiene un gran reconocimiento turístico y hay un gran flujo de vehículos y ciclistas por una vía muy angosta. Sin embargo, el corregimiento de Juntas al ser el único corregimiento certificado como sostenible, la vía ha mejorado con la ayuda de la comunidad. Alma rural está ubicado al borde de carretera lo que facilita el acceso al lugar, el transporte público busetas y campero - todoterreno suben sin dificultad por la vía a Juntas. Por otro lado, la táctica-estrategia que implementada desde Alma Rural para superar esta barrera es tener una comunicación constante con el cliente e informarle las horas de mayor tráfico y el tiempo promedio de demoras para llegar a la ubicación, esto con el fin de mejorar la satisfacción del cliente y mejorar su experiencia.

Servicios públicos: La disponibilidad y calidad de servicios públicos como la energía, el agua y la recolección de basuras son fundamentales para el funcionamiento de Alma Rural, lo que puede ser una barrera para entregar la propuesta de valor, por tal razón, la táctica estrategia que se ha implementado es buscar soluciones que garantizan la disponibilidad de recursos básicos de manera sostenible y responsable con el medio ambiente. **Agua: captación responsable:** El agua de los riachuelos que pasan por los predios de Alma Rural se capta de forma controlada y respetuosa con el ecosistema, asegurando la sostenibilidad del recurso hídrico. **Sistemas de filtración y purificación:** Se utilizan sistemas de filtración y purificación que eliminan impurezas y garantizan la potabilidad del agua. **Uso responsable:** Se promueve el uso consciente del agua entre los huéspedes y el personal, implementando medidas de ahorro y reutilización. **Energía: contamos** con una planta de energía propia que abastece las necesidades del establecimiento. **Refrigeración:** Neveras y congeladores que garantizan la conservación de alimentos y bebidas. **Electrodomésticos:** Aparatos esenciales para la operación diaria y el confort de los huéspedes. **Recolección de basuras:** implementamos un sistema de gestión de residuos responsable que incluye: **Clasificación en la fuente:** Separación de residuos orgánicos, reciclables y no reciclables. **Compostaje:** Los residuos orgánicos se compostan para producir abono natural que se utiliza en los jardines y huertas del establecimiento. **Reciclaje:** Los residuos reciclables se entregan a gestores autorizados en la zona de Juntas para su aprovechamiento de la comunidad.

Financieros: una de las grandes barreras de entrada para proyectos nuevos son los generados por la falta de acceso a financiación crediticia por falta de experiencia y demostración de ingresos propios de la empresa como persona natural, desde el proyecto Alma Rural se organiza la parte administrativa

contables, que darle soporte financiero a las entradas y salidas de dinero.

Unidad de salud: el corregimiento de Juntas actualmente no cuenta con servicios de salud adecuados, para atender cualquier situación de emergencia. El proyecto está implementado medidas de salud que brindan tranquilidad a los clientes. **Medidas preventivas: Botiquines de primeros auxilios:** Cada cabaña, así como la cocina y las zonas de bar, están equipados con botiquines que contienen elementos esenciales para atender situaciones básicas de salud. **Personal capacitado:** El personal de Alma Rural recibe capacitación básica en primeros auxilios y está preparado para brindar asistencia en caso de emergencias menores. **Información de contacto:** Se proporciona a los huéspedes información de contacto de centros médicos y hospitales cercanos, así como números de emergencia. **Seguro hotelero:** Cubre accidentes que puedan ocurrir dentro de las instalaciones del establecimiento. **Seguro médico:** Brinda cobertura en caso de emergencias médicas que requieran atención profesional.

Tiempo de desplazamiento: Si bien la vía de acceso al Cañón del Combeima está pavimentada, el tráfico puede generar demoras. Alma Rural mantiene una comunicación constante con sus clientes, informando sobre las horas de mayor tráfico y el tiempo promedio de desplazamiento, para que puedan planificar su llegada y disfrutar de una experiencia sin contratiempos.

Consumidores:

El plan de negocios Alma Rural identifica las necesidades de los consumidores y clientes y genera acciones para contribuir a resolver su problemática, contemplar beneficios adicionales y generar beneficios nuevos que el cliente aún no ha identificado, que finalmente le producen al cliente alegrías esperadas, deseadas e inesperadas. A continuación, se presenta cada uno de los segmentos y qué acciones se realizan para generar lo anteriormente descrito.

Necesidades, problemáticas, deseos y motivaciones de compra generales identificadas del modelo de negocio Alma Rural:

Precio: Este es uno de los factores más importantes a la hora de acceder a un servicio de hospedaje rural. Los segmentos de cliente identificados siempre buscan un servicio de calidad y a un buen precio. Alma Rural tiene un precio por noche muy competitivo de acuerdo con un análisis de mercado de la región. Esto se hace ya que se entiende que los clientes tienen un presupuesto limitado para sus viajes, por lo que el precio del hospedaje es un factor clave al tomar decisiones.

Ubicación: Facil acceso al hospedaje es una de las necesidades más importante para los segmentos de cliente identificados a la hora de seleccionar un hospedaje rural, en ese sentido una de las mayores alegrías que podemos brindarles a nuestros clientes es el fácil acceso al hospedaje por vía pavimentada, la conexión a internet y la cercanía con la zona urbana de la ciudad de Ibagué. Además, de brindar una experiencia auténtica y en un entorno natural que brindan al cliente paz y tranquilidad lejos del ruido y el estrés cotidiano, que permite un refugio sereno para descansar y recargar energías.

Enfoque diferencial: Una de las apuestas importantes de Alma es la estrategia kilómetro cero, slow food, actividades con propósito ancestral, responsabilidad ambiental y tranquilidad, lo cual fortalece el interés de los potenciales clientes por el hospedaje rural ofrecido.

Aislamiento y bioseguridad: La post pandemia ha generado una nueva normatividad y estándares a la hora de prestar servicios turísticos y hoteleros, las personas reconocen y celebran la higiene, limpieza y orden de sus unidades de hospedaje ya que esto refleja una evidente aplicación de los protocolos de bioseguridad que aseguran la salubridad del sitio.

Todas las anteriores necesidades son resueltas a los clientes, generando las alegrías esperadas e igualmente inesperadas al brindar servicios adicionales como lo son el Kilómetro Cero consumiendo productos orgánicos cultivados directamente en la finca, además de permitir al cliente vivir toda la experiencia relacionada con el manejo de huertas en el mismo lugar, brindar caminatas relajantes y senderismo para personas que quieran una experiencia más activa.

Necesidades, problemáticas, deseos y motivaciones de compra de cada segmento identificadas en el modelo de negocio Alma Rural:

Cliente consumidor - Parejas:

Privacidad: El comportamiento de los turistas ha cambiado, los grandes hoteles ya no son apetecidos por esta nueva generación de consumidores, se prefieren lugares rurales compuestos por cabañas o glamping que son los nuevos destinos predilectos, sitios que permiten estar alejados de las aglomeraciones y generan la privacidad necesaria para sentirse tranquilos. Esta es una de las necesidades resueltas desde Alma Rural, brindando un lugar con una amplia naturaleza, lejos de la zona urbana, generando un espacio libre de contaminación visual, auditiva y ambiental que genera alegrías al cliente.

Seguridad: Las parejas actualmente tienen una marcada preferencia por destinos que sobresalen por sus protocolos de seguridad, fundamentales para restablecer la confianza y garantizar la seguridad de los viajeros.

Confort, descanso y lujo a través de los elementos de la unidad de hospedaje: Alma Rural brinda un hospedaje de calidad con la mejor infraestructura brindado servicio de lujo que cumple con las expectativas del cliente. Se tienen cabañas de madera de doble pared con espacio suficiente para una pareja, con techo de cristal para ver el cielo cualquier noche, calefacción de agua y colchón pullman para dormir cómodamente. A pesar de ser necesidades que los clientes esperan resolver, se hacen de manera adecuada generando una fidelidad natural en el cliente, al generar alegrías constantemente.

Familias pequeñas:

Tiempo en familia: Debido a los quehaceres cotidianos de los clientes se les hace difícil tener espacios que les permita convivir en familia, por eso en alma rural ofrecemos un espacio amplio, donde se respira aire puro y se aleja de todo aquello que nos genera tensión en la ciudad, un lugar donde los padres van a poder compartir con sus hijos y enseñarles algo diferente participando de las diferentes actividades que se tienen en la finca, como el senderismo, fogatas naturales y aprender de la experiencia kilómetro cero, cultivando frutas y vegetales en la finca.

Reuniones familiares: En Alma se puede gozar de espacios comunes donde las personas pueden realizar sus celebraciones de manera tranquila y con una infraestructura adecuada que permite a nuestros clientes decorar ecologicamente y atender de manera adecuada a sus invitados. Es por esto que a los clientes se les brindan alegrías al tener momentos inolvidables con sus seres queridos, en un ambiente natural que les trae paz en sus actividades cotidianas, conectando con sus hábitos y comportamientos de consumo.

Segmento de Extranjeros:

Búsqueda de nuevos destinos poco visitados: Alma Rural ofrece un hospedaje rural con experiencia naturales que permiten que este tipo de cliente encuentre aventura, conocimiento cultural local y reconocimiento de lugares con vistas increíbles y actividades regionales reconocidas. Actualmente se tiene un servicio dirigido a este segmento de cliente, ya que son personas que dentro de sus hábitos buscan hospedajes con una preferencia hacia la observación de aves, teniendo el equipo requerido y dentro de las habitaciones un pequeño lugar para la alimentación de las mismas.

Conectividad y oferta de servicios seguros: La nueva tendencia de nómadas digitales y el incremento en la migración a nivel internacional ha hecho de países como Colombia sean lugares atractivos para esa nueva generación de personas que obtienen ingresos a través de dispositivos digitales para esto es importante asegurar la conectividad a internet y la seguridad de los espacios, también la oferta gastronómica y el bilingüismo, factores que marcan la diferencia al momento en el que un extranjero decide el lugar en el cual va a pernoctar durante su temporada de viaje.

II. ¿Existe Oportunidad en el Mercado?

3. Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio

Análisis a nivel Mundial

El turismo se enfrenta a nuevos desafíos en torno al deterioro de la economía global, sin embargo, a pesar de las fluctuaciones, puede llegar a ser uno de los factores claves que contribuyan a superar las dificultades económicas, además de jugar un rol vital, en el desarrollo de la denominada “economía verde”, una actividad respetuosa del medio ambiente. En 2023 según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se registraron en todo el mundo cerca de 1.500 millones de viajes de turistas internacionales, una cifra que refleja un crecimiento sostenido tras la recuperación post-pandemia, la industria turística es responsable de la creación de más de 330.000.000 (1 de cada 11 empleos en el mundo) de empleos, entre directos e indirectos, además, aporta el 10% del Producto interno bruto PIB mundial y es responsable del 25 al 30% de las exportaciones en promedio a nivel global.

Se calcula que al continente americano entraron 230.000.000 turistas durante el año 2023 de los cuales 54% lo hacen por ocio y vacaciones, 30% por visita a familiares o amigos, 10% por negocios y un restante 6% no especificado, generando ingresos por USD$350.000 millones, siendo México el país más visitado según la organización mundial del turismo.

Análisis Nacional

El modelo de sociedad está cambiando hacia una tendencia creciente en realzar la mentalidad ecosostenible en los productos y servicios, además de acuerdo con Migración Colombia el arribo de pasajeros en vuelos internacionales en Colombia durante el año 2023 tuvo una reactivación del 112,7%, respecto al año 2022. Según Anato (asociación nacional de agencias de viajes), con base en cifras de Migración Colombia, entre enero y diciembre de 2023 ingresaron cerca de 4.900.000 de extranjeros al territorio nacional, alcanzando una cifra de USD$5.800 millones, un 110,5% más que en el mismo periodo del año 2022, siendo Bogotá, Medellín y Cartagena las ciudades más atractivas, generando a nivel nacional 1,7 millones de empleos en el sector. La reciente incursión del Tolima a la Región Administrativa y de Planificación Especial - RAP Eje cafetero incrementa las posibilidades de crecimiento ya que la ciudad de Pereira se encuentra dentro del top 10 de ciudades destino a nivel nacional, permitiendo así un reconocimiento de la región por parte de extranjeros, los cuales encuentran una oferta similar en los cuatro departamentos (Caldas, Risaralda, Tolima y Quindío).

Según Cotelco - Asociación Hotelera y Turística de Colombia, en su Balance general del sector hotelero dice que el año 2023 cierra con la mayor cifra de ocupación hotelera de los últimos ocho años con un promedio anual de ocupación del 64%, en específico destinos como Tolima, Casanare y Eje cafetero tuvieron un aumento de 8 puntos porcentuales en sus cifras de ocupación frente al año inmediatamente anterior, posicionándose como destinos emergentes y de preferencia por los turistas, en especial por el principal mercado nacional, las personas provenientes de la ciudad de Bogotá.

Por país de origen se encuentra que dentro de los que más turistas llegaron en 2023 están Ecuador, Estados Unidos, México, Panamá y Perú evidenciando un aumento respecto al año 2022 dada la ventaja de tener una economía dolarizada o con dólar poco cambiante en los cuales se observó un efecto positivo de una TRM superior a $ 4.300 durante la mayor parte del año, mientras que en países con monedas nacionales que tuvieron devaluaciones volátiles como en el caso de Argentina, Brasil y Chile, y en el caso de los países europeos en España y Francia el descenso también puede estar relacionado con la disminución del euro respecto al dólar.

El 2023 fue un año de cifras récord para el turismo en Colombia. El número de visitantes no residentes que llegaron al país fue de más de 4.900.000, un crecimiento cercano al 8% con respecto a 2019 y superior al 260% frente a los 1.365.379 que ingresaron en el año 2012, lo que evidencia un mercado creciente en el país.

Análisis Departamental

El departamento del Tolima ocupa el puesto 14 de 32 departamentos ranqueados por competitividad turística, cuenta con 47 municipios de los cuales se puede decir que más de 30 cuentan con potencial turístico para generar procesos de desarrollo en los territorios. Asimismo, se han identificado más de 450 atractivos en todo el Departamento que pueden hacer del Tolima un destino de naturaleza ideal para público nacional e internacional. El porcentaje de ocupación hotelera se ha mantenido estable durante el último quinquenio entre 2019 y 2023, sosteniendo un rango entre 47% y casi el 51%, pero está por debajo en 10 puntos porcentuales con respecto al promedio nacional; respecto a la participación del sector en el PIB departamental es de tendencia creciente, (año 2017 con 4,18%, año 2018 con 5,28% y año 2019 con 5,73% y año 2023 con 8,2%) lo que refleja un evidente crecimiento del sector. Para el 2022, el turismo tuvo un aporte de 9,1% a la generación de empleo en el Tolima.

La región cuenta en la actualidad con alrededor de 32 mil camas en más de 17 mil habitaciones en establecimientos de alojamiento y hospedaje. En cuanto a los prestadores de servicios turísticos activos con registro nacional de turismo, se cuentan 2,780.

En el departamento del Tolima los parques nacionales naturales fueron visitados por 35.600 personas y según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entre el año 2012 y 2014 al Tolima entraron en promedio por año 4,141 extranjeros, entre 2015 y 2017 ingresaron 5,320 y entre 2018 y 2019 un promedio de 6,330, evidenciando un creciente posicionamiento del destino en el mercado extranjero. Para el año 2023, la cifra disminuyó en un 18% respecto a 2019, debido a la competencia de destinos posicionados como el Desierto de la Tatacoa y el Paisaje Cultural Cafetero. Cabe resaltar que esto representa tan solo el 0.2% aproximadamente del total de los extranjeros que ingresan al país, el 0.5% de los que ingresan a Bogotá y el 4% de los que ingresan al departamento de Antioquia.

Actualmente, el Tolima ocupa el cuarto puesto a nivel nacional en acumulación de ocupación hotelera, lo que lo deja muy bien posicionado y refleja la tendencia creciente en este sector de la economía regional.

Análisis sector en Ibagué (Municipal)

Atendiendo al plan de gobierno municipal que se encuentra en vigencia, encontramos que el sector turismo se proyecta a 2023 como un sector formalizado, capacitado y listo para atender la creciente demanda de turismo post covid dentro de sus metas para la secretaría de desarrollo económico, también, se encuentra la realización de una (1) campaña de promoción y marketing digital, la capacitación de quinientos (500) operadores turísticos y la recertificación de Juntas como destino sostenible bajo la NTS-001.

Ibagué es una ciudad capital intermedia con una ubicación geográfica privilegiada, que, además, dadas las últimas obras de infraestructura vial nacional esta ciudad está hoy en día más cerca de Bogotá, Pereira y Cali dejándola en una posición de ventaja frente a otros destinos emergentes a nivel nacional.

En el municipio de Ibagué cuenta con aproximadamente 9.000 camas distribuidas en hoteles de lujo, hoteles superiores, hoteles estándar y centros turísticos que cuentan con los estándares que exige la Asociación turística y hotelera de Colombia - Cotelco. Además, su posición geográfica privilegiada la hace un destino atractivo para hacer ruta entre el norte del Tolima, Caldas, Quindío y Risaralda con atractivos naturales como el parque nacional natural los nevados, termales, páramos y el bosque de palma de cera de Toche.

4. Realice un análisis de la competencia, alrededor de los criterios* más relevantes para su negocio:

Nombre	Localización	Productos y Servicios (Atributos)	Precios	Logistica de Distribución	Otro, ¿Cuál?
Biohabitat	Km 3 vía Armenia municipio de Circasia, muy cerca al parque del café. Está ubicado en uno de los departamentos más turísticos de todo el país, cerca del parque del Café atractivo parque y reconocido a nivel internacional y nacional. En cuanto al proceso logístico está ubicado en un municipio con vía pavimentada por vía principal lo que reduce los costos logísticos de transporte de insumos de aseo y alimentos, entre otros.	Hotel de lujo y pensado desde el confort, la exclusividad y el diseño que permite tener una experiencia de alto nivel de servicio y además de glamour y de lujo. Servicio de habitaciones de lujo con atractivos como servicio a la habitación, piscina privada, fogata privada. Ofrece un servicio premium con precios acordes a los servicios ofertados. Aunque no ofrece servicios sustitutos se realizará seguimiento a este cliente para identificar si incluye alguno dentro de su portafolio.	El precio de los servicios de hospedaje varía entre $600.000 a $1.000.000 la noche por pareja incluido el desayuno. Ofrece servicio de restaurante, con un menú amplio que permite satisfacer las necesidades del cliente. La estrategia de precios es ofrecer servicios premium con costos acorde, ya que incluyen piscina privada, cabañas bastante amplias y con vistas hermosas dentro de las cabañas.	Los canales de distribución utilizados por este competidor son: Reservas directas por WhatsApp y página web, además de portales como Booking, Tripadvisor y Airbnb.	Ventajas: ubicación privilegiada en uno de los destinos más posicionados a nivel nacional, el eje cafetero. Además de su trayectoria y posicionamiento a nivel nacional e internacional como uno de los destinos a visitar en nuestro país. Desventajas: Biohabitat es un hotel de lujo pensando en parejas. Por esto se limita la oferta a familias pequeñas con niños. No ofrece servicios a grupos grandes que estén dispuestos a pagar un servicio premium para compartir en familia. Segmento: dirigido a parejas sin hijos. Son personas jóvenes que no quieren tener hijos y ambos tienen ingresos económicos. Son personas de estratos 4, 5 y 6 con ingresos superiores a 4 salarios

					mínimos legales vigentes. Aunque tiene reconocimiento en el mercado, por ofrecer servicios premium solo tiene una participación de mercado del 3%. Está enfocado a un nicho de mercado específico que no cubre un gran porcentaje de participación de mercado.
Glamping El monte Teepee Hotel	Guasca - Cundinamarca. Está ubicado cerca de la capital del país lo que le permite atraer clientes de esa zona que tienen un mayor acceso a recurso económico y permitiendo así pagar por servicios a un mayor costo.	Este fue el primer glamping de Colombia abriendo sus puertas en el año 2013 con una propuesta innovadora y única en el país para la época, evoca su diseño en los campamentos nómadas de las comunidades de norte américa, aportando elegancia y confort a través de sus decorados y terminados. Ofrece servicios de restaurante y hospedaje rural en Carpas de lujo tipo glamping. Este es un servicio sustituto en el cual se realizará un seguimiento detallado a su oferta, verificando el comportamiento del mercado de este servicio, en cuanto a aumento en ventas u otro tipo de servicios.	El precio por noche oscila los $450.000 para dos personas incluido el desayuno y el restaurante ofrece comidas rápidas Gourmet con precios entre los $25.000 y $50.000 por plato. La estrategia de precios está dirigida a ofrecer precios competitivos en la región a menores costos sin perder las características premium de los servicios ofertados.	Los canales de distribución de los servicios de este cliente son: Instagram, centro de atención telefónica y página web como canal de promoción y reservas. También está en plataformas virtuales y aplicaciones como Tripadvisor y Booking. Utiliza canales digitales principalmente para ofertar sus servicios.	Ventajas: Tiene un reconocimiento en la región. Ubicación privilegiada con vistas increíbles. Desventajas: baño compartido, acceso por carretera destapada y no cuenta con tina y jacuzzi ya que el concepto es nómada. tienen observaciones de mala calidad debido a ruidos en la noche por alto volumen en la música. Poca calidad en el servicio y atención al cliente. Segmento: Dirigido a parejas sin niños, generalmente jóvenes de 25 a 35 años. Ya tiene un reconocimiento en el mercado con una participación del 5% al 8% ya que tiene una diversificación de servicios que le permite tener una gran capacidad de hospedaje, en

					cuanto a temas de hospedaje rural.
Glamping Luma	La localización de este competidor es la vereda Ambalá parte alta, Ibagué - Tolima. Se encuentra actualmente en un lugar que viene ganando reconocimiento turístico principalmente por el enfoque deportivo de la zona, siendo una ruta para ciclistas y diferentes deportes. Al estar ubicado cerca de la zona urbana de la capital del departamento también reduce los costos logísticos de compra de insumos principalmente para el servicio de restaurante.	luma Glamping es un lugar para parejas abierto en mayo de 2021 con un estilo ideal para vivir una experiencia natural y aislada en pleno centro urbano, un lugar pequeño pero acogedor especial para parejas. Presta servicios de alojamiento, acepta mascotas, aparcamiento, tiene una zona montañosa donde se realizan caminatas y vistas hermosas de naturaleza. Ofrece hospedaje con desayuno incluido, senderismo, piscina, jacuzzi, baño privado entre otros servicios adicionales. No ofrece productos sustitutos, por lo que solo se realizará seguimiento a si se incluyen dentro de su portafolio.	Los servicios de hospedaje varían desde $120.000 hasta 360.000 El enfoque de la estrategia de precio es ofrecer servicios de bajo costo sin servicio de restaurante, pero con menú limitado a los clientes. Su principal estrategia va dirigido a clientes que solo requieren hospedaje sencillo.	Actualmente manejan los siguientes canales de comunicación: 1) línea telefónica 2) WhatsApp 4) Instagram 5) Punto presencial. 6) Están registrados en plataforma de reservas como booking. Su estrategia está enfocada en comunicación directa con los clientes por todos los canales.	Ventajas: zona cercana al área urbana, espacios de confort y buena atención, fácil reserva. Desventajas: Pocos lugares de alojamiento, específico para parejas y en algunas ocasiones un grupo familiar muy pequeño. Segmento: Dirigido principalmente a parejas, pero aceptan público de toda ocasión. Sus clientes son principalmente de estrato 2 y 3 que tengan ingresos superiores a un salario mínimo. No tiene una gran participación en el mercado por lo que accede al 1% del total de los clientes.
Glamping Samac	Vía -Fresno en el Tolima. Aunque no está tan cerca a la capital del departamento si se encuentra cerca de una vía nacional muy transcurrida que conecta los municipios de Tolima y Caldas lo que puede favorecer su reconocimiento .	Glamping Samac inició sus servicios de hospedaje para febrero de 2019, donde con sus campos amplios de zonas naturales fomenta la cercanía con la naturaleza con una idea familiar de establecer experiencia natural económica y cerca alejado de casco	Parte de precios por persona de $200.000 hasta $500.000 costos variables dependiendo del servicio y/o requerimiento de los huéspedes.	Actualmente manejan los siguientes canales de comunicación: 1) línea telefónica 2) WhatsApp 3) Facebook 4) Instagram para reservas. Utiliza principalmente canales digitales para la distribución de sus servicios.	Ventajas: cuenta con espacios amplios, con todos los servicios (wifi, tv, equipo) para hacer más placentera la experiencia. Desventajas: lista de reserva por más de un mes. Segmento: Dirigido a parejas principalmente entre los 25 a 40 años y familias

		urbano. Ofrece servicios de alojamiento, tiene parqueadero, zona fogata, cabaña con Desayunos y comida a la carta, jacuzzi, baño privado entre otros servicios. No ofrece productos sustitutos por lo solo se realizará seguimiento en caso de ser necesario.			pequeñas. No tiene una alta participación de mercado, pero actualmente está ganando reconocimiento en la gestión.
Glamping The Garden	Km 15 vía a Juntas, en Ibagué. Está ubicado en una zona cercana a la zona urbana de la capital del departamento (Ibagué), lo que le permite reducir costos logísticos en cuanto a insumos usados durante el servicio. Además, se encuentra en una zona con reconocimiento turístico como lo es el cañón del Combeima con un gran flujo de clientes.	The Garden es un hospedaje rural enfocado en parejas ubicado en el Cañón del Combeima, justo en la entrada del área delimitada como destino sostenible. Alojamiento en cabañas para parejas y una cabaña familiar, cuenta con un restaurante para la alimentación de los clientes exclusivamente y está a orilla de la carretera principal. No ofrece servicios sustitutos por lo que solo se realizará seguimiento a su portafolio en caso de incluir algún servicio adicional.	El servicio de hospedaje puede variar y tiene un costo de $290.000 a $450.000 dependiendo de las características de las cabañas. Ofrece el servicio opcional de persona adicional a 100 mil pesos por cada uno. La estrategia de precios es ofrecer servicios competitivos en la zona con un costo menor al de los competidores directos en la región turística del Cañón del Combeima.	Actualmente manejan los siguientes canales de comunicación: 1) línea telefónica 2) WhatsApp 3) Facebook 4) Instagram También se usan el canal de plataformas de reservaciones como Booking y Airbnb, el canal de mayor aporte a las ventas de este competidor de acuerdo con el análisis de la emprendedora.	Ventajas: ubicado sobre la vía y muy cerca a Ibagué con cabañas separadas una de la otra a distancias prudentes y cómodas. Desventajas: Su restaurante cuenta con una oferta muy básica y limitada, no cuenta con atractivos para niños. El menú ofertado no incluye comida para personas vegetarianas o veganas. Segmento: Dirigido a parejas jóvenes de 20 a 35 años y familias pequeñas con niños pequeños que busquen un lugar que les ofrezca tranquilidad. La participación de mercado de este cliente es del 1% aproximadamente y se debe concretamente a que actualmente tienen una capacidad limitada de solo 4 cabañas.
Hotel Iguaima	Kilómetro 16 vía juntas corregimiento	Hotel restaurante Iguaima	Los precios de alojamiento por persona	Actualmente manejan los siguientes	Ventajas: cuenta con espacios de

	de Ibagué. Esta ubicación le permite a este competidor estar en un corredor estratégico que actualmente ya es reconocido por los clientes como un destino turístico de la región.	natural, reacondicionado para el año 2015 con la visión de ser un hotel de experiencia natural plenamente establecido en la región, con administración familiar. Cuenta con servicio para alrededor de 60 personas, salón de eventos, parqueadero y zonas verdes abiertas. Presta servicio de alojamiento, restaurante es cabañas premium, sencillas y familiares. No ofrece servicios sustitutos, pero se le realizará seguimiento a este competidor en caso de ampliar su oferta de servicios.	varían entre los $450.000 hasta los $650.000. La estrategia de precios de este competidor está enfocada en prestar un servicio premium con precios altos, pero con un confort superior.	canales de comunicación y reserva: 1) línea telefónica 2) WhatsApp	alojamientos amplios, variados y numerosos, atención y servicio muy bueno. Desventajas: costos más altos de alojamiento y de servicios, con características muy parecidas a todos los de la región. Segmento: Dirigido a Familias pequeñas, medianas y grandes, parejas y grupos con eventos, está enfocado en personas de estrato 3 con ingresos mayores a 4 salarios mínimos. Se enfoca en eventos debido a la infraestructura. Tiene un gran reconocimiento en el mercado y es posible que en el departamento actualmente tenga de un 1% a 3% de participación de mercado, esto debido al enfoque a segmentos exclusivos como lo son los estratos 4, 5 y 6.
Lumbre glamorous glamping	Finca La Carelia, km 7 via Valle de Cocora, Salento, Quindío. Este glamping es uno de los más reconocidos a nivel nacional, por ser uno de los primeros en crearse con este enfoque. Con respecto al análisis de la localización está ubicado en	Glamping ubicado en el valle del cocora, con una ventaja muy grande ya que está establecido en uno de los destinos más posesionados de Colombia, ofrece hospedaje en cabañas prefabricadas y servicio de restaurante	La noche en cabaña en este hotel rural tiene un costo de $600.000 por pareja incluido el desayuno, está en la zona de acceso al valle del Cocora estableciéndose como uno de los lugares por visitar en el eje cafetero.	Los canales de distribución de sus servicios son: Instagram, AirBnB, Booking y Tripadvisor Todos los canales son digitales ya que en su gran mayoría los clientes de este competidor buscan plataformas seguras para confirmar sus	Ventajas: Gran demanda del destino por el posicionamiento de Salento y el paisaje cultural cafetero dentro del imaginario. Destaca del mercado nacional y extranjero. Desventaja: no cuenta con vistas a montañas o sitios naturales

	un municipio bastante reconocido por ser un destino turístico no solo a nivel nacional sino internacional, lo que permite tener un manejo adecuado de la distribución y vías de acceso pavimentadas con fácil acceso para cualquier tipo de transporte. Además de contar con apoyo por parte del gobierno departamental y nacional.	para huéspedes. Los servicios ofrecidos son: Hospedaje rural en cabañas y restaurante para huéspedes. Dentro de su portafolio de servicios no se incluyen servicios sustitutos, por lo que únicamente se llevará a cabo un seguimiento relacionado con las novedades de los servicios ofrecidos.		reservaciones de hospedaje.	de interés. A pesar de contar con actividades es necesario realizar caminatas para tener buenas vistas. Segmento: Dirigido a parejas jóvenes, familias jóvenes y grupos familiares grandes. De estratos 3, 4, 5 y 6. Con ingresos mensuales superiores a 3 salarios mínimos. En cuanto a la participación en el mercado este competidor abarca alrededor del 5% de participación por su capacidad de hospedaje, además de su gran reconocimiento y la zona de ubicación con amplia experiencia turística enfocado hacia la naturaleza y la propuesta de turismo ecosostenible.
Magicview glamping	Tiene tres sedes en el departamento. Sede Vereda la Arabia, Ibagué. Sede barrio Clarita Botero, Ibagué. Sede Prado, al frente del muelle Hidroprado. Al estar ubicado en tres zonas reconocidas por su potencial turístico, la localización de este competidor en los tres puntos le permite a los clientes contar con varias	Magicview es un proyecto de glamping creado en 2020 con el fin de ofrecer una cartilla variada de productos de experiencia natural donde resaltan las vistas a 1980 metros sobre el nivel del mar y tan solo 8 km del casco urbano. Ofrece servicios de alojamiento y restaurante, entre otras actividades que vienen incluidas. En el	Los precios dependiendo del tipo de hospedaje ofertado a los clientes puede variar de entre: $180.000 hasta 450.000. La estrategia de precios de este competidor se caracteriza por una estructura flexible y diversificada, adaptada a una amplia gama de opciones de hospedaje que abarca desde alojamientos económicos hasta servicios	Actualmente manejan los siguientes canales de comunicación: 1) línea telefónica 2) WhatsApp 3) Facebook 4) Instagram. Se encuentra en Tripadvisor como medio de dar reconocimiento a la marca de este competidor. Su canal más fuerte es el Instagram ya con una cantidad grande de	Ventajas: Tiene un posicionamiento en el sector, cuenta con espacios variados naturales. Se enfoca en el modelo de glamping, con domos no muy comunes en el departamento. Desventajas: Presenta deterioro en parte de instalaciones, un difícil acceso de ingreso. Segmento: Dirigido a

	opciones para su hospedaje. Principalmente en la ciudad de Ibagué y en el Municipio de prado, concretamente en la represa que es un atractivo turístico importante.	alojamiento se aceptan mascotas y en el mismo se incluyen aparcamiento campestre, con desayunos y masajes relajantes. Este competidor no ofrece servicios sustitutos dentro de su portafolio, pero igualmente se realizará seguimiento al mismo en el caso de ampliar el mismo, derivado del comportamiento de los clientes.	premium. Esto le permite captar a distintos segmentos de mercado, atrayendo tanto a viajeros con presupuestos ajustados como a aquellos que buscan experiencias más exclusivas. La oferta de precios escalonada facilita la personalización de los servicios y proporciona al cliente la libertad de elegir según sus necesidades y capacidad de gasto.	seguidores que le permiten realizar estrategias de comercializaci ón.	parejas o familias pequeñas. De estrato 3 en adelante con buenos ingresos. Personas generalmente jóvenes de 25 a 45 años. No tiene una gran participación en el mercado actualmente, pero se puede identificar aproximadame nte de un 1% a 2% del total de mercado de este sector. Esto se debe a la gran cantidad de competidores entre alojamiento y restaurantes en el departamento del Tolima.
Sueños verdes	Está ubicado en el corregimiento de juntas, en el caserío, detrás de la iglesia. Como la mayoría de los competidores está ubicado en un corredor turístico a 15 minutos de la zona urbana. Tiene vista al Río del Cañón del Combeima. Al estar ubicado cerca de una pequeña zona urbana como los es Juntas tiene beneficios logísticos pequeños ya que puede solucionar problemas de abastecimiento en esta zona rápidamente.	Sueños Verdes fue creada en enero de 2021, naciendo de un proyecto familiar para brindar una experiencia natural en la región apto para familias y parejas que quieran vivir una experiencia natural de calidad. Ofrece servicio alojamiento, tiene aparcamiento, zona fogata, cabaña con desayunos incluido, montar a caballo, jacuzzi, baño privado entre otros servicios. Ofrece servicios sustitutos como carpas sencillas por persona o para pareja a un bajo costo. No tienen servicios de restaurante por lo que	Los precios de los servicios ofertados por persona van desde $320.000 hasta $450.000 fuera de otros servicios de consumo. Ofrece también carpas por pareja 100.000 pesos incluida cena o desayuno y fogata. La estrategia de precios se enfoca en la diversificación de servicios para ofrecer los mismos con características premium o semillas como las carpas lo que permite captar diferentes segmentos de clientes de acuerdo con sus necesidades.	Actualmente manejan los siguientes canales de comunicación: 1) línea telefónica 2) WhatsApp 3) Facebook 4) Instagram para reservas. Utiliza principalmente canales digitales para la distribución de sus servicios.	Ventajas: lugar tranquilo con calidad. Da para vehículos familiar, espacioso y con atención de calidad. Desventajas: lejano de zona urbana, aunque cuenta con acceso por vía en un porcentaje pavimentado. Segmento: Un lugar dirigido al compartir en pareja, pero también con espacios familiares, ingreso de personas en su mayoría entre los 25 - 42 años. No tiene una alta participación de mercado, pero actualmente está ganando reconocimiento en la gestión.

		tercerizan su preparación.			
Villa Tamara Glamping	Vereda Aparco 15 min Glorieta Mirolindo. Está ubicado en las cercanías a la zona urbana de la capital del departamento a 10 min de vías nacionales. Esto le permite reducir los costos logísticos y lograr que los clientes lleguen fácilmente a sus instalaciones.	Villa Tamara Glamping abrió sus puertas a público en noviembre de 2020 convirtiendo el glamping en una experiencia turística de alojamiento ideal para familias y parejas de la región que busca espacio especial para descansar. Ofrecen servicio de alojamiento, con aparcamiento y zona BBQ. Tiene para sus clientes desayunos, piscina, jacuzzi, baño privado entre otros servicios.	Los precios por persona que oscilan entre $155.000 y $370.000 Su estrategia de precios va dirigida a cobrar por persona debido a las características de sus cabañas y hotel familiar, aunque no es tan costoso puede ofrecer algunos servicios premium a un precio menor, como lo es el jacuzzi, piscina, entre otros.	Actualmente manejan los siguientes canales de comunicación y reserva: 1) línea telefónica 2) WhatsApp. 3) Facebook Utiliza principalmente canales digitales para las estrategias de comercializaci ón de sus productos.	Ventajas: cuenta con espacios limpios, amplios para parejas y atención correcta. Desventajas: sitios con gran demanda, lista de espera. Segmento: a todo público. Cuenta con una casa grande donde puede ubicar tanto parejas como grupos familiares con niños. Está dirigido a personas de estrato 2 en adelante. No tiene una gran participación de mercado con solo el 1% del mismo.

III. ¿Cual es mi Solución?

1 - Solución

5. Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades señaladas en la pregunta 2:

Concepto del negocio:

Concepto de negocio

Alma Rural es un proyecto de ecoturismo que ha basado su actividad económica en el reconocimiento del territorio, conservación y protección de recursos naturales, la educación ambiental, el bienestar físico, mental y espiritual y la agroecología, lo que ha permitido tener un impacto positivo en la comunidad del corregimiento de Juntas, recientemente certificado como destino sostenible posicionándolo como un destino imperdible en el departamento del Tolima. Tenemos gran experiencia en el hospedaje rural en la región, llevando nuestro producto a los estándares de calidad de la industria hotelera y ofreciendo un servicio personalizado y oportuno para nuestros clientes.

Nuestros hospedajes cuentan con un diseño único y exclusivo en arquitectura liviana, lo que lo hace estar acorde con las necesidades y requerimientos para el desarrollo de proyectos turísticos en destino sostenible, cuenta con insumos de primera calidad como sábanas, colchones Queen Pullman, agua caliente, baño privado, este sitio, cuenta con una amplia zona de bosques andino lo que permite que la sensación de aislamiento, descanso y bioseguridad sea alta, factor importante en el comportamiento de compra post-covid del grupo objetivo de consumidores identificado, además está ubicado muy cerca de la ciudad de Ibagué, con acceso en vía pavimentada, lo que hace de Alma Rural un lugar atractivo y de fácil acceso en vehículo particular o de servicio público, además estamos cerca a atractivos naturales como cascadas, senderos ecológicos, acceso a la zona protectora regional alto Combeima la entrada sur al parque nacional natural los nevados y el casco urbano del corregimiento de Juntas, además de contar con señal de internet de los operadores claro, movistar y Tigo, que les permite a los clientes contar con una buena conectividad.

Alma Rural tiene disponible un área total de 13 hectáreas en el predio establecido para el desarrollo de este proyecto, el cual cuenta con 4 hectáreas de bosque nativo lo que permite que la distancia entre unidades de hospedaje sea amplia, una zona productiva de 7 hectáreas y 2 hectáreas para zonas comunes.

También contamos con un restaurante para 40 personas distribuidas en tres espacios lo que permite tener privacidad y comodidad a la hora de disfrutar de los platos que este ofrece, las carpas están distribuidas una de la otra con distancias que no superan los diez metros y la oferta se basa en productos frescos de las huertas.

Alma Rural en su propuesta de valor ofrece una experiencia que integra la **sabiduría ancestral, la gastronomía local** y u**n alojamiento en armonía con la naturaleza**.

Alojamiento ha sido diseñado para brindar inmersiva en la naturaleza: **Observación de aves:** Claraboyas estratégicamente ubicadas en las cabañas permiten a los huéspedes observar las aves que habitan en el bosque andino, disfrutando de su belleza y canto sin perturbar su hábitat. **Baño en contacto con la naturaleza:** Un baño con paredes de vidrio ofrece la sensación de ducharse en medio del bosque, rodeado de la exuberante vegetación. Una

experiencia sensorial de relajación y conexión con el entorno. **Jacuzzi al aire libre:** Al caer la noche, un jacuzzi al aire libre se convierte en el lugar perfecto para la tranquilidad que da el cielo nocturno.

Gastronomía Local - kilómetro Cero: producción agroecológica que permite obtener productos de excelente calidad, frescos y libres de agrotóxicos, lo que completa nuestra promesa de sostenibilidad ofreciendo desayunos ya incluidos en la tarifa, preparados con huevos criollos, tomate, cebolla y ajos orgánicos, así como café especial, uchuvas, lulo, mora, diferentes hortalizas y verduras.

Contamos con cultivos propios de Uchuva, mora, lulo, papas nativas, aromáticas y demás cultivos que nos permiten tener una oferta gastronómica basada en el concepto de kilómetro cero, entendiendo este como huertas propias, con productos frescos y orgánicos que se usan directamente en la zona de restaurante.

Huerta Viva: Aprende, Cultiva y Comercializa. Nuestra iniciativa busca sembrar conciencia en las familias, especialmente en los niños, jóvenes y adolescentes, sobre el amor a la tierra a través del aprendizaje de cultivo de hortalizas orgánicas con productos provenientes de nuestras propias biofábricas de insumos orgánicos.

Despensa agrícola: Comercialización de productos orgánicos cosechados y transformados en deliciosas creaciones artesanales que deleitan el paladar y nutren el cuerpo.

Productos lácteos: Yogurt natural: Cremoso y suave, elaborado con leche fresca de la región, ideal para un desayuno saludable o un postre ligero. **Queso campesino:** Un queso tradicional con un sabor auténtico que evoca la tradición y la sabiduría local.

Conservas y dulces: Mermeladas: Elaboradas con frutas de la huerta en su punto óptimo de maduración, conservando todo su sabor y aroma en cada cucharada. **Encurtidos:** Vegetales y frutas encurtidas con recetas tradicionales, que aportan un toque ácido y delicioso a las comidas. Salsas originales de Alma Rural.

Tesoros de la colmena: Miel: Pura y natural, proveniente de las colmenas de Alma Rural. Es un endulzante natural 100% puro y artesanal, sin aditivos ni conservantes. Reconocida por sus múltiples beneficios para la salud, esta miel destaca por su poder antioxidante, que combate los radicales libres y reduce el riesgo de enfermedades crónicas, así como sus propiedades antibacterianas y antiinflamatorias, ideales para tratar problemas respiratorios, heridas menores y promover la salud digestiva. Su recolección responsable en entornos naturales, sin afectar el ecosistema, asegura un producto de calidad que refleja el compromiso con la sostenibilidad y el respeto por la naturaleza que ofrece Alma Rural a todos sus huesped. Además, se produce **Cerá como producto derivado:** Un producto versátil con diversas aplicaciones, desde la elaboración de velas hasta el cuidado de la piel.

Mercados orgánicos: venta de verduras, hortalizas, legumbres, tubérculos y huevos criollos. Este tipo de actividades se centra en la venta de alimentos cultivados sin el uso de pesticidas químicos ni fertilizantes sintéticos. Este sector abarca la comercialización de productos como verduras, hortalizas, legumbres, tubérculos y huevos criollos, que destacan por su proceso de producción más natural y sostenible.

Actividades semanales con propósito ancestral en aliviar el estrés y las cargas laborales, permitiendo que nuestros huéspedes tengan acceso a sesiones de meditación, yoga, caminatas de interpretación ambiental, observación de aves, apiturismo, entre otras actividades de esparcimiento y de integración.

Actividades frecuentes de Alma Rural:

Sendero de interpretación ambiental: Un recorrido de aproximadamente dos kilómetros a través del bosque comestible, donde los visitantes pueden aprender sobre la flora local, las prácticas de agricultura sostenible y la importancia de la conservación del medio ambiente.

Sendero al pozo natural: Una caminata de baja complejidad que conduce a un pozo natural de agua fría en la Quebrada La Onda. Sumergirse en sus aguas cristalinas es una experiencia revitalizante que renueva las energías y proporciona una sensación de bienestar.

Alma Rural se ha convertido en un refugio para aquellos que desean escapar del ritmo frenético de la ciudad y sumergirse en un entorno de paz y tranquilidad, con una oferta amplia de actividades para todos sus huéspedes.

Descripción de los productos o servicios

Cabañas Estándar: servicio de hospedaje en cabaña de 24 metros cuadrados con doble pared de madera y 15% del techo en cristal (vidrio de seguridad) baño privado con ducha con sistema de calefacción de agua. Esta unidad cuenta con cama tipo Queen de 1.60 m de ancho x 1.90 m de largo con colchón tipo Pullman y 2 sillas con mesa de madera de lujo.

Cabañas Premium: servicio de hospedaje en cabaña de 24 metros cuadrados con doble pared de madera y 15% del techo en cristal (vidrio de seguridad) baño privado con ducha con agua caliente y jacuzzi con sistema de calefacción y recirculación de agua caliente. Esta unidad cuenta con cama tipo Queen de 1.60 m de ancho x 1.90 m de largo con colchón tipo Pullman y 2 sillas con mesa de madera de lujo.

Cabañas familiares: servicio de hospedaje en cabaña de 40 metros cuadrados con doble pared de madera y 35% del techo en cristal (vidrio de seguridad) baño privado con ducha en cristal al aire libre con agua caliente y jacuzzi a las afueras de la cabaña con vista al cielo, y al bosque andino, con sistema de calefacción y recirculación de agua caliente. Cuenta con un altillo que pueden ver las aves, con una habitaciones, una con cama doble tipo Queen de 1.60 m de ancho por 1.90 m de largo con colchón tipo Pullman, la segunda con dos camas sencillas de 90 cm de ancho por 1.90 m de largo con colchón tipo Pullman cada una. Tiene 4 sillas con mesa, una alfombra para mantener el calor y un sofá cama.

La tarifa contemplada es de $290.000 la cabaña estándar, 340.000 la cabaña premium y 450.000 la cabaña familiar por cada noche. Estos servicios están acompañados por un asistente encargado de velar por el buen funcionamiento de los elementos dispuestos en la unidad de hospedaje y por el óptimo desarrollo de la experiencia de los usuarios. Nuestra política de reservas es flexible permitiendo cambio de fechas a última hora y cancelación con reintegro de dinero. Incluye desayuno para 2 o 4 personas dependiendo del servicio, guianza por los senderos, seguro hotelero y demás servicios descritos en las propuestas de valor. Los costos asociados con los almuerzos, cenas y actividades adicionales serán cobrados de manera adicional de acuerdo con lo requerido por cada cliente.

Características adicionales y documentos desarrollados de los servicios ofertados desde el proyecto de Alma Rural:

Documento de recibo a satisfacción: Disponemos de una serie de documentos relacionados con la calidad y la satisfacción de los huéspedes de Alma Rural, entre los que se incluyen encuestas, registros de quejas y sugerencias, planillas de control de limpieza e inventarios de amenidades y servicios. Estos documentos permiten registrar cómo se prestan los servicios, identificar la calidad de los mismos y, en caso necesario, realizar ajustes para mejorar la experiencia de los huéspedes.

Documento con descripción de actividades del servicio: Alma Rural cuenta con serie de documentos de calidad que aseguran el cumplimiento de los estándares y regulaciones. entre ellos están: Licencias y permisos locales, plan de seguridad e higiene, plan de emergencia y reglamento interno

Imagen gráfica o logo: Alma Rural, representa el amor por la tierra y la honra a nuestros antepasados a través de la nutrición saludable desde la gastronomía local, generando experiencias que despierten la conciencia y el respeto por los sistemas vivos de nuestro territorio. Nuestro valor organizacional se fundamenta en ponerle alma a todo lo que hacemos, transmitiendo así una dedicación y pasión excepcionales en cada aspecto de nuestro trabajo.

Alma Rural busca la implementación de una sólida política post-venta, diseñada para garantizar la satisfacción del cliente y cultivar la fidelidad.

Con el objetivo de establecer un canal abierto con los clientes de los servicios ofrecidos por Alma Rural, se implementaron mecanismos que faciliten una experiencia positiva y fomenten la fidelización de los clientes habituales. Estos mecanismos incluyen la adecuada implementación y ejecución de las propuestas de valor de la empresa, como caminatas, fogatas y el uso del pozo natural, que enriquecen la estancia de los visitantes. Se busca promover una comunicación asertiva a través de canales como WhatsApp, Facebook e Instagram, además de ofrecer promociones comerciales que incentiven la apertura de canales de negociación directos con los clientes. Finalmente, se prioriza la prestación de un servicio de calidad, rápido y eficiente, que satisfaga las necesidades del cliente. Para fortalecer la experiencia del cliente, el proyecto Alma Rural ha desarrollado una política de posventa que incluirá los siguientes ítems:

Gestión de quejas y reclamos: La gestión de quejas y reclamos es fundamental en servicios de hotelería y turismo como el hospedaje, ya que el voz a voz y la reputación del hotel puede facilitar o dificultar la venta. Para atender cualquier queja lo primero es tener habilitado todos los canales de comunicación para que el cliente hable con la empresa, escuchando con respeto, identificando con cuales fallas pudo haber durante la prestación del servicio. De igual manera se le ofrece de ser necesario una garantía, donde los clientes pueden tener una noche gratis con todo incluido, eso sí previo una verificación del servicio prestado. Para resolver cualquier queja o reclamo al cliente se realizará de la siguiente manera:

1. Se atenderá al cliente con atención eficiente y empatía.

2. Conseguir los datos detallados sobre el problema: cuándo compró el producto, dónde, qué problema específico experimentó.

3. Evaluación del problema.

4. Evaluación de las posibles soluciones.

5. Proporciona una explicación clara y concisa sobre lo que podría haber ocurrido, sin excusas ni culpar al cliente y mostrando en los casos posibles una solución al mismo.

Comunicación posventa: Para Alma Rural es fundamental para mantener la satisfacción del cliente, fomentar la lealtad y asegurar una buena reputación de la marca. Para lograr una adecuada comunicación y generar estrategias efectivas para informar las fortalezas de la empresa y poder así fidelizar a los clientes por medio de una comunicación asertiva: **1. Atención al cliente multicanal:** Se ofrecen tres líneas de atención y comunicación postventa, 1**. Líneas Telefónicas de Atención - WhatsApp:** Proveer un número de teléfono gratuito para que los clientes puedan comunicarse fácilmente. **2. Correo Electrónico y Formularios Web:** Ofrecer canales de comunicación por correo electrónico y formularios de contacto en la página web para resolver dudas y atender quejas. Y **3. Chat en Vivo:** Implementar un chat en vivo en la página web para asistencia instantánea. Además de los canales de comunicación ya mencionados las redes sociales como Facebook e Instagram son medios eficientes para resolver dudas y conectar con los clientes, por esto se manejará una comunicación personalizada por este canal.

Manejo de devolución o garantías

El manejo de devoluciones y garantías en reservas está diseñado para ofrecer flexibilidad y transparencia a los clientes, además de asegurar la eficiencia en la organización de recursos. Este sistema de política de reservas incluye aspectos clave para reprogramaciones, cancelaciones y devoluciones. A continuación, se detalla cómo funciona cada caso:

Solicitud de cambio de fecha: Se consideran los siguientes puntos para esta solicitud: 1. **Plazo de aviso**: Si el cliente desea cambiar la fecha de la reserva, debe notificarlo **con al menos cinco (5) días hábiles de anticipación**. Este plazo es necesario para permitir la reorganización de recursos sin afectar el servicio. 2. **Periodo de reasignación**: Una vez que el cliente solicita el cambio de fecha, se le concede **un mes (1)** para elegir y asignar una nueva fecha de reserva. Y 3. **Cancelación automática**: Si el cliente no asigna la nueva fecha dentro de este periodo de un mes, la reserva se **cancelará automáticamente**. En este caso, no se aplicará reembolso, ya que el cliente tuvo la opción de reprogramar.

Política de cancelación y reembolso:

Reembolso completo: Si el cliente cancela la reserva con **al menos seis (6) días hábiles de anticipación**, se procederá a un **reembolso completo del dinero**. Esta anticipación permite a la empresa reasignar la disponibilidad y atender nuevas reservas.

Opciones para cancelaciones tardías: Si la cancelación se solicita con **menos de seis (6) días hábiles de anticipación**, el cliente no tendrá derecho a un reembolso. Sin embargo, se le ofrecerá la posibilidad de **cambiar la fecha de la reserva**, sujeto a disponibilidad y dentro de los mismos términos y condiciones aplicables a la reprogramación.

Política de garantía del servicio

Ofrecer una garantía de satisfacción para Alma Rural es una excelente estrategia para garantizar una experiencia memorable y dar tranquilidad a los clientes en caso de que algo no salga como esperan. a continuación, se describe la estructura de la política de garantía en el contexto del proyecto descrito por Alma Rural:

Definición de "mal servicio" por parte de Alma Rural: Se identifican tres posibles causas que podrían justificar la aplicación de la garantía, las cuales deben ser debidamente sustentadas y evaluadas. **1. Instalaciones y condiciones de la reserva**: La garantía aplicaría si las instalaciones no cumplen con los estándares descritos o publicitados, como limpieza, estado de las habitaciones, o equipamiento básico (cama, baño, agua caliente, etc.). **2. Comodidad y seguridad**: Mal servicio podría incluir fallas en la seguridad o en la comodidad básica, como problemas graves de ruido o condiciones no previstas que puedan afectar el descanso del huésped. **3. Atención y trato del personal:** Si la experiencia del huésped se ve afectada por un trato poco cortés o falta de atención del personal, también puede considerarse como mal servicio en un contexto de hospitalidad.

Opciones de garantía de satisfacción para Alma Rural: Previo a la descripción de las posibles opciones es importante mencionar que también se aplica la política de cancelación y reembolsos. **1. Cambio de fechas o mejora de habitación**: Si el cliente no está satisfecho con su experiencia por razones justificadas (por ejemplo, inconvenientes en la habitación), se le podría ofrecer un cambio de fechas o una mejora de habitación, si está disponible. **2. Descuento en una futura reserva**: En caso de no poder compensar la insatisfacción de inmediato, se puede ofrecer un descuento o una noche adicional sin costo en una futura reserva. Esto incentiva al cliente a regresar y brinda otra oportunidad para ofrecer una experiencia excepcional. **3. Reembolso parcial o total**: En casos en los que la insatisfacción es significativa y no se pudo mejorar la experiencia durante la estancia, la empresa puede ofrecer un reembolso parcial o total, lo que demuestra un compromiso real con la satisfacción del cliente.

Proceso de reclamación y resolución dispuesto por Alma Rural: Para la empresa es importante saber que los clientes se van satisfechos con el servicio, por esto propone las siguientes acciones en caso de tener que resolver una garantía. **1. Facilitar la comunicación**: Los clientes deberían poder expresar cualquier queja o preocupación de inmediato durante su estancia, ya sea en persona en la recepción, por mensaje directo o por teléfono. **2. Tiempo de respuesta inmediato**: En hospitalidad, la rapidez en la respuesta es clave. Idealmente, el personal de Alma Rural está en la capacidad de abordar cualquier problema en menos de 24 horas o incluso inmediatamente para mejorar la experiencia en el acto. **3. Evaluación justa del caso**: Cada queja debe evaluarse de manera justa, asegurando que las soluciones ofrecidas sean personalizadas según la situación y nivel de incomodidad del cliente.

Gestión de quejas, reclamos y comentarios:

Se propone la siguiente estrategia para la recepción de todos los comentarios sean positivos o negativos.

1. Recepción de quejas: Ponemos a disposición un canal directo vía WhatsApp con la administradora de Alma Rural, estableciendo un proceso claro para que los huéspedes puedan presentar sus quejas o reclamos.

2. Registro y seguimiento: Todas las quejas y reclamos se registran detalladamente, incluyendo la fecha, el nombre del huésped, la naturaleza del problema y las acciones tomadas.

3. Seguimiento posterior: Después de resolver la queja o reclamo, realizamos un seguimiento con el huésped para asegurarnos de que esté satisfecho con la solución proporcionada.

4. Recopilación de comentarios: Los huéspedes comparten sus opiniones y experiencias a través de formularios en línea después de su estadía.

5. Seguimiento personalizado: Llevamos a cabo un seguimiento personalizado con los huéspedes durante y después de su estadía para expresar nuestro agradecimiento por haber elegido nuestro hospedaje.

Componente Innovador:

Concepto del negocio:

Desde el momento de ingresar a Alma Rural, nuestros huéspedes se conectan directamente con el concepto sostenible y con el territorio, es importante para nosotros lograr comunicarles desde su hora de llegada que se encuentran en un lugar especial, que enfoca sus servicios en la conservación del bosque andino y la agroecología. Estamos atentos a brindarles nuestro apoyo en cada una de sus inquietudes, necesidades o requerimientos, nuestra bienvenida se hace con una infusión de uchuvas y romero de la huerta que se cultivan de manera orgánica y reciben una inducción acerca de la experiencia que van a vivir. Los clientes vivirán una experiencia conectando con la naturaleza sin dejar a su vez de lado las comodidades que se encuentran en un hotel de categoría, ya que en su interior encontrarán ducha con agua caliente, perfecta para que se relajen durante su estadía, de igual manera encontrarán amplias camas con cómodos colchones y un ambiente de montaña con el diseño de sus paredes en madera y ventanillas de vidrio, a través de las cuales podrán apreciar el hermoso paisaje de la naturaleza, las diferentes especies de aves que habitan estos bosques y una vista directa al imponente cañón del río Combeima.

En Alma Rural nos caracterizamos por nuestra gran preocupación por el cuidado del medio ambiente, es por esto que hemos implementado diferentes sistemas de aprovechamiento y reciclaje de los residuos, contamos con separación en la fuente donde damos vida útil y aprovechamiento a los residuos generados, tenemos una compostera en la cual contamos con microorganismos eficientes y lombrices californianas las cuales ayudan en la descomposición y biodegradación de los residuos orgánicos aprovechables los cuales se utilizarían como fertilizantes en nuestras diferentes huertas.

Los elementos reciclables como botellas de vidrio, papel cartón, metales, entre otros, son entregados al encargado del reciclaje en el corregimiento de Juntas, persona que se abanderó de esta labor y hace de esta actividad parte de sus ingresos, vendiendo a bodegas mayoristas los elementos obtenidos en su actividad, las aguas residuales tienen como destino una trampa grasa para cocina y un pozo séptico para hospedaje y baños públicos haciendo uso eficiente del recurso y generando un proceso biológico de biodegradación con microorganismos y lactobacilos que ayudan en el proceso de optimizar las aguas residuales y bajar los niveles de sólidos en las mismas.

El 20% del alumbrado de la finca usa como fuente de energía la luz solar, esto a través de extensiones de luz solares que se encuentran instalados en los senderos, espacios del restaurante y las cabañas siendo almacenada en baterías de gran capacidad durante el día, para luego en la noche hacer uso de esta. Además de tratar de hacer de la finca un lugar auto sostenible, estamos siempre intentando apoyar a los pequeños empresarios y campesinos que producen diferentes productos cerca de la vereda, algunos de ellos como el queso, la leche, el plátano, limón mandarino, aguacate Hass, bananos, entre otros.

Algo que nos permite disfrutar de la maravillosa vista hacia el cañón del Combeima y a su vez del clima perfecto para el cultivo y la prosperidad del verde de las montañas, es nuestra ubicación, gracias a ella nuestros clientes tienen la posibilidad de llegar hasta aquí en sus propios vehículos en tan solo treinta minutos desde el centro de la ciudad de Ibagué para luego disfrutar del paisaje, paz que ofrecen las montañas del cañón.

Uso de energía solar: Alma Rural implementa un sistema de energía solar eficiente y sostenible para su funcionamiento, reduciendo su huella ambiental y ofreciendo a sus huéspedes una experiencia en armonía con la naturaleza. **Cabañas:** cuentan con un panel solar de 200 watts que es suficiente para generar la energía necesaria en un día soleado. con una batería de ciclo profundo con una capacidad de 2 kWh permitiría almacenar la energía generada y utilizarla durante la noche o en días nublados. **Zonas comunes:** se cuenta con 10 reflectores led de 300 watts - 6500 kWH con panel solar und.

Compra lo nuestro es nuestra política de apoyar a los campesinos y empresarios locales a través de la compra de productos cosechados o elaborados en el cañón del Combeima y también a través de la generación de empleo local.

Kilómetro cero: el proyecto cuenta con huerta propia, lo que asegurará que nuestros huéspedes se alimenten con productos frescos y sanos como pollo, huevos, lácteos, hortalizas, legumbres, frutas y verduras. Además de esto contribuimos a la mitigación de emisiones de gas carbono gracias a la eliminación del canal de distribución en esta estrategia.

Como respuesta a las afectaciones macroeconómicas y logísticas que vienen afectando el suministro de insumos para los diferentes sectores de la economía y enmarcados en nuestra política de sostenibilidad empresarial, desde el año 2019 hemos venido fortaleciendo nuestra estrategia de kilómetro 0, la cual pretende producir gran parte de los insumos utilizados en las diferentes áreas de la empresa, sean productos para el restaurante como pollo, huevos, hortalizas, legumbres y frutas, así mismo como abonos y fertilizantes producto del adecuado manejo de los residuos de la cocina y suministro de alimento pecuario producto de la siembra y germinación de granos como el maíz y pastos de corte, nuestro objetivo es llegar al mayor porcentaje de insumos producidos en nuestra empresa. Lo anterior se quiere lograr realizando el aprovisionamiento de materias primas con productos locales sean a nivel regional o nacional mediante la estrategia compra lo nuestro. Buscamos también la protección de los recursos naturales como los bosques protectores y productores del agua, recurso vital para nuestra operación, el cual comprende también un plan de manejo desde la captación hasta el tratamiento biológico de aguas residuales.

Uno de los factores más importante en cuanto a la innovación es el lugar escogido para desarrollar el proyecto Alma. El mismo cuenta con un (1) sendero ecológico que conduce a un bosque andino en recuperación en el cual pueden identificar fácilmente diferentes especies migratorias y endémicas del municipio de Ibagué, así como distintas especies de flora nativa, luego encontramos un mirador hacia el cañón del río Combeima, el cual permite contemplar la majestuosidad y exuberancia de este territorio, y finaliza en nuestra zona productiva afianzando así, nuestra estrategia de educación ambiental.

Innovación en la Política de abastecimiento y compras

Una de las características de calidad es la política de compras y aprovisionamiento la cual se identifica como una innovación ya que permite la prestación del servicio de manera adecuada. Se describe a continuación los puntos estratégicos de la misma:

Previo a la adquisición de cualquier materia prima e insumo se realiza un análisis de los potenciales proveedores. Realizando el siguiente proceso:

1. Buscar información de los proveedores disponibles para los requerimientos de la empresa.

2. Solicitar información e identificar lo que ofrece directamente a los proveedores.

3. Evaluar las propuestas e identificar si cumplen las expectativas.

4. Regístralo como posible proveedor

5. Escoger al proveedor

El proceso de evaluación se enfocará en tres puntos principales:

Condiciones referidas a la calidad como lo son: Calidad de producto, Materiales utilizados, Características técnicas, Periodo de garantía y servicios de post venta y garantías.

Condiciones económicas: Precio unitario, forma de pago, plazo de pago, proceso de logística y costo asociado.

Otras condiciones: Periodo de validez de la oferta, plazos de entrega y condiciones especiales.

Además de los siguientes elementos:

Precio: Precios razonables y acordes a la calidad del insumo.

Calidad: Productos de primera calidad que se vean reflejados en el consumidor final.

Pago: Facilidades y plazos de pago.

Entrega: Cumplimiento con la entrega del insumo.

Porcentaje de venta: Porcentaje de producción que están dispuestos a ofrecer.

Por otro lado, se describe a profundidad los siguientes puntos clave para desarrollar efectivamente la política:

Análisis de la demanda: Realizar un análisis de la demanda para determinar qué productos son más populares y cuáles tienen una rotación más rápida. Esto te ayudará a priorizar el aprovisionamiento de esos productos para mantener un inventario adecuado.

Establecimiento de proveedores confiables: Identificar y establecer relaciones con proveedores confiables y de calidad que puedan suministrar los productos necesarios de manera consistente y oportuna.

Negociación de términos y condiciones: Negociar términos y condiciones favorables con los proveedores, incluyendo precios competitivos, plazos de entrega razonables, políticas de devolución flexibles y descuentos por volumen.

Monitoreo de inventario: Implementar un sistema de seguimiento de inventario para monitorear los niveles de existencias y prever cuándo es necesario reabastecerse de productos. Esto puede incluir el uso de software de gestión de inventario o sistemas manuales de seguimiento.

Gestión de pedidos: Establecer procedimientos claros para realizar pedidos a los proveedores, incluyendo la frecuencia de los pedidos, los métodos de comunicación con los proveedores y los requisitos de documentación para cada pedido.

Gestión de la cadena de suministro: Evaluar y optimizar continuamente la cadena de suministro para identificar posibles cuellos de botella o áreas de mejora. Esto puede implicar la revisión de los procesos de transporte, almacenamiento y distribución.

Gestión de riesgos: Identificar y mitigar los riesgos asociados con el aprovisionamiento, como la escasez de materias primas, problemas de calidad del producto o interrupciones en la cadena de suministro debido a factores externos como desastres naturales o crisis económicas.

Seguimiento del desempeño del proveedor: Evaluar periódicamente el desempeño de los proveedores en función de criterios como la calidad del producto, la puntualidad en la entrega y la capacidad de respuesta al servicio al cliente.

Producto o servicio:

Prestamos un servicio de hospedaje rural, diferente al que normalmente encontramos en el mercado donde se ofrecen únicamente habitaciones con servicio de baño y con servicio de restaurante. Nuestro servicio de hospedaje vendrá con diseño exclusivo de estructura liviana en madera curada, forradas en teja asfáltica shingle y adecuaciones internas que aseguren el descanso y la relajación de los usuarios. Cada una de las unidades de hospedaje estará ubicada distanciada una de la otra, con el fin de asegurar la privacidad y a su vez el sentido que esta tenga para que se pueda visualizar el hermoso paisaje natural. En su interior tendrá un ambiente rústico con luces que causen sensación de calidez y una amplia cama para descansar, de igual manera encontraremos baño con ducha y agua caliente y un amplio balcón para descansar o tomar los alimentos.

Carpas restaurante: Están diseñadas bajo el concepto de arquitectura textil, que se alinea perfectamente con nuestra política de sostenibilidad al ofrecer una solución constructiva que minimiza el impacto ambiental. Estas estructuras livianas y elevadas son ideales para integrar el entorno natural, ya que su construcción no requiere de placas de concreto, lo que reduce la huella ecológica y la alteración del paisaje. Al utilizar hierro estructural para el armazón y madera para el piso, se promueve el uso de materiales reciclables y renovables, fortaleciendo nuestro compromiso con prácticas responsables y sostenibles. Además, este diseño permite una mayor flexibilidad en la ubicación y adaptación del espacio, fomentando una experiencia gastronómica que respeta y realza la belleza del entorno, al tiempo que proporciona un ambiente acogedor y funcional para nuestros visitantes y huéspedes.

Cabañas sencillas y premium: la arquitectura liviana permite que las construcciones que se hagan bajo este concepto sean acorde a nuestra política de sostenibilidad ya que son estructuras elevadas que generan un impacto mínimo en el entorno a construirlas ya que no necesitan placas de concreto para su ejecución, la estructura es en madera curada y piso y paredes en madera forradas en teja asfáltica shingle y cuenta con sistema de desagüe a pozo séptico tratado con microorganismos eficientes lo que asegura la optimización del uso del recurso hídrico. Las cabañas sencillas cuentan con un vidrio templado al lado de la cama donde se puede realizar alimentación a las aves y diferentes animales de la región, esto con el fin de ver los mismos y tener contacto directo y continuo con animales, un factor diferencial con forma de acuario.

Cabaña familiar: Una cabaña familiar rural con un diseño innovador y vanguardista para el avistamiento de aves. Cuenta con amplios ventanales panorámicos que se transforman en observatorios móviles, permitiendo a los huéspedes tener una experiencia única y cercana con la naturaleza. Todo esto combinado con espacios al aire libre diseñados específicamente para atraer aves, como alimentadores y baño privado con ducha en vidrio al exterior con vista al Cañón del Combeima con agua caliente, jacuzzi exterior, creando un entorno perfecto para los amantes de la ornitología.

Un acogedor altillo, accesible por una escalera de madera, añade un toque mágico a la cabaña. Este espacio, con ventanas que ofrecen una vista panorámica del bosque, se convierte en un rincón ideal para la lectura, la relajación o simplemente para disfrutar del canto de las aves en un ambiente de tranquilidad

Energía solar: La incorporación de energía solar en nuestras cabañas representa un paso significativo hacia la sostenibilidad y la eficiencia energética. Cada cabaña está equipada con un panel solar diseñado para generar suficiente energía para satisfacer las necesidades básicas de iluminación y carga de dispositivos electrónicos, lo que permite a los huéspedes disfrutar de un confort moderno en un entorno natural. Para asegurar un suministro continuo, incluso durante la noche o en días nublados, se utiliza una batería que almacena la energía generada durante el día, garantizando que los visitantes tengan acceso a electricidad en todo momento. Además, las zonas comunes de la instalación también se benefician de esta tecnología, utilizando reflectores LED de bajo consumo que iluminan los espacios exteriores de manera efectiva. Esta elección no solo crea un ambiente agradable y seguro para los huéspedes, sino que también minimiza el consumo de energía convencional, contribuyendo a la reducción de la huella de carbono del establecimiento. Al optar por la energía solar, estamos fomentando un modelo de operación que prioriza el cuidado del medio ambiente, promueve el uso de recursos renovables y refuerza nuestro compromiso con un turismo responsable y sostenible.

Proceso:

El servicio de hospedaje consta de 22 horas en las cuales los huéspedes realizan el ingreso desde las 15:00 horas, tiempo desde el cual pueden empezar a disfrutar de las instalaciones alquiladas hasta las 13:00 horas del siguiente día. La unidad de hospedaje se entrega inventariada, con todos sus elementos en buen estado y funcionando. Durante este tiempo los usuarios podrán disfrutar de los servicios adicionales como es la caminata por los senderos o la visita a la zona productiva de la finca dónde podrán interactuar con los diferentes procesos o simplemente quedarse a disfrutar y descansar en la cama queen. El servicio incluye desayuno en el cual se incluyen, caldo de pollo, huevos al gusto, fruta, jugo y bebida caliente acompañado de pan artesanal y arepa.

Caminata bosque comestible: la caminata es una experiencia enriquecedora que te sumerge en la belleza natural de los alrededores. Disfrutarás de la tranquilidad del entorno, explorando paisajes pintorescos, descubriendo flora y fauna autóctona, y conectándote con la naturaleza de una manera única. Es una oportunidad para respirar aire fresco, ejercitarse y revitalizar el espíritu mientras te adentras en los encantos naturales que ofrece el hospedaje rural. Además, cuenta con señales claras y visibles en cada punto clave, proporcionando indicaciones precisas para seguir la ruta. Se han instalado cuerdas estratégicamente a lo largo del sendero para ayudar a los excursionistas a superar terrenos empinados o resbaladizos, brindando un soporte adicional y aumentando la seguridad. Estas cuerdas están bien mantenidas y aseguradas, permitiendo a los excursionistas disfrutar de un desafío divertido mientras se sienten protegidos durante su recorrido. La infraestructura del recorrido es de material reciclado, derivados del plástico, principalmente palos que han sido cuidadosamente seleccionados y preparados para garantizar su resistencia y durabilidad. Además de brindar un soporte seguro, el uso de materiales reciclados muestra un compromiso con la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.

El sendero, con una duración aproximada de 40 minutos, ofrece una experiencia que va más allá de la simple contemplación del paisaje. Las frases inspiradoras buscan generar un impacto positivo en los visitantes, motivándolos a adoptar prácticas sostenibles en su vida diaria. Las frases van alusivas a: conservación de la biodiversidad, cuidado del agua, reducción de residuos, respeto hacia todas las formas de vida.

Al finalizar el recorrido, el sendero se adentra en la zona productiva de la finca, un espacio que se ha transformado en un bosque comestible. Aquí, los visitantes pueden descubrir la diversidad de frutas nativas de la región, cultivadas de forma orgánica y sostenible.

Caminata pozo natural: la aventura comienza con una invitación a conectar con la naturaleza a través de una caminata hacia un pozo natural escondido en la Quebrada La Onda. El recorrido inicia con un ascenso de 40 minutos por senderos de montaña especialmente diseñados para brindar una experiencia segura y accesible:**Senderos señalizados:** Claras indicaciones guían el camino, permitiendo a los visitantes disfrutar del paisaje sin preocupaciones.**Cuerdas de seguridad:** En puntos estratégicos, cuerdas de seguridad ofrecen soporte adicional, haciendo el ascenso más cómodo y seguro. **Camino accesible:** El sendero es apto para personas de diversas edades y condiciones físicas, invitando a todos a disfrutar de la naturaleza.

Durante el ascenso, los sentidos se despiertan con la exuberante vegetación que rodea el camino. La majestuosidad del paisaje impresiona con sus formas y colores, creando una atmósfera de paz y conexión con el entorno.

Al finalizar el ascenso, se descubre el tesoro escondido: un pozo natural de aguas cristalinas y frías. Sumergirse en estas aguas es una experiencia revitalizante que ofrece múltiples beneficios:**Relajación muscular:** El contacto con el agua fría disminuye la tensión muscular, alivia la inflamación y promueve la recuperación después del esfuerzo físico.**Bienestar emocional:** La inmersión genera una liberación de endorfinas, hormonas que producen sensaciones de felicidad, euforia y conexión con la naturaleza.La caminata al pozo natural de la Quebrada La Onda es una experiencia que combina aventura, naturaleza y bienestar, permitiendo a los visitantes de Alma Rural renovar cuerpo y mente en un entorno privilegiado.

Fogata: en las noches se realizan fogatas para ambientar el espacio, por lo regular la temperatura oscila en los 18 grados Celsius. Lo que se busca es ofrecer a los huéspedes una experiencia auténtica y cercana a la naturaleza, permitiéndoles conectarse con el entorno y disfrutar de momentos de relajación y convivencia únicos. Por otro lado, se busca que proporcionen una sensación de calidez y confort, creando un ambiente acogedor y memorable para los visitantes.

Cine al aire libre: Se proyectan películas en una pantalla grande al aire libre, generalmente en un entorno natural cerca de la zona de restaurante o las cabañas. Los espectadores pueden disfrutar de la película bajo las estrellas, rodeados de un ambiente relajado y festivo. Es una forma única de disfrutar del cine, ya que combina la magia del séptimo arte con la belleza y la frescura del aire libre. Es importante aclarar que este tipo de actividad se realiza en la zona de fogatas, implementando una pantalla movible que permite ubicar el cine en cualquier lugar.

6. ¿Cómo validó la aceptación en el mercado de su proyecto (metodología y resultados)?

Ideación

Para realizar este proceso se utilizó la metodología SCAMPER.

Metodología SCAMPER.

Problemática: las problemáticas identificadas son: el incremento en los años de vida saludable de los seres humanos, el cambio climático, las innovaciones en el transporte, el desarrollo de las TICs, el comercio por Internet. De todo lo anterior se identifican las siguientes tendencias y necesidades:

Predomina el workstation a partir del crecimiento del trabajo remoto como una nueva tendencia que combina trabajo y vacaciones en ambientes naturales.

Los turistas prefieren reservas flexibles y adaptadas a las nuevas condiciones, más flexibles y sin gastos de cancelación.

Creciente interés en la elección de lugares que minimicen el impacto ambiental negativo.

Causa

Cambio de las necesidades y tendencias de los clientes post Covid 19.

Alta necesidad de requerir espacios con naturaleza y alejados de zonas urbanas.

Servicio al cliente de baja calidad que no permite una correcta experiencia al cliente.

Poco conocimiento por parte del cliente nacional de los nuevos lugares turísticos emergentes.

Consecuencias

Poco incremento del turismo nacional

Falta de reconocimiento del departamento del Tolima como un destino turístico ideal.

Posteriormente se aplicó la metodología SCAMPER

Sustituir: uso tradicional de energía por producción de energía solar para sostenimiento de un porcentaje del consumo.

Combinar: Se combinará los procesos de producción agrícola con los servicios de hospedaje mediante la estrategia Kilómetro Cero.

Adaptar: La empresa se adaptará a los requerimientos del cliente, siempre buscando satisfacer las necesidades de este.

Modificar: Se busca modificar el modelo tradicional para implementar uno con mayor sostenibilidad.

Poner en otro uso: Uso de la madera de construcción y cualquier material reciclable para producir artículos de decoración para el proyecto.

Eliminar: Se eliminará el uso de materiales de baja calidad.

Reorganizar: Se reestructurará el diseño actual de la empresa, enfocado en mejorar el servicio y ser reconocida como una empresa que ofrece sostenibilidad.

Validación

La validación, se realizó utilizando la metodología Lean Canvas, tarjeta persona y estudio de mercado.

Lean canvas: El modelo de negocio es la prestación de hospedaje rural con enfoque diferencial hacia los procesos de sostenibilidad. Se tienen los servicios de cabaña premium. En ese sentido se reconocen los segmentos de potenciales clientes como parejas y familias pequeñas, generalmente de estratos 4,5 y 6, además de las propuestas de valor con las que cuenta Alma, enfocadas a cabañas con diseños de calidad que permita un descanso con tranquilidad y seguridad al cliente.

Tarjeta persona

Parejas: Los clientes son visitantes y/o turistas provenientes de Bogotá (alrededor de 1.115.000 personas son de los estratos 4,5 y 6) , Neiva (27.500 se encuentran en estratos los 4,5 y 6), Melgar (3.000 se encuentran en los estratos 4 y 5), Pereira (265.000 en los estratos 4,5 o 6) Cali (460.000 habitantes en estratos 4,5 y 6) y Medellín (460.000 personas en estratos 4,5 y 6), además, 4.600 extranjeros que se encuentran en el Tolima al año, según datos de Fontur. De acuerdo con estas cifras y nuestra segmentación, el mercado potencial es de 2.336.000 personas.

Familias pequeñas: Familias pequeñas conformadas por hombres y mujeres entre los 23 y 40 años de nivel socioeconómico 4,5 y 6 habitantes de la ciudad de Ibagué y visitantes y/o turistas de ciudades como Medellín, Cali, Pereira, Manizales, Neiva, Bogotá, Melgar, Girardot, Espinal y Armenia. De acuerdo con nuestra experiencia, este tipo de familias representa el 15% de los consumidores de este tipo de servicios turísticos, es decir cerca de 5.300 personas.

Extranjeros: De acuerdo con Migración Colombia, entre enero y diciembre de 2022 ingresaron cerca de 4.600.000 de extranjeros al territorio nacional. De ese total y de acuerdo con cifras del Ministerio de Industria y Comercio solo ingresaron al departamento del Tolima alrededor de 6330 extranjeros en el año 2019, cifra que se sigue manteniendo para el 2022.

Metodología tarjeta persona, Job to be done: donde se evidencia cómo se atenderán este tipo de clientes, demostrando su motivación a consumir nuestros servicios por las siguientes razones:

Las motivaciones internas de los consumidores de este tipo de servicios se basan en celebraciones como cumpleaños, aniversarios y fechas comerciales como san Valentín, año nuevo, amor y amistad entre otras.

Uno de los nuevos comportamientos de consumo son las micro vacaciones, resultado de exigentes jornadas de trabajo y estudio que solo pueden ser compensadas con un par de días de aislamiento, descanso y confort.

Probar productos o servicios que alguien más haya consumido es una de las más grandes motivaciones que tienen los clientes a la hora de comprar productos de turismo.

Una de las grandes motivaciones es contar con privacidad. Espacios que permitan tranquilidad y confort, además de una sensación de naturaleza que le permita sentirse aislado.

Cercanía a la zona urbana y conectividad es una de las características que motivan al cliente a acceder a los servicios ofrecidos por Alma Rural.

Estudio de mercado

Parejas: Se encuestaron un total de 80 potenciales clientes de la empresa, identificando que el 57,8% tienen una edad entre los 18 a 28 años, seguidos por el 29,7% de 29 a 39 años, el 12,5% restante tienen más de 40 años. El 100% de los encuestados conoce el servicio de glamping y cabaña rural. Del total de encuestados el 64,5% conoce los servicios de hospedaje rural por medio de las redes sociales, seguido por un 16,1% por medio de internet (páginas web), un 12,9 por medio del voz a voz y el restante 6,5% por medio de publicidad tradicional como tarjetas de presentación, pendones y demás publicidad POP. Con respecto al tema de las reservaciones para este tipo de servicios prefieren realizarla directamente con una participación de 49,2% y por internet con un 44,2% de participación. Con respecto al precio el 50,3% está dispuesto a pagar entre 200 a 300 mil pesos, seguido por 300.001 o más con un 28,7% y por último con un 20% pagarían de 100.000 a 200.000 pesos. Del total de encuestados un 46% prioriza la localización, en vez del precio y tipo de glamping con un 27% para la selección del hospedaje rural. Para finalizar se puede identificar que un 98% de los encuestados usa este servicio de 1 a 10 veces, generalmente 1 o 2 noches.

Familias pequeñas: Se encuestaron un total de 50 personas, con edades entre los 18 a 29 años (76,5%), 29 a 39 años (11,8%) y 40 años o más (11,8%). El 70% de los encuestados tiene un núcleo familiar de 4 integrantes y 30% restante tiene de 5 a 6 integrantes, el 100% de ellos manifiesta que conoce el servicio de glamping o hospedaje rural. El 90% conoce este servicio por redes sociales, seguido por páginas web con una participación del 8%, el 2% restante se distribuye entre voz a voz y publicidad tradicional. Los encuestados seleccionaron este tipo de servicios principalmente por la localización 35,3% del hospedaje, seguido por el tipo de Glamping con un 29,4% de participación. Los motivos principales para acceder a estos servicios son, descanso (70%) y diversión (25%), el restante 5% está distribuido entre trabajo y otras cosas como conocer lugares nuevos.

Extranjero: Se encuestaron un total de 30 personas, del total de encuestados un 35% viene de países europeos, seguido por el 20% que vienen de norte américa y el restante 45% son extranjeros de países de Latinoamérica. Están interesados más en la calidad y comodidad (80%) y la localización (15%), que en el precio (5%%). Del total de encuestados el 100% realiza la compra por medios digitales, de ese total el 50% utiliza Instagram y el 50% WhatsApp. Buscan lugares que permitan una sensación de naturaleza y tranquilidad con un 60% de la participación de encuestados, el 40% están interesados más en tener disponibilidad de actividades de actividad física.

7. Describa el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha de su proyecto, en los aspectos: técnico - productivo, comercial y legal.

Técnico - productivo:

Alma Rural nace en 2022, como un negocio familiar, que estaba orientado en generar ingresos adicionales para la familia, provenientes de una actividad económica basada en la oferta de alimentos servidos a la mesa, producción agroecológica y servicio de hospedaje rural.

Para el mes de enero de 2023 se inició la puesta en marcha de la idea de negocio y se estableció como hospedaje rural con preparación de alimentos a la mesa, empezando a brindar servicio de calidad y a posicionarse bajo un concepto de kilómetro cero. Alma Rural cuenta con un área de 15.000 metros cuadrados, tres espacios independientes uno del otro y divididos por un cafetal de la variedad bourbon rosado, cada espacio cuenta con una carpa con diseño ancestral navajo de nueve lados y cinco metros de altura, generando así un ambiente de privacidad y confianza. Además, cuenta con seis unidades sanitarias conectadas a un pozo séptico el cual es alimentado por microorganismos eficientes para tratar las aguas residuales de manera biológica.

Contamos con una huerta que produce tomate, cebolla, mixtura de lechugas, cilantro, perejil, papas nativas, zucchini verde y amarillo, mixtura de mentas, orégano, tomillo, lavanda, rúcula, berenjena, café bourbon rosado, uchuva, lulo, mora y otros productos que surten a nuestro restaurante y además generan dividendos a través de la venta en fresco y transformaciones artesanales como mermeladas, salsas, encurtidos y lácteos.

La instalación hotelera de nuestro establecimiento cuenta con tres unidades de cabañas de veinte metros cuadrados diseñadas bajo estándares de arquitectura liviana, elevadas del suelo para minimizar el impacto en el territorio y generar una vista única al Cañón del Río Combeima, cada unidad cuenta con baño privado y ducha con agua caliente, balcón, cama Queen, mesa y dos sillas que le permite a los huéspedes estar cómodos durante la estadía. Además, tienen acceso a energía comercial, energía solar, y están conectadas a un sistema de pozo séptico para el tratamiento biológico de las aguas residuales.

Alma Rural cuenta con acceso a red de internet privada, red pública de internet, cuenta con cubrimiento 4g de operadores claro y tigo lo que la hace una región con conectividad asegurada.

La finca además cuenta con una zona de conservación y restauración de bosque de aproximadamente cuatro hectáreas, las cuales se encuentran aisladas de la intervención antrópica y animal y funge como hábitat para más de sesenta especies de aves identificadas hasta el momento, diferentes especies de mariposas, mamíferos como el guatín o dasyprocta punctata y el armadillo, además es zona de descanso de aves migratorias como los buteos o águilas cuaresmeras.

Contamos con un nacimiento de agua de manantial, del cual se capta agua directamente y luego es filtrada a través de un sistema de carbono activado, polipropileno y lámpara de ozono para garantizar la potabilidad de esta.

En Alma Rural se cuenta con un apiario propio el cual a su vez es uno de nuestros atractivos turísticos, brindando en sí una ruta de apiturismo para nuestros visitantes, los cuales viven una experiencia cercana a una de las especies más importantes para el equilibrio ecosistémico en nuestro planeta, la abeja.

Sistemas agropecuarios actuales de Alma Rural:

1 cultivo de frijol de 1.000 plantas

1 cultivo de mora de 600 plantas

1 cultivo de lulo de 800 plantas

1 cultivo de café bourbon rosado de 200 árboles

1 cultivo de café wush wush de 100 árboles

1 cultivo de papa nativa de dos hectáreas

Restaurante: La capacidad es para 40 personas, cuenta con 40 sillas de hierro y tejidas a mano con cordon tubular pvc flexible en color negro y beige, tres carpas de estructura ligera, dos con capacidad para 15 personas y una con capacidad de 10 personas para un total de 40 clientes; están construidas con materiales importados y ensambladas con tecnología de electro sellado, son carpas translúcidas al 30% lo que brinda una experiencia de tranquilidad y serenidad a través de la refracción lumínica que ofrecen, es soportada por troncos de madera inmunizada para darle un aspecto rústico pero elegante a su vez generar durabilidad en la estructura y dar una sensación de calidez.

Cabañas: la capacidad hotelera es de 10 personas en 2 cabañas sencillas de pareja, 1 cabaña premium de pareja y 1 cabaña familiar, el servicio de hospedaje se caracteriza por su compromiso con la sostenibilidad, el confort y la conexión con la naturaleza. Las cabañas, diseñadas con una arquitectura liviana y ecológica, se integran armoniosamente al entorno, minimizando el impacto ambiental y brindando una experiencia única a sus visitantes. Las **cuatro cabañas** cuentan con: **Arquitectura sostenible:** Las cabañas se construyen con una arquitectura liviana, elevadas del suelo y sin necesidad de placas de concreto, lo que reduce su impacto en el entorno. **Materiales ecológicos:** La estructura de madera curada, los pisos y paredes en madera forradas en teja asfáltica shingle, y el sistema de desagüe a pozo séptico tratado con microorganismos eficientes, reflejan el compromiso de Alma Rural con la sostenibilidad y la optimización de recursos. **Energía solar:** Cada cabaña cuenta con un panel solar que genera energía limpia para la iluminación y la carga de dispositivos electrónicos, complementado con una batería para asegurar el suministro durante la noche o en días nublados. **Ventana de observación:** Un vidrio templado junto a la cama permite a los huéspedes observar e interactuar con aves y otros animales de la región, creando una experiencia de conexión directa con la fauna local. **Espacios para la avifauna:** Alimentadores y baños en vidrio al exterior atraen a las aves, creando un entorno ideal para la observación. La cabaña familiar cuenta con un **altillo:** Un acogedor altillo añade un espacio de tranquilidad con vistas panorámicas del bosque. **Comodidades:** Baño privado con ducha en vidrio al exterior con agua caliente, jacuzzi exterior con vista al Cañón del Combeima.

Cocina: está diseñada bajo el esquema de sanidad y cuenta con dos unidades de congelación, una de refrigeración, un horno de dos bandejas, microondas, empaquetadora al vacío, estufa de seis puestos, freidora triple y un lavaplatos conectado a una trampa grasa la cual su objetivo es captar los agentes contaminantes del recurso hídrico, separándolos y permitiendo su tratamiento biológico.

Todo lo anterior se logró gracias a la emprendedora Angelica Tatiana Leal Ríos, Administradora de negocios internacionales con especialización en desarrollo humano y bienestar social y maestría en gestión social empresarial, la cual cuenta con experiencia en el sector derivada del acompañamiento realizado a la empresa Alma Rural desde el año 2018 en la que se encargó de los procesos de sostenibilidad y comercial hacia los temas de conservación, huertas casera y enfoque ambiental del proyecto. La emprendedora cuenta con 5 años de experiencia en el sector desde el 2018 hasta mediados del 2022

en la Alma Rural y un año adicional en Alma Rural que es un emprendimiento desarrollado desde cero por la emprendedora y el cual ya cuenta con un avance y reconocimiento regional en la zona del cañón del combeima.

La emprendedora tiene además 8 años de experiencia en consultoría en fortalecimiento empresarial enfocada a modelos de negocios rurales y planeación estratégica a través de metodologías ágiles como Lego Serious Play, Coaching Empresarial, Pensamiento Visual y PNL.

Experiencia en Docencia desde el 2018 a la fecha en emprendimiento, planes de negocios, planeación estratégica y habilidades blandas gerenciales, en instituciones públicas y privadas como Universidad la Gran Colombia, Universidad del Tolima y Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN.

5 años de experiencia como Tallerista en temas de asociatividad y habilidades blandas para el sector rural, a través de metodologías didácticas que conecta el pensamiento divergente con el convergente obteniendo mayor aprendizaje en los participantes.

Emprendedora desde 2015 con la empresa de Consultoría Cambia el JuEGO quien se dedica a fortalecer el desarrollo humano de manera integral en las zonas rurales del departamento del Tolima, aportándole a la comunidad empresarial mejoras en sus procesos productivos rurales.

Es así como la emprendedora desde el año 2021 decidió emprender su proyecto personal enfocando la operación del mismo desde una base sólida en sostenibilidad, desarrollo empresarial, conservación de ecosistemas, servicio de alimentos y bebidas a la mesa y hospedaje rural.

Dentro del avance actual se está implementando una estrategias de **Turismo comunitario** como una forma de fortalecer la zona de ubicación del proyecto buscando apoyar a los actores del corregimiento de juntas. La región del Cañón del Combeima es reconocida a nivel nacional e internacional por ser uno de los atractivos turísticos del municipio de Ibagué. Por ello, se busca potenciar el turismo en la región a través de la promoción de un modelo de turismo comunitario que fomente la participación y el beneficio de las comunidades locales, promoviendo de manera sostenible y responsable la cultura, las tradiciones y los recursos naturales de manera sostenible del Cañón del Combeima.

Es así como en Alma Rural se puede acceder a diferentes servicios turísticos brindados por habitantes, comerciantes y operadores de la región que fortalecen el tejido social y comercial del corregimiento. Se prestan los siguientes servicios:

Aventura:

Senderismo: Diversas rutas invitan a descubrir la belleza natural de la región. Explorar la Quebrada La Onda con su refrescante pozo natural, adentrarse en el sendero ecológico del Bosque Comestible, o contemplar la majestuosidad de la cascada Ibanasca y el Venado son solo algunas de las opciones.

Cabalgatas: Los amantes de la equitación pueden disfrutar de cabalgatas que recorren paisajes increíbles. El mirador Los Sauces, la cascada Dulima y la quebrada El Guamal ofrecen panorámicas inolvidables.

Deportes de montaña: Para los más aventureros, Alma Rural facilita el contacto con guías expertos que acompañan en la práctica de escalada, canyoning y otras actividades que permiten desafiar los límites y disfrutar de la adrenalina.

Bienestar:

Yoga en pareja: En un entorno natural privilegiado, el yoga en pareja se convierte en una experiencia de conexión profunda con el ser interior y con la pareja. Es una práctica que fortalece el vínculo emocional y la comunicación al realizar posturas colaborativas que requieren apoyo y sincronización, creando una profunda conexión física y espiritual.

Masaje relajante: Las tensiones se disipan con un masaje relajante que invita a la paz y la tranquilidad. Una oportunidad para renovar energías y experimentar una profunda relajación.

Limpia energética: A través de la medicina ancestral, se ofrece una limpia energética que busca equilibrar y armonizar la energía vital.

Experiencias únicas:

Construye tu caja de galletas: Una actividad creativa y deliciosa que endulza la estancia en Alma Rural. Los visitantes pueden diseñar y decorar su propia caja de galletas, llevándose un recuerdo único de su experiencia.

Cata de café: Los amantes del café tienen la oportunidad de deleitarse con los sabores y aromas del café de la región, aprendiendo sobre su cultivo y proceso de producción.

Apiturismo: Una experiencia fascinante que permite adentrarse en el mundo de las abejas, conocer su importancia en el ecosistema y participar en actividades relacionadas con la apicultura y la siembra.

Talleres de tejido: La creatividad se despierta con talleres de tejido donde se aprenden técnicas como el macramé para crear hermosas piezas decorativas con materiales naturales.

Venta de artesanías de la región con alusión a diferentes especies de flora y fauna local. Es una iniciativa que celebra y preserva la identidad cultural y la biodiversidad del entorno y la región cerca a Alma Rural. Cada pieza artesanal, cuidadosamente elaborada por manos expertas, encapsula la riqueza natural y transmite historias y tradiciones que han pasado de generación en generación.

Comercial:

Alma Rural es una nueva empresa que busca posicionarse como un eje transversal para el desarrollo sostenible del sector rural de Ibagué, considero que cuenta con un modelo de negocio sólido en el que su oferta prevalece la educación ambiental como eje transversal y se basa en el mejoramiento de procesos productivos de café de alta especialidad y fruta andina exótica para procesos de mercado campesino y experiencia de kilómetro cero durante el hospedaje, siendo este, ahora, uno de los diferenciales notables sobre otro tipo de hospedaje que podamos considerar competencia ya que se encuentra en este plan de negocios un establecimiento con un objetivo claro en la sostenibilidad, conservación y el desarrollo socioeconómico, una empresa con un concepto claro diseñado para los mercados actuales.

Desde enero del 2023 se inició la venta de los servicios de restaurante y hospedaje rural, con venta mensuales promedio de 20 millones de pesos, esto debido a la ocupación de las tres cabañas disponibles todos los fines de semana desde el día viernes a domingo y lunes festivo, además de los ingresos adicionales derivados del consumo de alimentos y bebidas de los residentes en el restaurante.

En enero se dio apertura con ingresos mensuales de 5 a 10 millones de pesos mensuales, los cuales aumentaron desde el mes de abril cuando se dio apertura total al hospedaje rural y no solo al servicio de restaurante, desde ese momento se tienen los ingresos ya mencionados y se espera un crecimiento de 15% de acuerdo con la nueva infraestructura a adquirir con los recursos de Fondo Emprender.

Las ventas totales de la empresa se derivan en las siguientes líneas:

1. Hospedaje y Restaurante: Esta línea de negocio es la que aporta el mayor porcentaje a las ventas totales de la empresa, generando aproximadamente 15 millones de pesos. Alma Rural ofrece a sus huéspedes una experiencia de alojamiento en un entorno natural privilegiado, combinado con una propuesta gastronómica que se destaca por la utilización de productos frescos y orgánicos cultivados en la propia finca.

2. Actividades de Experiencia: Las actividades de aventura, bienestar y experiencias únicas representan otra fuente importante de ingresos para Alma Rural, generando alrededor de 5 millones de pesos. Esta línea incluye una variada oferta que va desde yoga y meditación en la montaña, hasta senderismo, talleres de tejido y otras experiencias que permiten a los visitantes conectar con la naturaleza y consigo mismos.

3. Despensa Agrícola: Venta de Productos Orgánicos: Alma Rural complementa sus ingresos con la venta de productos orgánicos cultivados en su propia finca. Entre los productos que se comercializan se encuentran: **Frutas:** Mora, granadilla, **Hortalizas:** Tomate Cherry, espinaca, lechuga entre otras., **Legumbres:** Frijol, habichuela, arveja, **Tubérculos:** Papa, yuca, entre otros. Además, de productos procesados de manera artesanal como: yogurt natural, queso criollo, mermeladas y salsas.

Estrategias de mercadeo y comercialización

Es importante mencionar que las estrategias de comercialización utilizadas se enfocan en el uso de las redes sociales, principalmente whatsapp e instagram para atraer a los clientes, además del voz a voz, el cual se genera por la buena experiencia que tienen los clientes durante su estadía.

Actualmente se tienen reservados todas las cabañas un 80% de los fines de semana restantes del año. Este es un comportamiento habitual de Alma Rural al estar siempre ocupados los fines de semana el hospedaje disponible.

Todo lo anterior se logra debido a la Emprendedor Angelica Tatiana Leal Rios y las habilidades blandas con las que cuenta la emprendedora, la cual tiene una sólida formación académica en el campo del Desarrollo Humano y certificaciones complementarias, en las cuales ha adquirido conocimientos y habilidades que le permiten destacar en diversas áreas. La experiencia en el campo ha reforzado aún más estas habilidades, brindándome la oportunidad de aplicarlas de manera efectiva en situaciones reales.

Una de sus fortalezas es el liderazgo, la capacidad de guiar y motivar a otros hacia el logro de metas comunes, he aprendido a identificar y aprovechar las habilidades individuales de los demás, fomentando un ambiente colaborativo y productivo.

Además, posee habilidades sólidas en el manejo de conflictos. Es capaz de abordar situaciones difíciles con calma y diplomacia, buscando soluciones equitativas y constructivas. El enfoque es promover la comunicación abierta y el entendimiento mutuo para resolver conflictos de manera satisfactoria para todas las partes involucradas.

El trabajo en equipo es otro aspecto en el que se destaca, además de entender la importancia de colaborar con otros para alcanzar objetivos comunes, está comprometida a contribuir activamente al éxito del equipo. La capacidad para escuchar, respetar las ideas de los demás y trabajar hacia un objetivo compartido es fundamental para lograr resultados positivos.

El empoderamiento individual es una perspectiva que es considerada por la emprendedora como fundamental en el desarrollo del trabajo. Cree en la importancia de ayudar a las personas a descubrir su propio potencial y desarrollar las herramientas necesarias para alcanzar sus metas. A través del coaching y la orientación, busca brindar apoyo a las personas para que tomen decisiones informadas y se conviertan en agentes activos de su propio crecimiento y desarrollo. Además, el enfoque en despertar los sentidos le permite abordar las situaciones desde una perspectiva holística. Reconociendo la importancia de estar conectado con nuestras emociones, intuiciones y experiencias sensoriales para lograr un mayor nivel de conciencia y bienestar personal.

Por último, la habilidad de la comunicación asertiva le permite expresar las ideas y opiniones de manera clara y respetuosa. Puede comunicarse eficazmente con diferentes personas y adaptar mi estilo de comunicación según las necesidades del contexto.

Legal:

La empresa se encuentra debidamente inscrita en la Cámara de Comercio de Ibagué con la matrícula mercantil No. 362461 desde el 23 de agosto de 2023. Constituida como persona natural con establecimiento de comercio, Alma Rural opera con el NIT 1110458568 y ha renovado su registro mercantil para el año 2024.

Cumplimiento normativo adicional que se requiere para prestar los servicios:

Alma Rural cumple con todas las regulaciones del sector turístico:

Registro Nacional de Turismo: Cuenta con el Registro Nacional de Turismo número 194648, que la habilita para prestar servicios turísticos de alojamiento y experiencias.

Impuesto de FONTUR: Cumple con el pago del impuesto de FONTUR (Fondo Nacional de Turismo), contribuyendo al desarrollo del sector turístico en Colombia.

Seguros: Garantiza la seguridad de sus huéspedes con seguros médicos y hoteleros, brindando tranquilidad y protección durante su estadía.

2 - Ficha técnica

8. Elabore la ficha técnica para cada uno de los productos(Bienes o servicios) que componen su portafolio :

Nombre especifico	Nombre comercial	Unidad de medida	Descripción	Condiciones especiales	Composición	Otros
Cabaña estándar	Cabaña sin jacuzzi	Noche (22 horas de servicio)	Hospedaje en cabaña de madera con cama Queen, mesa, sillas y balcón con vistas a las montañas majestuosas del Cañón del Combeima, cuenta con baño y ducha con agua caliente.	Esta unidad se recomienda para pareja, la temperatura ambiente oscila entre los 13ºC y los 20ºC y la del agua puede alcanzar un máximo de 40ºC.	servicio de hospedaje en cabaña de 24 metros cuadrados con doble pared de madera y 15% del techo en cristal (vidrio de seguridad) baño privado con ducha con sistema de calefacción de agua.	Nuestra unidad de cabaña sin tina está muy cerca a zonas comunes lo que la hace ideal para el público de edad más avanzada.
Cabaña premium	Cabaña con tina Exterior	Noche (22 horas de servicio)	Hospedaje en cabaña de madera con cama Queen, mesa, sillas y jacuzzi, baño y ducha con agua caliente.	Esta unidad se recomienda para pareja y familia máximo de 3 integrantes, la temperatura ambiente oscila entre los 13ºC y los 20ºC y la del agua puede alcanzar un máximo de 40ºC.	servicio de hospedaje en cabaña de 20 metros cuadrados con doble pared de madera, lo que ayuda a mantener el calor.	Nuestras cabañas premium cuentan con acceso por camino empedrado, con una excelente privacidad, y experiencia de estar al interior del bosque andino.
Cabañas familiares	Cabañas con habitaciones múltiples	Noche (22 horas de servicio)	Cuenta con dos habitaciones, una con cama doble y una con dos camas sencillas para familias pequeñas.	Esta unidad se recomienda para pareja y familia máximo de 3 integrantes, la temperatura ambiente oscila entre los 13ºC y los 20ºC y la del agua puede alcanzar un máximo de 40ºC	servicio de hospedaje en cabaña de 40 metros cuadrados con doble pared de madera y 40% del techo en cristal (vidrio de seguridad) baño privado con ducha con agua caliente y tina con sistema de calefacción y recirculación de agua caliente.	Nuestra cabaña familiar cuenta con un balcón y con vista al Cañón del Combeima. Con cama Queen, calefactor de ambiente, mesa, sillas y tina, jacuzzi y ducha con agua caliente.

IV. ¿Cómo desarrollo mi solución?

1 - Ingreso y condiciones comerciales

9. ¿Cómo obtendrá ingresos? Describa la estrategia de generación de ingresos para su proyecto

La manera cómo obtendrá ingresos el plan de negocios de Maga Accesorios se describe a continuación, para este fin se incluyen y describen todas las estrategias que le permitan a la empresa generar ingresos para su proyecto. Dentro de este análisis se describen las estrategias de marketing mix utilizadas en cuanto a los procesos para vender el producto, establecer precios, utilizar canales de distribución y realizar promoción comercial, que permita generar una campaña de expectativa.

Estrategias de promoción

Marketing digital: Una de las principales estrategias, ya que el objetivo de esta es fundamental a la hora de generar alcance en un mercado de experiencia natural que está en surgimiento en la región, es marketing digital ya que proporciona un buen alcance y con una estrategia programada de presencia no muy invasiva se puede permitir un mayor alcance de visibilidad. Se realizarán pautas todos los meses posteriores al inicio de las adecuaciones realizadas, se espera realizar 1 pauta mensual para un total de 4 distribuidas en todos los meses del año, para un costo anual de 1.600.000 pesos.

Marketing de influenciadores: El objetivo busca reconocer el alcance de los influenciadores locales, regionales y nacionales a la hora de querer generar un alcance más amplio en un mercado que crece día con día, es por esto por lo que cuando se habla de generar ingresos puede ser un punto fundamental para proporcionar un incremento en recursos. Se enfoca el desarrollo de estas actividades en tres sectores principales, 1. Sector salud enfocado en los temas de la buena alimentación de Alma Rural por su estrategia de Kilómetro Cero, 2. Sector Deporte, identificando todas las actividades turísticas como senderismo, caminatas en cascada y caminatas relajantes. 3. Sector públicos, se contacta a un concejal que evidencia todos los temas de campo y parte agrícola y por último en el sector de hospedaje donde se logra hacer marketing de influenciadores con personas locales. Se realizarán un total de 4 estrategias por lo menos una en cada sector, con un costo anual de 480.000 pesos, recordando que en algunos casos se realiza un canje de servicio por la implementación de la estrategia.

Promociones: El objetivo es dar promociones significativas en temporadas bajas donde se incluyen diferentes maneras de incentivar su adquisición por parte de los clientes con servicios o productos adicionales o actividades puntuales en fechas específicas. Se brindarán un total de 25 descuentos y promociones distribuidas a lo largo del año para un costo anual de 1.350.000 pesos

Seguimiento continuo de satisfacción: Para verificar el grado de satisfacción de los clientes implementaremos un seguimiento continuo a nuestros clientes, donde buscaremos tener un contacto directo con ellos y donde podremos recopilar información sobre puntos de mejora, quejas, reclamos o felicitaciones. Esto lo haremos enviando vía WhatsApp encuestas de satisfacción y buzón de peticiones, quejas y reclamos.

Estrategia comunicación tradicional

Comunicación directa personalizada: Esta estrategia implica dirigirse a los huéspedes de manera individual, usando sus nombres y recordando sus preferencias y experiencias previas para personalizar los mensajes. El contenido de la comunicación directa incluye ofertas adaptadas a sus intereses, recomendaciones personalizadas de actividades dentro Alma Rural, y mensajes de agradecimiento tras su estancia. Además, se pueden enviar felicitaciones por fechas especiales como cumpleaños o aniversarios, ofreciendo promociones exclusivas para esas ocasiones.

Aviso en el punto de venta: Se diseñará un pendón como herramienta de publicidad móvil, con el fin de promover la imagen corporativa de la empresa en los diferentes eventos empresariales. Se imprimirá un pendón con un costo de 80.000 pesos.

Tarjetas de presentación: Se distribuirán tarjetas con los datos de contacto del representante legal de la empresa a los clientes, en esta tarjeta se registrará información básica del producto y ubicación de la empresa. Se imprimirán un total de 1000 unidades, con un costo de 130.000 pesos anuales inicialmente.

Volantes informativos: El objetivo es brindar es entregar folletos de la empresa a los clientes potenciales en el cual se especifique muy bien el producto ofrecido, características, materiales y garantías. Se ubicarán imágenes fotográficas que permitan al cliente validar la calidad del producto a ofrecer. Se imprimirán un total de 1000 unidades, con un costo de 150.000 pesos anuales inicialmente.

Plan de celular: La utilización de un plan de telefonía móvil celular se adopta con el fin de mantener contacto directo y permanente con los clientes de la empresa, además como mecanismo de verificación de la satisfacción por parte de los clientes en cuanto a la calidad del producto y de los servicios ofrecidos. Se tendrá el plan de celular por todo el año con un costo mensual de 30.000 pesos para un total de 360.000 pesos en el año.

Seguimiento a clientes: Se plantea una estrategia de comunicación con los clientes constante, principalmente usando las siguientes herramientas: redes sociales, Mailyng o mensajes postales, comunicación directa o personalizada y chats implementados desde la página web y en cualquiera de los canales de atención de Alma Rural.

Estrategias de comunicación digital

Alma Rural busca crear una estrategia integral y consistente acorde a los clientes potenciales, logrando un posicionamiento que genere ingresos para la empresa, además de poder realizar una socialización del proceso de compra de manera visual. Identificando las siguientes estrategias:

Creación de la página web: Se creará una website denominado www.almarural.com con una plantilla Premium que genere un valor agregado en su diseño, esta página tendrá sesiones como el inicio, nosotros, productos, actividades de interés, opciones de realizar reservas de hospedaje y contactos. De igual manera tendrá un contador para el manejo de estadísticas que permitan conocer su comportamiento en internet, además de una pasarela de pago para acceder a los servicios. Sobre la página web se tendrá enlace directo con las redes sociales.

Marketing digital: Dar a conocer por medio de diferentes estrategias de marketing, los servicios ofertados por la empresa en la región: **Facebook e instagram:** Con el fin de seguir ganando seguidores y fortalecer esta red se buscará generar contenidos de tres clases: se realizarán publicaciones a la semana de lunes a viernes, imágenes digitales y actualizaciones para contenido de la red social, interacción constante con seguidores y una publicidad mensual. Se plantea incluir en las dos estrategias recetas culinarias, adecuación de huerta casera, contenido de fauna y flora local para generar nuevos hábitos y comportamientos en nuestros seguidores.

Mailing o mensajes postales: Se busca implementar una estrategia que permita a la empresa mantenerse en contacto con sus clientes potenciales y actuales, informarlos y fomentar la lealtad. En el caso de los correos electrónicos (mailing), la herramienta implica el uso de plataformas de email marketing que facilitan el diseño, la automatización y el envío de correos masivos con contenido personalizado, incluyendo imágenes, promocionales, boletines informativos y actualizaciones relevantes sobre Alma Rural. Para reforzar la comunicación y con previa autorización por parte del clientes se realizará envío de materiales físicos como tarjetas, folletos o invitaciones que pueden reforzar la relación con el cliente al ofrecer un toque personal y tangible. Ambas formas de comunicación buscan atraer, retener y comprometer a los clientes, destacando las experiencias únicas que Alma Rural ofrece y motivándolos a realizar reservas o mantenerse informados sobre novedades y eventos especiales.

Estrategia de precio

Precios de penetración: Ofrecer precios iniciales bajos para introducir nuevos servicios en el mercado y captar la atención de los clientes rápidamente. Esta estrategia puede ayudar a generar una base de clientes leales y establecer la marca como una opción asequible y accesible. La cantidad dependerá de la penetración de cada producto y los costos asociados serán costeados de los ingresos iniciales de la empresa, plantea en un primer análisis reducir el margen de ganancia de los productos.

Precios Basados en el Valor: Establecer precios que reflejen el valor percibido por los clientes. Alma Rural puede aumentar sus precios en algún momento debido a las características únicas de la experiencia en el hospedaje rural, como lo son la buena ubicación, la calidad del servicio, las comodidades y la autenticidad de la experiencia, al ofrecer actividades diferenciadoras como senderismo, caminatas, fogata, pozo natural, yoga, comida kilómetro cero, entre otros que brindan experiencias adicionales que solucionan algunas de las necesidades de los clientes. Finalmente, esta estrategia se acompañará con encuestas para entender cuánto están dispuestos a pagar los clientes por diferentes aspectos de su estancia.

Precios Dinámicos: Se implementará un sistema de precios dinámicos que se ajuste a las tarifas en función de la demanda, la temporada y la disponibilidad. Durante las temporadas altas, como vacaciones o festivales, se busca incrementar las tarifas, mientras que en temporadas bajas se logra ofrecer descuentos para atraer más visitantes. Igualmente, se puede ajustar el precio de acuerdo al comportamiento de la competencia y el mercado de la zona, actualmente Alma Rural es uno de los hospedajes rurales que ofrece este servicios a un costo bajo en comparación con los precios de la zona.

Paquetes Promocionales: Se ofrecen paquetes que incluyen hospedaje, actividades y servicios adicionales, como las ya mencionadas (fogata, caminata, senderismo y pozo natural, entre otros). Estos paquetes pueden presentar un ahorro significativo en comparación con la compra de cada servicio por separado, lo que puede atraer a grupos o familias.

Estrategia de producto

Actividades y experiencias: Se desarrollan una variedad de actividades y experiencias que permitan a los clientes explorar y disfrutar del entorno rural. Esto incluye caminatas guiadas, fogatas, clases de cocina con ingredientes locales y de la finca de Alma Rural, degustaciones de productos regionales, experiencia de cultivar los cultivos regionales de manera natural, entre otros.

Experiencias Locales y Culturales: Incorporar actividades y servicios que permitan a los huéspedes conectarse con la cultura y el entorno local. Ejemplos incluyen caminatas guiadas por la naturaleza, paseos a caballo, tours por comunidades locales, talleres de artesanía local, o visitas a granjas y plantaciones. Estas experiencias hacen que la estancia sea más enriquecedora y alineada con el turismo rural, oferta que en su gran mayoría se puede prestar directamente en la finca de Alma Rural, pero que se complementa con la estrategia de turismo comunitario que busca fortalecer el turismo local y apoyar a los prestadores de servicios locales.

Enfoque en la Sostenibilidad: Integrar prácticas ecológicas y sostenibles en el diseño y la gestión del hospedaje (restaurante con productos kilómetro Cero, cultivos orgánicos en la finca, entre otros). Esto incluye el uso de materiales ecológicos en la construcción y decoración de las instalaciones (cabañas a base de madera), la gestión eficiente de recursos como el agua y la energía, la implementación de energía renovable (como, paneles solares para el uso en las cabañas), y el reciclaje. Promover este enfoque atrae a turistas conscientes del medio ambiente que son un nicho dispuesto a acceder a este tipo de servicios sin tener en cuenta tanto el precio.

Proceso de seguimiento a las estrategias de comercialización

Se plantea el siguiente esquema de seguimiento de las estrategias para generación de ingresos:

Recopilar datos: Esta fase implica la recopilación meticulosa de datos relevantes sobre el desempeño de las estrategias de comercialización. Esto abarca el monitoreo de métricas clave como el volumen de reservas, la tasa de conversión de campañas promocionales, la interacción en redes sociales, el tráfico en la página web, y las respuestas a campañas de Mailyng. La recopilación de datos puede realizarse mediante herramientas que faciliten la captura de datos en tiempo real, ayudando a identificar patrones y tendencias.

Analizar y evaluar el desempeño: Una vez que se han recopilado los datos, se deben analizar regularmente para evaluar la efectividad de las estrategias de comercialización. Este análisis debe enfocarse en identificar qué tácticas están funcionando bien y cuáles necesitan ajustes. Por ejemplo, si ciertas promociones generan más reservas o si el contenido visual en redes sociales está impulsando la participación y las reservas. La evaluación permite realizar la comparación con objetivos previamente definidos, además del uso de informes para visualizar y entender el rendimiento de cada estrategia.

Solicitar retroalimentación de los clientes: La recopilación de comentarios directos de los clientes es crucial para comprender cómo se perciben los servicios de Alma Rural y las estrategias de comercialización empleadas. Esta retroalimentación se puede obtener a través de encuestas post-visita, cuestionarios en línea, o correos electrónicos solicitando opiniones. La información obtenida puede proporcionar insights valiosos sobre la experiencia del cliente, la efectividad de las campañas promocionales y aspectos que podrían mejorarse para maximizar la satisfacción y la fidelidad.

Revisar y ajustar estrategias: La etapa final del proceso implica revisar y ajustar las estrategias de comercialización basándose en los datos y la retroalimentación obtenida. Esto podría significar modificar la frecuencia y el contenido de las campañas de marketing digital y Mailyng, cambiar el enfoque de las promociones, mejorar las imágenes y descripciones en la web, o incluso adaptar la oferta de servicios según las preferencias de los clientes. Este proceso se realizará de forma trimestral para asegurar que las estrategias sigan siendo relevantes y efectivas, y que Alma Rural se mantenga competitivo en el mercado.

10. Describa las condiciones comerciales que aplican para el portafolio de sus productos:

Cliente	Volúmenes y Frecuencia	Características Compra	Sitio de Compra	Forma de Pago	Precio	Requisitos Post-Venta	Garantías	Margen de Comercialización
Extranjeros	De 2 a 3 noches cada 4 meses.	Servicio de calidad, con una buena localización y a un precio accesible.	De manera presencial, por medios virtuales como las redes sociales.	Contado	$ 360,000.00	Espacios cómodos y en los cuales se sienta seguridad y tranquilidad.	Garantía por calidad: está relacionada con la calidad esperada del producto y si al momento de su uso manifiesta algún tipo de insatisfacción o malestar. Poseemos políticas de devolución y/o reembolso del dinero por mal servicio.	No aplica
Familias pequeñas	De 2 a 3 noches cada 2 semanas.	Servicio de calidad, con una buena localización y a un precio accesible.	De manera presencial, por medios virtuales como las redes sociales.	Contado	$ 360,000.00	Espacios cómodos y en los cuales se sienta seguridad y tranquilidad.	Garantía por calidad: está relacionada con la calidad esperada del producto y si al momento de su uso manifiesta algún tipo de insatisfacción o malestar. Poseemos políticas de devolución y/o reembolso del dinero por mal servicio.	No aplica
Parejas	De 1 a 3 noches todos los fines de semana.	Servicio de calidad, con una buena localización y	De manera presencial, por medios virtuales como es la página	Contado	$ 360,000.00	Espacios cómodos y en los cuales se sienta	Garantía por calidad: está relacionada con la calidad esperada del	No aplica

		a un precio accesible.	web y las redes sociales.			seguridad y tranquilidad.	producto y si al momento de su uso manifiesta algún tipo de insatisfacción o malestar. Poseemos políticas de devolución y/o reembolso del dinero por mal servicio.	

Consumidor

¿Dónde Compra?

Segmentos de parejas, extranjeros y familias pequeñas

Los consumidores compran principalmente en los siguientes canales:

El principal canal que utilizarían los clientes para realizar sus compras serían los virtuales como lo son las redes sociales, principalmente Instagram y WhatsApp, con una participación del 90% del total de compras o clientes que realizan reservaciones por este medio.

El 5% restante los clientes utilizan la llamada telefónica como medio para la reservación de los servicios de hospedaje, esto se produce principalmente con las parejas, los cuales en algunas ocasiones prefieren hablar directamente con la persona.

El 5% restante se realiza directamente en el lugar de Alma Rural, debido a que en algunas ocasiones se presta el servicio de restaurante al público, lo que permite un pequeño porcentaje de reservas.

Para Alma Rural esto demuestra una gran oportunidad ya que los clientes acceden a los servicios por los canales más utilizados por la empresa principalmente las redes sociales concretamente Instagram y WhatsApp, en los cuales se presta atención personalizada para brindarle la mejor experiencia al cliente.

Una de las oportunidades identificadas por Alma Rural es un canal directo, ya que puede verse como la principal estrategia de diferenciación, puesto radica en acortar el canal de distribución a través de la venta directa al cliente. En ese sentido, cualquier cliente que tenga algún interés se le expresa la

Por otro lado, uno de los canales a explotar por parte de la empresa, es la página web ya que es fundamental lograr cerrar ventas por el mismo, además de mantener un contacto con el cliente consumidor, para cumplir con la promesa de valor de la empresa y generar una retroalimentación inmediata.

Por lo dicho anteriormente, La estrategia de distribución se compagina con las estrategias de comercialización y prestación del servicio, con la que se busca incursionar en el mercado de los clientes consumidores parejas, familias pequeñas y extranjeros.

Es importante aclarar que todos los segmentos de cliente utilizan los mismos canales de compra para acceder al servicio de hospedaje rural, principalmente debido al rango de edad y en el caso de adultos se realizan por llamada telefónica, es así como tanto para las parejas, las familias y los extranjeros se utilizan los canales digitales principalmente.

Derivado del análisis del comportamiento de compra de los clientes se identifican las siguientes estrategias de comercialización que se plantean desde el proyecto de Alma Rural.

Estrategias de distribución: La estrategia de distribución estará enfocada en que los clientes conozcan de manera efectiva los servicios y las propuestas de valor ofrecidas por Alma Rural. Debido a que se ofrecen servicios no será necesario una estrategia fuerte de distribución, pero si se hace necesario lograr que los clientes accedan a la ubicación de la finca de manera efectiva y segura, la cual está ubicada en el kilómetro 16 vía a Juntas en el cañón del Combeima con acceso por vía totalmente pavimentada y a tan solo treinta minutos desde el centro de Ibagué. En ese sentido los canales de distribución y comunicación utilizados por la empresa son:

Redes sociales: Se busca generar reconocimiento de la calidad del servicio prestado y poder lograr una penetración en el mercado para aumentar primero el conocimiento de la marca por parte de los segmentos de mercado identificados. También implementar las estrategias ya definidas en este mismo punto.

Lugar de operaciones: Se busca que los clientes conozcan el punto de localización donde se prestan los servicios ya que es una de las fortalezas grandes de Alma Rural, es fundamental para los clientes contar con seguridad a la hora de recibir este tipo de servicios para sus mascotas.

Llamada telefónica: Se reciben clientes por este medio ya que se programan y reservan los servicios por el mismo, en este punto se aclara que se cuenta con el pago de un plan de celular que permita contar con una comunicación en todo momento con el cliente.

¿Qué características se exigen para la compra (Ej: calidades, presentación - empaque)?

Para Alma Rural, nos esforzamos por brindar un servicio de excelencia en cada aspecto. Nuestro compromiso con la calidad se refleja en cada detalle, desde la selección de productos hasta la atención personalizada que ofrecemos a nuestros clientes.

La seguridad es una prioridad para nosotros. Trabajamos con estándares rigurosos para garantizar la trazabilidad e inocuidad de nuestros productos. Desde el origen hasta la entrega final, nos aseguramos de que cada paso del proceso cumpla con los más altos estándares de seguridad alimentaria.

La sanidad es fundamental en nuestra filosofía. Trabajamos en estrecha colaboración con productores y proveedores que comparten nuestros valores y respetan las buenas prácticas agrícolas y ganaderas. Nos aseguramos de que todos los productos que ofrecemos cumplan con los requisitos sanitarios y

estén libres de cualquier contaminante o sustancia nociva.

El bienestar es una parte integral de nuestro enfoque. Nos preocupamos por el bienestar de nuestros clientes, pero también por el bienestar de los animales y el medio ambiente. Promovemos prácticas sostenibles y éticas en toda nuestra cadena de suministro, asegurando que nuestros productos sean producidos de manera responsable y respetuosa con el medio ambiente.

En Alma Rural, nos esforzamos por superar las expectativas de nuestros clientes en términos de calidad, seguridad, sanidad y bienestar. Nuestro objetivo es ofrecer una experiencia única y satisfactoria, respaldada por valores sólidos y un compromiso inquebrantable con la excelencia en cada aspecto de nuestro servicio.

Cliente parejas

Una de las características más importante para este segmento es que se pueda brindar una experiencia única para las parejas, con una alta calidad en cuanto al servicio y a la infraestructura. Para ellos el servicio se debe distinguir por la calidad en cada aspecto, desde la atención personalizada hasta la comodidad de nuestras acomodaciones.

Quieren que el equipo de personas que los atienda esté comprometido en ofrecer una atención de primera clase, asegurándose de que cada detalle esté cuidado para hacer de su estancia una experiencia inolvidable. Las parejas buscan crear un ambiente acogedor y romántico, donde puedan relajarse y disfrutar de momentos especiales juntos.

La seguridad en la infraestructura es una prioridad para las parejas, por lo que en Alma Rural nos aseguramos de que nuestras instalaciones cumplan con los más altos estándares de seguridad, brindando tranquilidad a las parejas durante su estancia. Además, nos preocupamos por la sanidad y limpieza de nuestras cabañas. Cada una de ellas es cuidadosamente mantenida y desinfectada para garantizar un ambiente saludable y confortable.

También valoramos la privacidad de nuestras parejas. Nos esforzamos por crear espacios íntimos y privados, donde puedan disfrutar de su tiempo juntos sin interrupciones.

En Alma Rural, nos dedicamos a crear experiencias memorables para las parejas, ofreciendo calidad en la atención, acomodación y trato del personal. Garantizamos seguridad en la infraestructura, sanidad y limpieza de las cabañas, así como la privacidad que las parejas desean. Nuestro objetivo es hacer que su visita sea inolvidable y llena de momentos románticos y especiales.

Cliente familias pequeñas

Las familias buscan una experiencia inolvidable, quieren que los servicios se caracterizan por ofrecer calidad en todos los aspectos, desde nuestras instalaciones hasta los productos y servicios que proporcionamos, especialmente el de restaurante.

Para las familias lo más importante es la seguridad por esta razón ofrecemos un hospedaje que cumpla con las condiciones en cuanto a la infraestructura, espacio disponible y condiciones de sanidad. Finalmente, las familias esperan contar con espacios de esparcimiento para conectar con la naturaleza y lograr que sus hijos puedan utilizar diferentes espacios recreativos como la zona de hamacas y el trampolín para niños.

En Alma Rural, nos esforzamos por crear un ambiente acogedor y seguro para las familias, donde puedan disfrutar de momentos especiales juntos, desconectarse y disfrutar de la naturaleza y vivir experiencias únicas. Nuestro objetivo es brindarles una estancia memorable llena de calidad, seguridad, sanidad y bienestar.

Cliente Extranjeros

En Alma Rural, nos enorgullece recibir a visitantes extranjeros y ofrecerles una experiencia excepcional. Nuestro servicio se destaca por la calidad en la atención, brindando un trato amable y personalizado para que se sientan bienvenidos y atendidos en todo momento.

Acompañamos la estadía de nuestros huéspedes con guías expertos en vegetación y avistamiento de aves, para que puedan explorar y disfrutar al máximo de la belleza natural que nos rodea. Nuestros guías están capacitados para proporcionar información detallada y enriquecedora sobre la flora y fauna local. Esto debido a que un alto porcentaje de los extranjeros viene al país a reconocer la fauna y la flora, más en esta región la cual se caracteriza por tener una gran variedad de aves.

Los extranjeros están interesados en tener una buena conectividad, ya que muchos de ellos trabajan de manera virtual y requieren en algunos momentos poder reunirse de manera virtual y enviar información. Por otro lado, muchos utilizan ebird (plataforma de reconocimiento de aves) para llevar el registro de avistamiento.

Por otro lado, las cabañas en Alma Rural están diseñadas pensando en la comodidad y privacidad de nuestros huéspedes extranjeros. Cada una de ellas ofrece un ambiente acogedor y tranquilo, donde podrán descansar y relajarse después de un día de aventuras.

En Alma Rural, nos tomamos muy en serio la sanidad y la limpieza. Nuestras cabañas, alimentos y bebidas son sometidos a rigurosos estándares de higiene para garantizar la salud y bienestar de nuestros huéspedes.

Nos complace recibir a los visitantes extranjeros en Alma Rural, ofreciendo calidad en la atención, guías expertos, cabañas cómodas y privadas, seguridad en la infraestructura, senderos seguros para caminar en las noches, y una estricta sanidad y limpieza en todas nuestras instalaciones. Nuestro objetivo es que su experiencia sea inolvidable, llena de descubrimientos y momentos de tranquilidad en medio de la naturaleza.

¿Cuál es la frecuencia de compra?

Cliente Parejas

De acuerdo con el análisis de la encuesta se logró descubrir que, en promedio, las parejas realizan compras en las zonas rurales aproximadamente una vez al mes. Sin embargo, es importante tener en cuenta que esta frecuencia puede variar dependiendo de factores como la temporada del año y los eventos locales. Según nuestra encuesta el 50% de las parejas adquiere el servicio cada 4 meses y el 30% restante

Además, el análisis nos permite identificar los productos o servicios más populares entre las parejas en estas áreas. Por ejemplo, podemos encontrar que los productos agrícolas frescos y locales, así como las experiencias turísticas relacionadas con la naturaleza, son los más demandados por este segmento.

Estos datos actualizados nos brindan la oportunidad de adaptar nuestras estrategias comerciales y promocionales de manera precisa para satisfacer las necesidades específicas de las parejas. Podemos desarrollar ofertas especiales o paquetes personalizados que se ajusten a sus preferencias y maximicen su experiencia en las zonas rurales.

Además, el análisis de frecuencia de compra nos permite identificar patrones estacionales o eventos específicos que pueden influir en el comportamiento de consumo de las parejas. Por ejemplo, podemos observar un aumento en la frecuencia de compra durante los fines de semana largos o durante festividades locales.

En resumen, el análisis de frecuencia de compra de parejas en las zonas rurales nos proporciona datos precisos y actualizados para comprender su comportamiento de consumo y tomar decisiones estratégicas. Estos datos nos permiten adaptar nuestras estrategias comerciales, identificar oportunidades de crecimiento y mejorar la experiencia del cliente para las parejas que visitan las zonas rurales.

Cliente Familias pequeñas

Cliente Extranjeros

De acuerdo con la experiencia de la emprendedora y la encuesta realizada los extranjeros adquieren este tipo de servicio constantemente ya que se les denomina nómadas virtuales y realizan su trabajo desde cualquier parte del mundo. Buscan hospedaje en zonas rurales con buena conectividad y se puede confirmar que en promedio adquieren el servicio de hospedaje rural una vez a la semana.

Es importante aclarar que para Alma Rural concretamente se tiene un frecuencia de cada 4 meses debido a la gran variedad de opciones que se tiene en otras regiones. Asimismo, el análisis puede revelar qué los productos o servicios que obtienen más frecuentemente los extranjeros son los alimentos y artesanías locales, siendo una opción viable contar con este tipo de productos en Alma Rural para prestar el mejor servicio a este segmento de clientes.

En resumen, el análisis de frecuencia de compra de extranjeros en las zonas rurales nos proporciona datos valiosos para comprender el comportamiento de consumo de este segmento y tomar decisiones estratégicas. Estos datos nos permiten adaptar nuestras estrategias comerciales, identificar oportunidades de crecimiento y mejorar la experiencia del cliente.

Precio

A la hora de determinar el precio de venta de los servicios de hospedaje en Alma Rural, se identificaron varios factores entre los que estaban el estudio de los precios del mercado en la zona que tenga disponibilidad de servicios con similares características. Se analizaron los costos unitarios derivados de la prestación del servicio de hospedaje incluyendo gastos adicionales relacionados con el mantenimiento.

Finalmente, y debido a que es un servicio el margen de utilidad es alto debido a que los costos administrativos son mayores a los costos unitarios del producto, por lo que se tuvo en cuenta más el precio definido por la competencia y el mercado de la región. En este sentido se definieron precios que permitan generar una sostenibilidad real acorde a los costos unitarios y gastos administrativos y de ventas.

Es así cómo se llegó a unos precios de los servicios prestados de la siguiente manera:

Cabañas Estándar sin jacuzzi: 260.000

Cabañas Premium con jacuzzi: 320.000

Cabaña Familiar con jacuzzi: 450.000

De esta manera estos valores representan el valor objetivo del servicio de hospedaje sin tener en cuenta costos extra que serían causados por experiencia agregadas a la hora de disfrutar de Alma Rural.

2 - Proyección

11. Realice la proyección de cantidades y precios de venta (mensual). Justifique los resultados y señala la forma de pago:

Listado de productos

Nombre de Producto	Unidad de medida	Forma de pago	Justificacion	Iva
Cabaña estándar	Noche (22 horas de servicio)	Contado	Servicios de calidad	0
Cabaña premium	Noche (22 horas de servicio)	Contado	Servicio de calidad	0
Cabañas familiares	Noche (22 horas de servicio)	Contado	Servicio de calidad	0

Ingresos por ventas

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cabaña estándar	$ 41,180,000	$ 49,798,800	$ 55,473,984	$ 66,122,196	$ 79,302,942
Cabaña premium	$ 39,780,000	$ 49,204,800	$ 55,124,064	$ 64,673,602	$ 75,860,824
Cabañas familiares	$ 36,900,000	$ 45,684,000	$ 51,963,120	$ 60,655,090	$ 69,793,080
Total	**$ 117,860,000**	**$ 144,687,600**	**$ 162,561,168**	**$ 191,450,888**	**$ 224,956,846**
Iva	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

Total mas Iva	**$ 117,860,000**	**$ 144,687,600**	**$ 162,561,168**	**$ 191,450,888**	**$ 224,956,846**

3 - Normatividad y condiciones técnicas

12. Describa la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido anteriormente: Identificación de la norma, procesos, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad.

Normatividad empresarial (constitución empresa):

La empresa Alma Rural será constituida ante la Cámara de Comercio de Ibagué como una persona jurídica bajo los parámetros estipulados en la Ley 1258 de diciembre 5 de 2008 por medio de la cual se normaliza la Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), las principales razones para seleccionar este tipo de sociedad fueron:

Constituida mediante documento privado

A término indefinido

Podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Facilidad de constitución y reducción de formalidades

Es una sociedad de capital cuya naturaleza es siempre comercial.

El objeto social es indefinido y podrá realizar cualquier actividad lícita en Colombia y el extranjero.

No es obligatoria la revisoría fiscal, ni la junta directiva

Su estructura es ágil, con menos costos, con la responsabilidad clara

Elimina límites sobre distribución de utilidades

La duración de la sociedad es indefinida.

Capital suscrito y pagado: $1.000.000 dividido en 10 acciones ordinarias de valor nominal de $100.000 cada una.

El trámite de constitución de la empresa será: 10 días

El propietario y representante legal de la empresa Alma Rural será la emprendedora Angelica Tatiana Leal Ríos.

Nota: Los costos se encuentran en el archivo de Excel Base financiera Hoja Nómina, Hoja Costos Administrativos. No obstante, es importante mencionar que los trámites de constitución (certificado de existencia y representación legal, Rut, resolución de facturación, cuenta bancaria y medios magnéticos) se realizan una vez la entidad operadora de fondo emprender envía el contrato de cooperación y los respectivos anexos, aproximadamente tres o cuatro meses antes de la puesta en marcha de la empresa. En cuanto a los costos para la formalización de la empresa ante la cámara de comercio, serán asumidos por el emprendedor, quien realizará el aporte de este trámite de acuerdo con los términos de referencia de la convocatoria. Adicionalmente, el RUT, la resolución de facturación y los medios magnéticos se sacan gratuitamente en la DIAN.

Actualmente el emprendedor no tiene la empresa registrada, opera su unidad de negocio con RUT.

Registro Mercantil: Es una instancia legal que deben efectuar todas las personas naturales, sociedades comerciales y civiles, establecimientos de comercio, sucursales o agencias, sucursales de sociedades extranjeras y empresas asociativas de trabajo, que ejerzan actividades comerciales.

La empresa se registrará mediante documento privado ante la Cámara de Comercio de Ibagué.

Para formalizar la empresa se requieren los siguientes documentos (cédula, copia del último pago de servicios públicos, llevar No de registro catastral, predial, consulta previa de viabilidad verificación nombre del establecimiento, diligenciar formulario). Posterior a la formalización, la Cámara de Comercio entrega el certificado de existencia y representación legal y el Pe-Rut los cuales se deben llevar para solicitar la cuenta bancaria de ahorros de la empresa.

Normatividad tributaria:

La Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), exige obtener el número de identificación tributaria (NIT), el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales.

Pasos que seguir:

Con el certificado de existencia y representación expedido en la Cámara de Comercio y un recibo público del inmueble, se solicita ante la DIAN:

El formulario del registro único tributario RUT

Solicitud y asignación de NIT

Solicitud de la resolución de autorización de facturación

Firma digital

Declaración de renta Art. 591 del Estatuto Tributario

Agente de Retención en la fuente a título de renta Art. 605

Firma digital del representante legal y contador para presentación de declaraciones.

Declaración del Impuesto del consumo sobre las ventas Art.601 ET

Información Exógena

Información exógena: esta deberá ser presentada a la DIAN anualmente. Consiste en informar acerca de las transacciones realizadas por la empresa en el año inmediatamente anterior.

Renovación del registro mercantil: De conformidad con el artículo 33 del Código de Comercio, es obligación de los comerciantes renovar su matrícula anualmente e informar a la correspondiente cámara de comercio la pérdida de su calidad de comerciante, así como las demás mutaciones referentes a su actividad comercial a fin de que se tome nota de ello en el registro correspondiente.

Impuesto de Industria y comercio: Este es un impuesto municipal que se debe pagar mediante la declaración de Industria y Comercio anualmente, el cual se liquida con base en los ingresos obtenidos en el año inmediatamente anterior.

Luego de la modificación que el art.4 de la ley 1111 de dic. de 2006 le hiciera al art.115 del ET, todos los contribuyentes del impuesto sobre la renta tienen derecho a deducir en sus declaraciones de renta de los años 2007 y siguientes el 100% del valor que durante el año fiscal hayan pagado efectivamente, tanto por concepto del “impuesto de industria y comercio” como por concepto de su “impuesto complementario de avisos y tableros”.

Obligaciones laborales: Afiliación a las empresas promotoras de Salud y al Fondo de Pensiones elegidos por el trabajador y a la ARP elegida por el empleador.

Parafiscales: Pago correspondiente de SENA, Bienestar Familiar, Caja de Compensación Familiar al talento Humano contratado directamente por la empresa.

Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos):

NTS TS 002: Esta norma específica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para los establecimientos de alojamiento y hospedaje, definidos por dos niveles, así: Nivel básico de sostenibilidad y Nivel alto de sostenibilidad. Promoviendo la adopción de un enfoque basado en normas de producto, para permitirle al establecimiento de alojamiento y hospedaje que demuestre, de manera permanente, que cumple con los requisitos establecidos. Actualmente cumplimos con los requerimientos de esta norma.

Uso de suelos: El concepto de uso del suelo es un dictamen escrito por medio del cual el curador urbano o la Secretaría municipal de Planeación, informa al interesado sobre el uso o usos permitidos en un predio o edificación, teniendo en cuenta las normas urbanísticas adoptadas para orientar y administrar el desarrollo físico espacial del territorio y la utilización del suelo, definida como el Plan de Ordenamiento Territorial. Cumplimos con el uso de suelo para conservación, producción agropecuaria de bajo impacto y establecimiento de ecoturismo.

Registro Nacional de Turismo - RNT: El Registro Nacional de Turismo, es el catálogo público de prestadores de servicios turísticos en el país, el cual constituye el mecanismo por el que el Ejecutivo Federal, los Estados, Municipios y el Distrito Federal, podrán contar con información sobre los prestadores de servicios turísticos a nivel nacional. Actualmente tenemos actualización del Registro número 16456 como hospedaje rural.

Contribución parafiscal para la promoción del turismo: La Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo, es un gravamen de carácter obligatorio, creado con el fin de fortalecer la promoción y la competitividad del turismo. La Contribución únicamente afecta al sector económico vinculado con la actividad turística, expresamente señalado en el artículo 3 de la Ley 1101 de 2006 y los recursos obtenidos de dicha contribución, se invierten exclusivamente en beneficio del mismo sector. Los recursos recaudados se destinan a la ejecución de proyectos de infraestructura, competitividad, promoción y mercadeo con el fin de incrementar el turismo interno y receptivo, de acuerdo con la Política de Turismo que establezca el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Implementación de la NTSH 012 del 2014: Esta norma técnica sectorial es aplicable a todos los establecimientos de alojamiento y hospedaje clasificados como recintos de campamento o camping, por lo que se tendrá en cuenta para la implementación del Alma Rural. Además de algunas recomendaciones especiales que aplican para este tipo de alojamiento descritas en las Normas técnicas NTSH-007-008-013.

Política de Privacidad: En cumplimiento de la ley 1581 de 2012, Alma Rural se hará responsable del tratamiento de datos personales, estableciendo los instrumentos y controles expeditos, para hacer efectiva la garantía constitucional de protección a la intimidad personal y familiar de todos los turistas que reciba, en cuanto al tratamiento adecuado de la información que suministren.

Normatividad laboral:

Para realizar un proceso de reclutamiento de personal idóneo para la empresa, se realizará el siguiente proceso:

Consecución: Teniendo en cuenta las necesidades de personal identificadas para la ejecución del proyecto se definen los perfiles de los puestos de trabajo

Reclutamiento: Teniendo en cuenta que es un proyecto nuevo para implementar se realizará un proceso de reclutamiento externo. La convocatoria se realizará por medio de internet en los portales que operan como agencias de empleo y por la agencia pública de Empleo del SENA, teniendo en cuenta que es de reconocimiento nacional y tendría un impacto positivo en la consecución de personal, es de acceso gratuito para la comunidad y apoyan el proceso de selección de personal por medio de capacitaciones en la presentación adecuada de hojas de vida y entrevistas.

Selección: El proceso de selección a realizar será:

Recepción de hojas de vida: Estas serán entregadas por los candidatos postulados a través del proceso de reclutamiento, donde cada uno de estos documentos debe venir acompañada por el certificado emitido por el SENA.

Preselección: Teniendo en cuenta el perfil de cada puesto de trabajo se realizará una comparación de lo solicitado contra lo ofertado por los candidatos, con el fin de seleccionar las hojas de vida que más se ajusten al perfil solicitado.

Entrevista: el emprendedor realizará la entrevista a las personas seleccionadas.

Selección: Se escogerá el candidato que cumpla con las expectativas de acuerdo con el perfil de los puestos de trabajo.

Este proceso será aplicado para todo el personal que requiere la empresa excepto el emprendedor, por su participación como gestor del proyecto.

4. Contratación: La contratación del personal se realizará así:

Contrato a término fijo por nómina: el cual tiene fecha de terminación establecida. El empleado goza de todas las prestaciones sociales establecidas por la ley y tiene beneficios adicionales como la opción de vinculación a cooperativas empresariales y ayudas especiales de acuerdo con cada empresa; con posibilidad de optar por créditos y préstamos entre otros. Las personas contratadas bajo esta modalidad serán el gerente (emprendedor) y operarios.

Para el contador la empresa maneja un contrato civil por prestación de servicios profesionales (honorarios), este tipo de contrato se celebra de manera bilateral entre una empresa y una persona (natural o jurídica) especializada en alguna labor específica. La remuneración se acuerda entre las partes y no genera relación laboral ni obliga a la organización a pagar prestaciones sociales. La duración es igualmente en común acuerdo dependiendo del trabajo a realizar.

5. Inducción: La persona encargada de realizar el proceso de inducción será el gerente de la empresa. Esta inducción será general y específica.

Decreto 1828 de 2013 y a la ley 1607 de 2012: Por las cuales se exonera del pago de las cotizaciones al Sistema General de Seguridad Social en Salud a las sociedades y personas jurídicas y asimiladas contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y complementarios y sujetos pasivos del impuesto sobre la renta para la equidad – CREE, y a las personas naturales empleadoras de al menos dos (2) trabajadores, por sus empleados que devenguen, individualmente considerados, menos de diez (10) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Decreto 1072 de 2015: La empresa Alma Rural realizará el manual de seguridad industrial de acuerdo con el decreto 1072 de 2015, el cual manifiesta que a partir del 1 de junio de 2017 las empresas deben cumplir con este requisito. En las proyecciones financieras en el año 1 en gastos administrativos se realiza el cálculo por valor de $1.500.000 y en los años posteriores se realiza el cálculo de la actualización.

En el libro 2, parte 2, título 4 del capítulo 6, se manifiesta:

Artículo 2.2.4.6.5. Política de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST). El empleador o contratante debe establecer por escrito una política de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) que debe ser parte de las políticas de gestión de la empresa, con alcance sobre todos sus centros de trabajo y todos sus trabajadores, independiente de su forma de contratación o vinculación, incluyendo los contratistas y subcontratistas. Esta política debe ser comunicada al Comité Paritario o Vigía de Seguridad y Salud en el Trabajo según corresponda de conformidad con la normatividad vigente.

Normatividad ambiental:

En Colombia, la normativa ambiental es amplia y busca regular las actividades humanas para proteger el medio ambiente y promover el desarrollo sostenible. Para un emprendedor, es fundamental conocer y cumplir con esta normativa para evitar sanciones y contribuir a la conservación del entorno.

Normativa general: Constitución Política de Colombia: Establece el derecho a un ambiente sano y la obligación del Estado y los ciudadanos de proteger los recursos naturales. **Ley 99 de 1993:** Crea el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y establece los principios de la política ambiental colombiana. **Decreto 1076 de 2015:** Compila la normativa ambiental colombiana, incluyendo temas como la gestión de residuos, el manejo de aguas residuales, la protección de la biodiversidad y la prevención de la contaminación.

Normativa específica para el turismo: Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo): Establece los principios para el desarrollo sostenible del turismo en Colombia. **Norma Técnica Sectorial NTS-TS 002 de Turismo Sostenible:** Define los requisitos para la sostenibilidad en la prestación de servicios turísticos, incluyendo la gestión ambiental, sociocultural y económica. **Resolución 044 de 2017 del Ministerio de Ambiente:** Regula las Reservas Naturales de la Sociedad Civil (RNSC), como la Rivera, donde se encuentra Alma Rural. Esta resolución establece requisitos para la conservación de los recursos naturales y el desarrollo de actividades sostenibles en estas áreas.

Alma Rural se encuentra implementando **un sistema de gestión ambiental:** donde se establece un plan de manejo ambiental que incluye medidas para la gestión de residuos, el manejo de aguas residuales, la protección de la biodiversidad, la gestión de la energía y la prevención de la contaminación.

Plan de Manejo Ambiental

Eje Ambiental

Manejo de residuos: Alma Rural implementa un plan de manejo de residuos sólidos y líquidos que incluye la separación de residuos de alimentos, generados en la cocina y desperdicios de comida del restaurante, el reciclaje y la disposición final adecuada. Se busca minimizar la generación de residuos y promover su aprovechamiento. **Impacto positivo:** Reducción de la contaminación del suelo y del agua, promoción de la cultura del reciclaje.

Recolección de aguas residuales: Las aguas residuales provenientes de las cabañas y la cocina se recolectan en un sistema de tuberías que las conduce hacia los pozos sépticos. **Tratamiento en el pozo séptico:** Dentro del pozo séptico, se lleva a cabo un proceso de tratamiento biológico en tres etapas: **Sedimentación:** Las aguas residuales ingresan al pozo séptico, donde los sólidos más pesados se sedimentan en el fondo, formando una capa de lodos. **Digestión anaerobia:** Las bacterias anaerobias presentes en el pozo séptico descomponen la materia orgánica presente en las aguas residuales, transformándola en subproductos menos contaminantes. **Clarificación:** El agua clarificada, libre de la mayor parte de la materia orgánica y los sólidos, se descarga a un campo de infiltración o a un sistema de filtración adicional para su posterior depuración. **Disposición final:** El agua tratada se infiltra en el suelo, donde se completa el proceso de depuración natural. **Impacto positivo:** El sistema de tratamiento de aguas residuales de Alma Rural contribuye a la conservación del medio ambiente y a la promoción de la salud pública, al tiempo que se integra de forma sostenible al entorno natural.

Protección de la biodiversidad: Alma Rural se compromete con la protección de la flora y fauna local, implementando medidas para la observación de fauna silvestre de forma responsable, evitando perturbar a los animales y su hábitat natural. Se fomenta el uso de binoculares y telescopios para la

observación a distancia, y se establecen senderos que minimizan el impacto en las zonas de mayor diversidad biológica. **Impacto Positivo:** Se protegen los ecosistemas locales, garantizando su funcionamiento y los servicios ambientales que brinda.

Gestión de la energía: Se está diseñando un plan para la instalación de paneles solares en los puntos de mayor consumo energético, con el objetivo de utilizar energía limpia y renovable. **Impacto:** Reducción de la huella de carbono, promoción del uso de energías renovables.

Consumo responsable: Alma Rural prioriza la compra de productos con mayor vida útil, reutilizables y reciclables, con el objetivo de reducir la generación de residuos y promover la economía circular. **Impacto:** Disminución de la generación de residuos, apoyo a la producción sostenible.

Eje sociocultural:

Impulso al turismo comunitario: uso de plataformas digitales como Instagram y Facebook para difundir la oferta de actividades complementarias que ofrece la comunidad de Juntas. De esta manera, se promueve el turismo comunitario, se diversifican las opciones para los visitantes y se generan ingresos directos para los habitantes de la zona. **Impacto:** generación de ingresos: Se crean nuevas fuentes de ingreso para la comunidad local, impulsando la economía familiar y el desarrollo de emprendimientos locales.

Gastronomía con identidad: Se promueve la cultura culinaria de la región a través de platos elaborados con productos de kilómetro cero, adquiridos directamente de los productores locales. Esta iniciativa no solo deleita el paladar de los visitantes, sino que también apoya la economía campesina y fortalece la identidad cultural de la zona. **Impacto:** Promoción de la cultura local: Se rescatan y valoran las tradiciones culinarias de la región, promoviendo la identidad cultural y la diversidad gastronómica.

Eje económico:

Formación para el futuro: Alma Rural abre sus puertas a jóvenes estudiantes de Juntas, brindándoles la oportunidad de realizar pasantías en diferentes áreas del proyecto. Esta iniciativa promueve la formación de talento local en turismo sostenible y genera oportunidades laborales para las futuras generaciones. **Impacto:** Formación en turismo sostenible: Los jóvenes adquieren conocimientos y experiencia en la gestión de proyectos turísticos sostenibles, lo que les permite desarrollar habilidades y competencias para el futuro. **Generación de oportunidades laborales:** Se facilita la inserción laboral de los jóvenes en el sector turístico local, contribuyendo al desarrollo económico y social de la comunidad.

Se reconoce la importancia de implementar estrategias de mitigación para minimizar su impacto ambiental y promover la sostenibilidad en todas sus operaciones. Estas estrategias se enfocan en la capacitación del personal, el monitoreo del desempeño ambiental y la promoción de prácticas responsables en todas las áreas del negocio.

Capacitación del personal: El personal de Alma Rural es un elemento clave para la implementación exitosa del sistema de gestión ambiental. Para ello, se implementan programas de capacitación que incluyen: **Conocimiento de la normativa ambiental:** Se capacita al personal sobre la normativa ambiental vigente, tanto a nivel nacional como local, haciendo énfasis en las leyes, decretos y resoluciones que aplican a la operación de Alma Rural. **Manejo de residuos:** Se instruye al personal sobre el correcto manejo de los residuos, incluyendo la separación en la fuente, el reciclaje y la disposición final adecuada. **Uso eficiente del agua y la energía:** Se promueve la conciencia sobre el uso responsable del agua y la energía, capacitando al personal en prácticas de ahorro y en el uso eficiente de los recursos. **Protección de la biodiversidad:** Se sensibiliza al personal sobre la importancia de la biodiversidad y se le capacita en la identificación y protección de especies de flora y fauna local. **Atención al cliente con enfoque sostenible:** Se capacita al personal para que pueda brindar información a los huéspedes sobre las prácticas sostenibles implementadas en Alma Rural y promover un turismo responsable.

Monitoreo y evaluación del desempeño ambiental: Para asegurar el cumplimiento de la normativa ambiental y la mejora continua del sistema de gestión, Alma Rural implementa un programa de monitoreo y evaluación que incluye: **Indicadores de desempeño:** Se establecen indicadores clave para medir el desempeño ambiental en diferentes áreas, como el consumo de agua, la generación de residuos, el consumo de energía y las emisiones de CO_2. **Registros y análisis de datos:** Se llevan registros detallados del consumo de recursos, la generación de residuos y otros aspectos ambientales. Estos datos se analizan periódicamente para identificar tendencias y oportunidades de mejora. **Auditorías ambientales:** Se realizan auditorías ambientales internas y externas para verificar el cumplimiento de la normativa y evaluar la efectividad del sistema de gestión ambiental. **Informes de sostenibilidad:** Se elaboran informes de sostenibilidad que comunican el desempeño ambiental de Alma Rural a sus grupos de interés (huéspedes, comunidad local, autoridades, etc.).

Promoción de la sostenibilidad: Alma Rural integra la sostenibilidad en todas las áreas de su negocio, adoptando prácticas responsables con el medio ambiente y la comunidad: **Comunicación transparente:** Se comunica de forma transparente a los huéspedes las prácticas sostenibles implementadas en Alma Rural, promoviendo su participación y concienciación.

Registro de marca – Propiedad intelectual:

El registro de marca es un procedimiento a través del cual un empresario obtiene el derecho exclusivo a usar un signo (expresión o logo) para identificar sus productos o servicios, con el fin de diferenciarse de sus competidores.

Proceso del trámite:

Presentar una solicitud formal de registro de marca indicando cuál es la marca, para qué productos o servicios y pagar la tasa oficial establecida. Tras su publicación en la Gaceta Oficial, se dan 30 días hábiles para que se presenten las oposiciones a ese registro.

Se verifica que la marca que se pretende registrar no tenga ningún impedimento de registro. Esto es una consulta de antecedentes marcarios para establecer si existen o no marcas semejantes o idénticas registradas o en trámite. Este proceso de registro requiere un tiempo mínimo de 6 meses.

Alma Rural realizará el registro de su marca, ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

Alma Rural: Es una marca que evoca la conexión profunda con la naturaleza, la sabiduría ancestral y el bienestar integral. Su esencia se define a través de los siguientes elementos:

Nombre: "Alma Rural" una experiencia que conecta con lo más profundo del ser humano en un entorno natural y rura**l. Transmite tranquilidad, autenticidad y una vuelta a las raíces.**

Identidad visual: Colores: Tonos verdes oscuros y claros, marrones que evoquen la naturaleza, combinados con colores cálidos que transmiten tranquilidad y armonía. **Imágenes:** Fotografía que muestra la belleza del entorno natural real, las cabañas integradas al paisaje y las actividades que se ofrecen. **Tipografía:** tipografía sencilla y elegante que transmite la autenticidad y la sofisticación de la marca.

Propuesta de valor de la marca: Experiencias transformadoras: Alma Rural ofrece experiencias que van más allá del descanso y el disfrute. Sus actividades, como el yoga al aire libre, las ceremonias ancestrales, el senderismo consciente y los talleres de tejido, buscan nutrir el cuerpo, la mente y el espíritu. **Sostenibilidad:** El compromiso con la sostenibilidad se refleja en todos los aspectos de Alma Rural, desde la construcción de las cabañas con materiales ecológicos y sistemas de energía solar, hasta la promoción del consumo responsable y el apoyo a la comunidad local. **Conexión con la naturaleza:** Alma Rural ofrece un espacio para reconectar con la naturaleza en su estado más puro. Las cabañas se integran al entorno natural, los senderos invitan a la exploración y las actividades se desarrollan al aire libre, permitiendo a los huéspedes sumergirse en la belleza del paisaje y disfrutar de la tranquilidad del bosque. **Sabiduría ancestral:** Alma Rural rescata y valora la sabiduría ancestral a través de sus actividades y experiencias. Se promueven prácticas tradicionales como la medicina natural, la agricultura sostenible y las ceremonias ancestrales, conectando a los visitantes con las raíces culturales de la región.

13. Describa las condiciones técnicas más importantes que se requieren para la operación del negocio.

Construcción Liviana y sostenible: Cada unidad de hospedaje contará con una plataforma en tubo metálico estructural elevada lo que permite así, no generar impacto sobre el terreno donde se desarrollará el unidad, sobre esta estructura se hará un tendido de tablilla de diez centímetros de ancha, 2.5 centímetros de alta y dos metros de larga traslapada para evitar las corrientes de aire frío.

Aislamiento térmico: Sobre la estructura metálica se instala un entarimado de tablillas de madera (10 cm de ancho x 2.5 cm de alto x 2 metros de largo) traslapadas para optimizar el aislamiento térmico y proteger del frío.

Cabaña: Cada unidad contará con una estructura en tubo metálico forrada en doble pared de madera, frente de cristal y techo en material asfáltico de una caída para garantizar la impermeabilización del lugar, cuenta con 30 metros cuadrados de área y jacuzzi con agua caliente.

Baño: cada unidad contará con una unidad de baño privado y ducha con agua caliente, la cual será alimentada por el sistema general de captación de agua de la Alma Rural permitiendo así el acceso al recurso hídrico.

Calefacción de agua: contará con un calentador de agua a gas alimentado con pipeta de gas, para permitir la disponibilidad del recurso 24/7 para nuestros huéspedes llevando el líquido a una temperatura de 40 grados Celsius, perfecta para el ambiente de la finca.

Energía Solar: cada unidad contará con tres luminarias solares alimentadas por un panel de 100 watts y una batería de 12 voltios para permitir el suministro constante de energía e iluminación.

Sistema de captación de agua: El hospedaje de Alma Rural cuenta con un sistema de captación de agua de nacimiento el cual llega a un tanque de captación y luego pasa al desarenador los cuales garantizan el suministro del recurso hídrico a las unidades de hospedaje y al restaurante, lugar donde el agua pasa por un sistema de filtros de ozono y carbón activado los cuales garantizan la potabilización del recurso, finalmente para nuestros huéspedes contamos con una máquina potabilizadora de agua marca waterlogic WL7 la cual está certificada contra covid, purificando no solo este sino cualquier tipo de virus o bacteria presente en el líquido.

Sistema de aguas residuales: nuestro hotel cuenta con un sistema de recolección de aguas residuales el cual capta de manera general la materia orgánica que producen las descargas de los servicios sanitarios de las diferentes unidades de la empresa, llevándolos a un depósito donde son tratadas biológicamente con microorganismos eficientes los cuales se encargan de eliminar materias peligrosas como la helicobacter y de reducir el nivel de sólidos, evitando así la contaminación del agua, la cual finalmente pasa por un sistema de filtrado natural hasta su retorno al cauce.

Restaurante: La capacidad es para 40 personas, cuenta con 40 sillas de hierro y tejidas a mano con cordón tubular pvc flexible en color negro y beige, tres carpas de estructura ligera, dos con capacidad para 20 personas y una con capacidad de 10 personas para un total de 50 clientes; están construidas con materiales importados y ensambladas con tecnología de electro sellado, son carpas translúcidas al 30% lo que brinda una experiencia de tranquilidad y serenidad a través de la refracción lumínica que ofrecen, es soportada por troncos de madera inmunizada para darle un aspecto rústico pero elegante a su vez generar durabilidad en la estructura y dar una sensación de calidez.

Cocina: está diseñada bajo el esquema de sanidad y cuenta con dos unidades de congelación, una de refrigeración, un horno de dos bandejas, microondas, empaquetadora al vacío, estufa de seis puestos, freidora triple y un lavaplatos conectado a una trampa grasa la cual tiene como objetivo es captar los agentes contaminantes del recurso hídrico, separándolos y permitiendo su tratamiento biológico.

4 - Requerimientos

14. Defina los requerimientos en: Infraestructura - adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos

14.1. ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI / NO, justificación) **SI**

El lugar de ejecución ya ha sido identificado por la emprendedora. El lugar de operaciones definido cumple con las condiciones necesarias para poder ejecutar el proyecto. Está ubicado en el kilómetro 16 vía Juntas Cañón del Combeima, corregimiento número 7, municipio de Ibagué - Tolima. Este predio se encuentra bajo contrato de arrendamiento a nombre de la emprendedora (Angélica Tatiana Lean Ríos) desde el año 2023.

Este predio cuenta con las características geográficas ideales para el desarrollo del proyecto, está inmerso en el bosque andino de la entrada sur al parque nacional natural los nevados, desde el cual se tiene vista al Cañon del rio Combeima, lo que lo hace ideal para el desarrollo de una empresa del sector turismo, además operamos todos los fines de semana del año, lo que garantiza un servicio para los turistas potenciales de la región. Alma Rural se encuentra en la puerta de acceso a la zona protectora regional alto Combeima, una de las zonas de conservación más importantes para el Tolima, además, el corregimiento de Juntas está certificado actualmente como destino sostenible bajo la norma técnica sectorial de turismo sostenible 001 lo que

potencializa a los lugares que operamos dentro de este polígono, somos área de interés para la conservación de aves, contando con el liderazgo de Colombia en diversidad de especies de aves, esto, es un valor agregado muy importante para el desarrollo de turismo de naturaleza dentro de las proyecciones de la empresa.

El proyecto cuenta con las siguientes áreas de:

1. Área de lavado y secado

2. Área de unidades de hospedaje

3. Área de recepción y bebidas

4. Área de comidas / restaurante

5. Área de esparcimiento

6. Zona de hamacas

7. Zona de Fogatas

8. Zona infantil

9. Área de parqueadero

14.2. Identifique los requerimientos de inversión

1. Infraestructura - Adecuaciones

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Adecuaciones requeridas para el proceso técnico de prestación del servicio	Adecuación e instalación de una Jacuzzi en cabaña estándar. Adecuación de la estructura de soporte y mejoras a la cabaña familiar de 40 metros cuadrados con Jacuzzi son adecuaciones técnicas requeridas para prestar el servicio en el hospedaje rural.	Fondo Emprender	1	$ 48,000,000.00
Total:				**$ 48,000,000.00**

2. Maquinaria y Equipo

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Calentadores de agua	Calentadores de agua	Fondo Emprender	1	$ 1,500,000.00
Jacuzzi	Jacuzzi para cabaña premium	Fondo Emprender	1	$ 6,000,000.00
Carpas Kioscos	Carpas Kioscos	Aporte Emprendedores	2	$ 2,500,000.00
Sistema paneles solares	Sistema paneles solares: instalación paneles solares en las 4 cabañas actuales.	Fondo Emprender	1	$ 4,200,000.00
Total:				**$ 16,700,000.00**

3. Equipo de Comunicación y Computación

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Computadora portátil	Computadora portátil	Aporte Emprendedores	1	$ 1,500,000.00
Celular Apple	Celular Apple	Aporte Emprendedores	1	$ 2,500,000.00
Total:				**$ 4,000,000.00**

4. Muebles y Enseres y Otros

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Camas King completas	Camas King completas	Fondo Emprender	1	$ 2,500,000.00
Tapetes	Tapetes	Fondo Emprender	6	$ 200,000.00
Kit Sala Exterior	Kit Sala Exterior	Fondo Emprender	1	$ 500,000.00
Camas sencillas	Camas sencillas	Fondo Emprender	2	$ 1,500,000.00
Kit de sabanas y tendido Camas King completas	Kit de sabanas y tendido Camas King completas	Fondo Emprender	1	$ 1,000,000.00
Kit de sabanas y tendido cama sencilla	Kit de sabanas y tendido cama sencilla	Fondo Emprender	2	$ 800,000.00
Closet modular abierto en madera	Closet modular abierto en madera	Fondo Emprender	1	$ 200,000.00
Muebles centro Cabañas estándar	Muebles centro Cabañas estándar	Aporte Emprendedores	3	$ 500,000.00
Camas King completas aportadas	Camas King completas aportadas	Aporte Emprendedores	3	$ 1,000,000.00
Sofá cama	Sofá cama	Fondo Emprender	1	$ 750,000.00

Total:				**$ 15,250,000.00**

5. Otros (incluído herrramientas)

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
No hay registros para mostrar				

6. Gastos Preoperativos

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Gastos Notariales	Gastos Notariales	Aporte Emprendedores	1	$ 698,900.00
Gastos de Constitución	Gastos de Constitución	Aporte Emprendedores	1	$ 50,000.00
Arrendamientos	Arrendamientos	Fondo Emprender	2	$ 2,300,000.00
Nómina Operario 1	Nómina Operario 1	Fondo Emprender	4	$ 1,975,890.00
Nómina Gerente Emprendedor	Nómina Gerente Emprendedor	Fondo Emprender	3	$ 1,975,890.00
Honorarios Contador	Honorarios Contador	Fondo Emprender	5	$ 500,000.00
Sistema de seguridad y salud en el trabajo	Sistema de seguridad y salud en el trabajo	Fondo Emprender	1	$ 1,800,000.00
Publicidad y Mercadeo	Publicidad y Mercadeo	Fondo Emprender	1	$ 5,590,000.00
Total:				**$ 29,070,130.00**

5 - Producción

14.3. Detalle las condiciones técnicas de infraestructura: áreas requeridas y distribución de espacios. (Anexar mapa y /o plano)

El lugar de ejecución ya ha sido identificado por la emprendedora. El lugar de operaciones definido cumple con las condiciones necesarias para poder ejecutar el proyecto. Está ubicado en el kilómetro 16 vía Juntas Cañón del Combeima, corregimiento número 7, municipio de Ibagué - Tolima. Este predio se encuentra bajo contrato de arrendamiento a nombre de la emprendedora (Angélica Tatiana Lean Ríos) desde el año 2023.

Este predio cuenta con las características geográficas ideales para el desarrollo del proyecto, está inmerso en el bosque andino de la entrada sur al parque nacional natural los nevados, desde el cual se tiene vista al Cañón del Río Combeima, lo que lo hace ideal para el desarrollo de una empresa del sector turismo, además operamos todos los fines de semana del año, lo que garantiza un servicio para los turistas potenciales de la región. Alma Rural se encuentra en la puerta de acceso a la zona protectora regional alto Combeima, una de las zonas de conservación más importantes para el Tolima, además, el corregimiento de Juntas está certificado actualmente como destino sostenible bajo la norma técnica sectorial de turismo sostenible 001 lo que potencializa a los lugares que operamos dentro de este polígono, somos área de interés para la conservación de aves, contando con el liderazgo de Colombia en diversidad de especies de aves, esto, es un valor agregado muy importante para el desarrollo de turismo de naturaleza dentro de las proyecciones de la empresa.

El proyecto cuenta con las siguientes áreas de:

1. Área de lavado y secado: Contamos con un área de 50 metros cuadrados para lavado y secado de ropas de camas de nuestro hospedaje rural, en esta área encontramos una lavadora secadora y un lugar para extender las prendas, además de un lugar para el almacenamiento de estas que garantiza la asepsia e higiene al momento de utilizarlas.

2. Área de unidades de hospedaje: cuenta con cuatro cabañas independientes, perfectas para parejas o familias de hasta cuatro personas. Cada cabaña ha sido cuidadosamente diseñada para ofrecer: **Privacidad y tranquilidad:** Las cabañas se ubican a una distancia mínima de cuarenta a cincuenta metros entre sí, lo que garantiza la privacidad y la tranquilidad de cada huésped. **Arquitectura sostenible:** Construidas sobre plataformas elevadas y con estructuras livianas, las cabañas minimizan el impacto ambiental y se integran armoniosamente al paisaje. **Confort interior:** Cada cabaña cuenta con: Calefacción para asegurar una temperatura agradable, baño privado con todas las comodidades, jacuzzi con agua caliente para un momento de relax. **Cabaña familiar:** para las familias que buscan un espacio más amplio y privado, Alma Rural ofrece una cabaña familiar ubicada a cierta distancia de las cabañas para parejas. Esta cabaña cuenta con: Capacidad para 4 personas: Un espacio acogedor y confortable para toda la familia. Jacuzzi y agua.

3. Área de recepción y bebidas: Es un área de 6 metros cuadrados la cual cuenta con tres sillas de bar con una barra en tablones de madera y un sistema de preparación de bebidas con un lavaplatos, nevera y refrigerador y un organizador para guardar pocillos y loza utilizada en la preparación de bebidas. Se tiene un cajón para que los trabajadores guarden maletas. Cuenta con un kiosco en madera de doble tablón con una plataforma en tubo metálico estructural elevada lo que permite así, no generar impacto sobre el terreno donde está ubicado.

4. Área de comidas/restaurante: La capacidad es para 40 personas, cuenta con 40 sillas de hierro y tejidas a mano con cordón tubular PVC flexible en color negro y beige, tres carpas de estructura ligera, dos con capacidad para 20 personas y una con capacidad de 10 personas para un total de 50 clientes; están construidas con materiales importados y ensambladas con tecnología de electro sellado, son carpas translúcidas al 30% lo que brinda una experiencia de tranquilidad y serenidad a través de la refracción lumínica que ofrecen, es soportada por troncos de madera inmunizada para darle un aspecto rústico pero elegante a su vez generar durabilidad en la estructura y dar una sensación de calidez.

Además, cuenta con una cocina diseñada bajo el esquema de sanidad que tiene dos unidades de congelación, una de refrigeración, un horno de dos bandejas, microondas, empaquetadora al vacío, estufa de seis puestos, freidora triple y un lavaplatos conectado a una trampa grasa la cual tiene como objetivo es captar los agentes contaminantes del recurso hídrico, separándolos y permitiendo su tratamiento biológico.

5. Área de esparcimiento: Cerca de cuatro kilómetros distribuidos en un sendero ecológico y de interpretación ambiental, que además en su trayecto cuentan con los mensajes alusivos al medio ambiente con un guía que interpreta la vegetación del territorio, teniendo contacto con frutas y vegetales silvestres como frambuesa, mora, tomate Cherry, entre otros. Sendero de baja complejidad donde observan la huerta orgánica principal y se explica qué vegetales tienen y cómo se implementan sus productos en el restaurante. El sendero está señalizado y cuerdas guía fijadas a palos de material reciclado, lo que le da seguridad a los clientes que lo realizan. Dentro del sendero se cuenta con un espacio adecuado para realizar yoga y avistamiento de aves, el cual

es circular y está inmerso en el bosque lo que permite una mayor conexión con la naturaleza. También tiene una zona de descanso con 4 sillas en donde se les entrega una bebida refrescante.

6. Zona de hamacas: Se cuentan con 3 hamacas movibles para que puedan ser utilizadas por los clientes en cualquier área de Alma Rural. Son tejidas a mano y compradas a artesanos locales, con base en hierro para fácil uso y cambio de lugar.

7. Zona de Fogatas: son 3 fogatas movibles construidas en material reciclable, concretamente con rin de carro y una estructura metálica de base, las cuales se pueden transformar en un asador si el cliente así lo requiere.

8. Zona infantil: La cual cuenta con un área de juego de arena que es un cajón con arena para que jueguen los niños. Tiene un sanitario grande que permite la entrada tanto a niños como adultos, la base es una estructura metálica y tiene capacidad para aproximadamente 5 niños.

9. Área de parqueadero: Contamos con una zona de parqueadero para huéspedes con sistema de vigilancia por cámara con capacidad para veinte (20) vehículos. Con un área aproximada de 80 metros cuadrados.

14.4. ¿Para la adquisición de algún activo, se tiene contemplado realizar importación? (SI / NO, justificación) **NO**

No aplica para este proyecto, ya que no requiere proceso de importación.

14.4.1. Detalle los activos, países proveedores y tiempos estimados:

No aplica para este proyecto, ya que no requiere proceso de importación.

14.4.2. En caso de presentarse incremento en el valor del activo por factores como: tasa de cambio, reformas tributarias, etc. ¿Cómo financiará éste mayor valor?

No aplica para este proyecto, ya que no requiere proceso de importación.

15. ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

1. Cabaña estándar - Noche (22 horas de servicio)

A continuación, se presenta el flujograma de procesos, se describe la actividad, además de identificar el responsable y el tiempo promedio de cada actividad.

Actividad 1 - Comunicación de cliente: Bienvenida e Información de los servicios.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: En este caso se realiza el ingreso por medio del WhatsApp, Instagram o Presencial, a través del dispositivo móvil.

Actividad 2 - Atención: Verificar disponibilidad de la reserva y generar la reserva.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción con manejo de calendario en google, que permite tener la trazabilidad de la prerreserva o la reserva.

Actividad 3 – Check in: Atención de ingreso del huésped

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción.

Actividad 3 – Traslado del huésped: Asistencia y acompañamiento del huésped al Hospedaje.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: cualquier tipo de cabaña seleccionada que seleccione el cliente.

Actividad 4 – Atención y servicios especiales: Asistencia y acompañamiento de huésped servicios extra de atención.

Responsable: Personal de mantenimiento y Personal de apoyo

Equipo utilizado: Cualquier tipo de cabañas seleccionada por el huésped en este caso también se usa el espacio de la cocina para cualquier servicio adicional.

Actividad 5 – Verificación: Acompañamiento y verificación del hospedaje a la salida del huésped Responsable: Personal de mantenimiento y Personal de apoyo

Equipo utilizado: Cabañas, cualquier hospedaje que seleccione el cliente.

Actividad 6 – Desarrollo de actividades adicionales: Se acompañará al cliente en el desarrollo de las actividades adicionales como lo son las caminatas y las fogatas siempre estando atento a sus necesidades.

Responsable: Personal de mantenimiento y Personal de apoyo

Equipo utilizado: Se utilizarán las 10 hectáreas disponibles para la prestación del servicio.

Actividad 7 – Cierre del servicio: Facturación por uso de los servicios de la cabaña, y adiciones de consumo por el huésped.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción.

Actividad 8 – Fin del servicio: Atención de salida

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción.

Actividad 9 - Evaluación del Servicio, persona encargada: Gerente y Mayordomo, elementos utilizados, Libro de registro PQRS

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción.

Actividad 10 – Limpieza y aseo del hospedaje: Se realiza la preparación de la prestación del siguiente servicio.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Cabañas o cualquier hospedaje que seleccione el cliente.

La duración total del servicio es de 22 horas.

2. Cabaña premium - Noche (22 horas de servicio)

A continuación, se presenta el flujograma de procesos, se describe la actividad, además de identificar el responsable y el tiempo promedio de cada actividad.

Actividad 1 - Comunicación de cliente: Bienvenida e Información de los servicios.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: En este caso se realiza el ingreso por medio del WhatsApp, Instagram o Presencial, a través del dispositivo móvil.

Actividad 2 - Atención: Verificar disponibilidad de la reserva y generar la reserva.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción con manejo de calendario en google, que permite tener la trazabilidad de la prerreserva o la reserva.

Actividad 3 – Check in: Atención de ingreso del huésped

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción.

Actividad 3 – Traslado del huésped: Asistencia y acompañamiento del huésped al Hospedaje.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: cualquier tipo de cabaña seleccionada que seleccione el cliente.

Actividad 4 – Atención y servicios especiales: Asistencia y acompañamiento de huésped servicios extra de atención.

Responsable: Personal de mantenimiento y Personal de apoyo

Equipo utilizado: Cualquier tipo de cabañas seleccionada por el huésped en este caso también se usa el espacio de la cocina para cualquier servicio adicional.

Actividad 5 – Verificación: Acompañamiento y verificación del hospedaje a la salida del huésped Responsable: Personal de mantenimiento y Personal de apoyo

Equipo utilizado: Cabañas, cualquier hospedaje que seleccione el cliente.

Actividad 6 – Desarrollo de actividades adicionales: Se acompañará al cliente en el desarrollo de las actividades adicionales como lo son las caminatas y las fogatas siempre estando atento a sus necesidades.

Responsable: Personal de mantenimiento y Personal de apoyo

Equipo utilizado: Se utilizarán las 10 hectáreas disponibles para la prestación del servicio.

Actividad 7 – Cierre del servicio: Facturación por uso de los servicios de la cabaña, y adiciones de consumo por el huésped.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción.

Actividad 8 – Fin del servicio: Atención de salida

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción.

Actividad 9 - Evaluación del Servicio, persona encargada: Gerente y Mayordomo, elementos utilizados, Libro de registro PQRS

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción.

Actividad 10 – Limpieza y aseo del hospedaje: Se realiza la preparación de la prestación del siguiente servicio.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Cabañas o cualquier hospedaje que seleccione el cliente.

La duración total del servicio es de 22 horas.

3. Cabañas familiares - Noche (22 horas de servicio)

A continuación, se presenta el flujograma de procesos, se describe la actividad, además de identificar el responsable y el tiempo promedio de cada actividad.

Actividad 1 - Comunicación de cliente: Bienvenida e Información de los servicios.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: En este caso se realiza el ingreso por medio del WhatsApp, Instagram o Presencial, a través del dispositivo móvil.

Actividad 2 - Atención: Verificar disponibilidad de la reserva y generar la reserva.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción con manejo de calendario en google, que permite tener la trazabilidad de la prerreserva o la reserva.

Actividad 3 – Check in: Atención de ingreso del huésped

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción.

Actividad 3 – Traslado del huésped: Asistencia y acompañamiento del huésped al Hospedaje.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: cualquier tipo de cabaña seleccionada que seleccione el cliente.

Actividad 4 – Atención y servicios especiales: Asistencia y acompañamiento de huésped servicios extra de atención.

Responsable: Personal de mantenimiento y Personal de apoyo

Equipo utilizado: Cualquier tipo de cabañas seleccionada por el huésped en este caso también se usa el espacio de la cocina para cualquier servicio adicional.

Actividad 5 – Verificación: Acompañamiento y verificación del hospedaje a la salida del huésped Responsable: Personal de mantenimiento y Personal de apoyo

Equipo utilizado: Cabañas, cualquier hospedaje que seleccione el cliente.

Actividad 6 – Desarrollo de actividades adicionales: Se acompañará al cliente en el desarrollo de las actividades adicionales como lo son las caminatas y las fogatas siempre estando atento a sus necesidades.

Responsable: Personal de mantenimiento y Personal de apoyo

Equipo utilizado: Se utilizarán las 10 hectáreas disponibles para la prestación del servicio.

Actividad 7 – Cierre del servicio: Facturación por uso de los servicios de la cabaña, y adiciones de consumo por el huésped.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción.

Actividad 8 – Fin del servicio: Atención de salida

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción.

Actividad 9 - Evaluación del Servicio, persona encargada: Gerente y Mayordomo, elementos utilizados, Libro de registro PQRS

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Espacio de recepción.

Actividad 10 – Limpieza y aseo del hospedaje: Se realiza la preparación de la prestación del siguiente servicio.

Responsable: Personal de apoyo

Equipo utilizado: Cabañas o cualquier hospedaje que seleccione el cliente.

La duración total del servicio es de 22 horas.

6 - Productividad y equipo de trabajo

16. ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa? (cantidad de bien o servicio por unidad de tiempo)

Proyección de ventas

Alma Rural realizó la proyección de ventas basada en la experiencia del emprendedor y el comportamiento del mercado. Se realizó el siguiente análisis enfocado en el mercado potencial de la empresa:

Primer año: Se realizó un estudio de estacionalidad de acuerdo con el historial de ventas del año 2019, 2020 y 2021, teniendo en cuenta que el año 2020 fue atípico debido a la pandemia. Partiendo de esto se definieron los meses con mayores ventas, ventas intermedias y menores ventas logrando conocer el número de noches vendidas en el primer año. Se pudo identificar que las ventas anuales promedio durante los años ya mencionados fueron de aproximadamente 445 noches partiendo de ese dato se realizó la distribución de acuerdo con el estudio de estacionalidad y el porcentaje de aporte a las ventas o mix de ventas por cada servicio.

Año 2 en adelante: Del segundo año en adelante se estimó un crecimiento en las ventas correspondiente a 5% por año. Esto debido a que algunos riesgos identificados pueden frenar el crecimiento de las ventas de la empresa.

En conclusión, se espera poder lograr las siguientes ventas de cada uno de los servicios en los 5 años:

Cabaña premium (Jacuzzi)

Año 1: 117 noches.

Año 2: 134 noches**.**

Año 3: 139 noches**.**

Año 4: 151 noches**.**

Año 5: 164 noches**.**

Cabañas Estándar

Año 1: 142 noches**.**

Año 2: 159 noches**.**

Año 3: 164 noches**.**

Año 4: 181 noches**.**

Año 5: 201 noches**.**

Cabaña Familiar

Año 1: 82 noches.

Año 2: 94 noches.

Año 3: 99 noches.

Año 4: 107 noches.

Año 5: 114 noches.

Capacidad de producción

De acuerdo, con la naturaleza del alojamiento rural, la capacidad productiva de la empresa está determinada por la infraestructura instalada de esta y la disponibilidad de los medios de producción necesarios para poder operar o prestar un servicio sin contratiempos. Para Alma Rural la capacidad está determinada por la siguiente infraestructura:

2 unidades de cabañas sencillas con vista al Cañón del Combeima, baño privado y ducha con agua caliente.

1 unidad de cabaña premium con vista al Cañón del Combeima, tina, baño privado y ducha con agua caliente.

1 unidad de cabaña familiar o acomodación múltiple con vista al Cañón del Combeima, jacuzzi, baño privado y ducha con agua caliente.

Con esta infraestructura, Alma Rural tendría inicialmente la capacidad de alojar a más de quinientas personas al año. Las cabañas se caracterizan por ser amplias y cómodas, de tipo premium, y están disponibles 22 horas diarias. Esto permite una capacidad instalada promedio de 576 noches al año, sujeta a disponibilidad de reservas. La capacidad fue calculada con base en ocupación constante de jueves a domingo, considerando 3 noches por semana, 4 semanas al mes, durante 12 meses, lo que da un total de 144 noches por cada una de las 4 cabañas, sumando 576 noches anuales en total. A futuro, esta capacidad podría ampliarse mediante reinversión en infraestructura según la demanda de reservas.

Año 1: 59,2%

Año 2: 67,2%

Año 3: 69,8%

Año 4: 76,2%

Año 5: 83,2%

Estrategia de seguimiento y documentación del análisis de la capacidad de producción de mano de obra y maquinaria

El seguimiento de la capacidad de producción del proyecto Alma Rural es crucial para asegurar que se pueda cumplir con la demanda del mercado de manera eficiente y rentable. Para tal fin se propone incluir dentro del mismo varios componentes clave dentro de su análisis, lo que incluye la recolección de datos, documentación y en el caso de ser requerido la toma de decisiones. A continuación, se presenta la propuesta de seguimiento:

Establecimiento de Objetivos y Metas: Para el adecuado surgimiento se propone definir dos objetivos principales, 1. Asegurar la capacidad adecuada para satisfacer la demanda del mercado y 2. Optimizar el uso de recursos para maximizar la eficiencia y la rentabilidad. Además de identificar las siguientes metas específicas: 1. Mejora continua en los procesos de prestación de servicios y 2. Aumento de la misma conforme a la demanda. Todo lo anterior teniendo en cuenta el análisis de la capacidad y la proyección de ventas propuestas para los primeros 5 años del proyecto.

Recolección de Datos: Se propone utilizar algunos indicadores del desempeño de la producción constantemente. 1. Identificar constantemente la capacidad de prestación de servicios de acuerdo con el aumento en la demanda, definiendo la tasa de uso de las cabañas, además de la mano de obra que participan en los servicios. 2. Tiempo de Ciclo: Tiempo total requerido para completar un servicio, en ese sentido se implementan procesos para mejorar los tiempos en algunos servicios específicamente en el restaurante.

Análisis de Datos: Se analizaron los datos constantemente para este fin se proponen dos grandes estrategias. **1. Análisis de Tendencias del servicio de hospedaje:** Para esto se analizaron los historiales de ocupación, evaluando datos históricos para identificar patrones y tendencias. además de realizar comparaciones de los datos mensuales, trimestrales y anuales para evaluar el desempeño.

Planificación de la Capacidad: Se realizará la planificación de la prestación de servicio para el proyecto Alma Rural siempre teniendo en cuenta las siguientes variables: **1. Previsión de Demanda:** Utilizar métodos estadísticos y de análisis de mercado para prever la demanda futura. **2. Planificación de Recursos:** Asegurar la disponibilidad de materias primas, mano de obra e infraestructura en función de las previsiones.

En conclusión, el seguimiento y documentación de la capacidad de prestación de los servicios bien estructurada ayudará a la empresa a mantener su eficiencia operativa y a responder de manera proactiva a los cambios en la demanda del mercado. Al establecer objetivos claros, recolectar y analizar datos relevantes, y realizar ajustes continuos basados en este análisis, se puede asegurar que la capacidad esté alineada con las necesidades del negocio y del mercado.

17. Equipo de trabajo

17.1. ¿Cuál es el perfil del emprendedor, el rol que tendría dentro de la empresa y su dedicación?

Nombre Emprendedor	Perfil	Rol
Angelica Tatiana Leal Rios	La emprendedora Angelica Tatiana Leal Ríos es Administradora de negocios internacionales con especialización en desarrollo humano y bienestar social y maestría en gestión social empresarial, la cual cuenta con experiencia en el sector derivada del acompañamiento realizado a la empresa Finca Agroturística la Rivera desde el año 2018 en la que se encargó de los procesos de sostenibilidad y comercial hacia los temas de conservación, huertas casera y enfoque ambiental del proyecto. La emprendedor cuenta con 5 años de experiencia en el sector desde el 2018 hasta mediados del 2022 en la Finca la Rivera y un año adicional en Alma Rural que es un emprendimiento desarrollado desde cero por la emprendedora y el cual ya cuenta con un avance y reconocimiento regional en la zona del cañón del combeima.	Gerente

17.2. ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación (primer año)?

Descripción	Remuneración Unitario	Otros Gastos	Valor con Prestaciones	Unidad	Tiempo Vinculación Primer Año
Gerente	$ 1,300,000.00	$ 675,890.00	$ 1,975,890.00	Mes	12
Personal de apoyo	$ 1,300,000.00	$ 675,890.00	$ 1,975,890.00	Mes	10
Honorarios contador	$ 500,000.00	$ 00.00	$ 500,000.00	Mes	12

Descripción	Remuneración Primer Año	Valor Solicitado Fondo	Aportes Emprendedores	Ingresos por Ventas
Gerente	$ 23,710,680.00	$ 5,927,670.00	$ 00.00	$ 00.00
Personal de apoyo	$ 19,758,900.00	$ 7,903,560.00	$ 00.00	$ 00.00
Honorarios contador	$ 6,000,000.00	$ 2,500,000.00	$ 00.00	$ 00.00
Total Solicitado:		**$ 16,331,230.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**

V. ¿Cuál es el Futuro de mi Negocio?

Estrategias

18. ¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas y cuál es su presupuesto?

Estrategia de promoción (nombre): Penetración de mercado
Propósito: Promoción

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
Marketing de influenciadores	es reconocer el alcance de los influenciadores locales, regionales y nacionales a la hora de querer generar un alcance más amplio en un mercado que crece día con día.	4 mes en adelante	$ 480,000.00	Gerente
Marketing digital	Se tiene contemplada una estrategia de marketing digital, donde se busca a través de las redes sociales como Facebook e Instagram tener información actualizada de la empresa.	4 mes en adelante	$ 1,600,000.00	Gerente
Promociones y descuentos	La estrategia está basada en dar promociones significativas en temporadas bajas donde se incluyen diferentes maneras de incentivar su adquisición por parte de los clientes con servicios	4 mes en adelante	$ 1,350,000.00	Gerente
Costo Total:			**$ 3,430,000.00**	

Estrategia de Comunicación (nombre): Estrategias de comunicación tradicional y digital
Propósito: Posicionarse en el mercado

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
Pagina web	Se creará una website denominado www.almarural.com con una plantilla Premium que genere un valor agregado en su diseño, esta página tendrá sesiones como el inicio, nosotros, productos, artículos de interés y contactos.	4 mes en adelante	$ 1,500,000.00	Gerente
Pendón	Se diseñará un pendón como herramienta de publicidad móvil, con el fin de promover la imagen corporativa de la empresa en los diferentes eventos empresariales.	4 mes en adelante	$ 80,000.00	Gerente

Plan de celular	La utilización de un plan de telefonía móvil celular se adopta con el fin de mantener contacto directo y permanente con los clientes de la empresa, además como mecanismo de verificación de la satisfacción por parte de los clientes.	3 mes en adelante	$ 300,000.00	Gerente
Tarjetas de presentación	Se distribuirán tarjetas con los datos de contacto del representante legal de la empresa a los clientes, en esta tarjetas se registrará información básica del producto y ubicación de la empresa.	4 mes en adelante	$ 130,000.00	Gerente
Volantes informativos	El objetivo es brindar es entregar folletos de la empresa a los clientes potenciales en el cual se especifique muy bien el producto ofrecido, características, materiales y garantías.	4 mes en adelante	$ 150,000.00	Gerente
Costo Total:			**$ 2,160,000.00**	

Estrategia de Distribución (nombre): Distribución y logística
Propósito: Distribución correcta de los productos

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
Canal de distribución a utilizar	La estrategia de distribución estará enfocada en que los clientes conozcan de manera efectiva los servicios y las propuestas de valor ofrecidas por Alma Rural.	4 mes en adelante	$ 00.00	Gerente
Costo Total:			**$ 00.00**	

Período de arranque e improductivo

19. ¿Cuál es el período de arranque del proyecto (meses)?

Teniendo en cuenta los procesos del fondo emprender y los términos de referencia de la presente convocatoria, el tiempo comprendido entre la firma del contrato y la aprobación del predio es de 2 a 3 meses:

Firma del contrato.

Asignación de interventoría por parte del SENA: 2 a 3 meses.

Aprobación del predio: el emprendedor ya cuenta con un contrato de arriendo del lugar de ejecución. El permiso de usos de suelos expedido por la secretaría de planeación del municipio de Cajamarca autoriza la implementación de este tipo de proyectos.

20. ¿Cuál es el período improductivo (meses) que exige el primer ciclo de producción?

El periodo de arranque del proyecto es de un (2) meses, teniendo en cuenta que ya se cuenta el predio identificado y actualmente se están prestando algunos de los servicios ofrecidos por Alma Rural. Actualmente está dotado con todos los servicios públicos de agua y energía, además de tener ya las adecuaciones requeridas para prestar los servicios de hospedaje rural y la propuesta de valor desarrollada por la empresa. Se espera durante este tiempo realizar las siguientes actividades, previas al inicio de la producción.

Adecuaciones locativas e instalación en el lugar de operaciones de una cabaña adicional dirigida a las familias pequeñas.

Adquisición de infraestructura, equipos, herramientas muebles y enseres, teniendo en cuenta el manual de pagos del fondo emprender.

Aprobación del lugar de operaciones por parte de interventoría.

Proceso de selección y contratación del personal.

VI. ¿Qué Riesgos Enfrento?

¿Qué actores externos son críticos para la ejecución del negocio? Indique el nombre y su rol en la ejecución.

ARTICULACIÓN DEL PROYECTO CON EL EMPRENDIMIENTO REGIONAL

Actores Gubernamentales

Gobierno Nacional: La ley 2069 del 31 de diciembre de 2020 busca crear un ambiente adecuado para el emprendimiento en Colombia, por esto Una de las medidas que adopta este nuevo proyecto de Ley de Emprendimiento, es la reducción de cargas y trámites para facilitar la creación y formalización de MiPymes, con un enfoque incluyente que beneficia a todo tipo de emprendedores en contextos urbanos, rurales y con especial atención aquellos emprendedores y micronegocios de poblaciones más vulnerables.

SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje): El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) por medio de asesorías y acompañamiento en la formulación del plan de negocio y posterior fortalecimiento y ejecución de este.

Se apoya en el asesoramiento en la formulación del plan de negocio para participar en la convocatoria Fondo Emprender.

Apoyar las ideas de emprendimiento encaminadas a la generación de nuevos talentos y de empleos en la región.

Acompañamiento administrativo y técnico en la ejecución del plan de negocio una vez aprobado.

Fondo Emprender: Acceder a los recursos del capital semilla de Fondo emprender para la ejecución del plan de negocio.

Apoyar el emprendimiento para la generación de ideas productivas.

Otorgar recursos para la puesta en marcha de la idea de negocio

Contribuir con la generación de nuevos empleos.

Ministerio de Industria y comercio: Formulación e implementación de programas para el apoyo del sector industrial y de manufactura en Colombia.

Gobernación del Tolima: Desarrollo de programas como marketing Innovador que busca apoyar a los emprendedores a registrar su marca. Como este programa esta entidad apoya a los nuevos emprendimientos mediante el desarrollo de programas y ejecución de proyectos a los cuales puede participar Alma Rural.

Alcaldía municipal de Ibagué: Apoyo para la participación en ferias y eventos, que permiten difundir los productos de la empresa. Así mismo participar en el fortalecimiento de la Cadena productiva de turismo de Ibagué

Secretaria de desarrollo económico - Gobernación: Implementación de programas y proyectos enfocados a la reactivación económica que apoyan los procesos de los emprendimientos.

Dirección de turismo – Gobernación: Apoyo para fortalecimiento empresarial, a través de programas que buscan fortalecer el sector Turístico – Cultural.

Cámara de Comercio: apoya las empresas mediante,

Implementación de programas de capacitación para hacer más competitivos en el mercado agropecuario

Capacitación empresarial.

Apoyo en la formalización de la empresa en caso de que resulte beneficiado con recursos del Fondo Emprender.

DIAN: Asesorías al contribuyente y legalización de trámites correspondientes (etapa de ejecución)

Cuerpo oficial de bomberos: esta entidad apoyará a la empresa en una visita anual donde se mira el cumplimiento de los elementos mínimos de seguridad industrial.

Actores Sectorial

ANATO: Visibilidad y promoción por parte de Agencias y Operadores Turísticos en la vitrina de Anato.

FONTUR COLOMBIA: Ejecución de proyectos de infraestructura, competitividad, promoción y mercadeo con el fin de incrementar el turismo interno y receptivo, de acuerdo con la Política de Turismo que establezca el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

PROCOLOMBIA: Promover las exportaciones no tradicionales de Colombia, la Inversión Extranjera directa y el Turismo.

Agrupaciones

Cotelco: agremia el sector turístico y hotelero de Colombia, generando así un canal de comunicación y representación ante el gobierno nacional y sus políticas, normas e impuestos que se establecen para el sector hotelero.

Bureau de eventos de Ibagué: grupo de empresarios privados que promueven el desarrollo del sector turismo a través de acciones, estrategias y convenios que generen el incremento de visitantes y el posicionamiento de la región como destino turístico para nacionales y extranjeros.

Fenalco: la federación nacional de comerciantes vela por la integridad del ejercicio comercial a nivel nacional y regional.

Mecanismo, política o beneficio que otorga el sector industrial en que se desempeñará su emprendimiento

Se revisaron los beneficios que otorga el gobierno nacional con respecto al sector de turismo y hotelería, a continuación, se describen algunos:

1. Exenciones y beneficios fiscales:

Ley 2068 de 2020: Esta ley, conocida como la Ley de Turismo, establece beneficios fiscales como la exención del impuesto sobre la renta durante 10 años para nuevos proyectos turísticos en municipios con menos de 200,000 habitantes, fomentando el desarrollo en áreas rurales y menos turísticas.

Reducción del IVA en la prestación de servicios turísticos (hotelería, gastronomía, transporte aéreo) al 5% hasta diciembre de 2022 (medida implementada por la Ley de Inversión Social).

2. Políticas y financiamiento

Política de Turismo Sostenible: Promueve la conservación del medio ambiente y el desarrollo responsable del turismo. Se enfoca en prácticas de turismo sostenible, como la reducción del impacto ambiental en áreas naturales y la promoción de destinos ecoturísticos.

Fondo Nacional de Turismo (FONTUR): Ofrece financiamiento y apoyo técnico para proyectos de infraestructura turística, promoción de destinos y formación de personal del sector.

ProColombia: Promueve la internacionalización de la oferta turística colombiana y apoya a empresas en la exportación de servicios turísticos, facilitando su acceso a mercados internacionales.

Alianzas estratégicas realizadas y por realizar para el proyecto Alma Rural

Alianzas con agencias de viajes: Colaborar con agencias de viajes locales o regionales puede ayudar a aumentar la visibilidad de Alma Rural y atraer más clientes. Las agencias de viajes pueden promocionar nuestros servicios como parte de paquetes turísticos o recomendar tu alojamiento a sus clientes.

Alianzas con proveedores locales: Establecer relaciones adecuadas con proveedores locales de alimentos, productos de limpieza, servicios de mantenimiento, entre otros, para garantizar un suministro constante de productos y servicios de calidad para el proyecto de Alma Rural. Además, apoyar a los proveedores locales puede generar un impacto positivo en la comunidad y fortalecer las relaciones comerciales.

Alianzas con empresas de transporte: Formas alianzas con empresas de transporte local, como taxis, servicios de alquiler de automóviles, servicios de traslado, etc., Va a facilitar que nuestros clientes lleguen al hospedaje rural y se muevan dentro de la región.

Alma Rural reconoce la importancia de establecer alianzas estratégicas con actores clave de su entorno para fortalecer su propuesta de valor, optimizar sus operaciones y generar un impacto positivo en la comunidad. A continuación, se detalla el plan de alianzas, identificando los posibles aliados, el objeto de la alianza, la forma de formalización y el impacto esperado en términos de productividad y competitividad.

Alianzas con empresas turísticas:

Natural Travel: Empresa de guías turísticos certificados. **Objeto:** Ofrecer a los huéspedes de Alma Rural tours guiados por la región, con experiencias de naturaleza, aventura y cultura. **Formalización:** Contrato de colaboración que especifique las condiciones de los servicios, comisiones y responsabilidades de cada parte. **Impacto: Mayor atractivo turístico:** Ampliar la oferta de actividades y experiencias para los huéspedes. **Aumento de ingresos:** Generar ingresos adicionales por la venta de tours. **Mejora de la experiencia del cliente:** Ofrecer servicios de calidad con guías profesionales.

Camaleon Travel: Agencia de viajes y turismo a la medida. **Objeto:** Promocionar Alma Rural a través de los canales de la agencia, incluyéndola en paquetes turísticos y ofertas especiales. **Formalización:** Convenio de cooperación que establezca las condiciones de promoción, comisiones y beneficios para ambas partes. **Impacto: Mayor visibilidad:** Llegar a un público más amplio a través de la agencia de viajes. **Aumento de reservas:** Incrementar la ocupación de las cabañas. **Fortalecimiento de la marca:** Asociarse con una agencia de viajes reconocida.

Kienan Andina & Sendero del Tolima: Guías de senderismo y grupos de caminantes de Ibagué. **Objeto:** Organizar caminatas y senderismo en colaboración con los guías y grupos de caminantes, aprovechando su experiencia y conocimiento de la región. **Formalización:** Acuerdos de colaboración que definan las rutas, los costos, la logística y los beneficios para cada parte. **Impacto: Diversificación de la oferta:** Ofrecer una mayor variedad de rutas y experiencias de senderismo. **Aumento de la participación:** Atraer a un público interesado en el senderismo. **Promoción del turismo local:** Dar a conocer los atractivos naturales de la región.

Alianzas con proveedores locales:

Aquiluz: Empresa local de insumos de aseo. **Objeto:** Adquirir productos de limpieza de alta calidad a precios competitivos, priorizando productos biodegradables y amigables con el medio ambiente. **Formalización:** Contrato de suministro que establezca las condiciones de compra, los precios, los plazos de entrega y las formas de pago. **Impacto: Reducción de costos:** Obtener mejores precios en la compra de insumos. **Calidad y sostenibilidad:** Asegurar el suministro de productos de calidad que cumplan con los estándares ambientales. **Apoyo a la economía local:** Fortalecer el tejido empresarial de la región.

GasUnion: Empresa local de gas. **Objeto:** Garantizar el suministro de gas para las cabañas y el restaurante de Alma Rural. **Formalización:** Contrato de suministro que especifique las condiciones de servicio, los precios, la frecuencia de entrega y las formas de pago. **Impacto: Seguridad y confiabilidad:** Asegurar el suministro continuo de gas. **Eficiencia operativa:** Evitar interrupciones en el servicio.

Apoyo a empresas locales: Fortalecer la economía local.

Tienda el Porvenir: Emprendedora del corregimiento de Juntas con tienda de víveres y abarrotes. **Objeto:** Adquirir productos de primera necesidad y víveres para el consumo interno de Alma Rural, priorizando productos locales y de temporada. **Formalización:** Acuerdo comercial que defina los productos, las cantidades, los precios y las formas de pago. **Impacto: Abastecimiento local:** Acceder a productos frescos y de calidad de la zona.

Reducción de costos: Obtener mejores precios al comprar directamente a productores locales. **Apoyo al comercio local:** Fortalecer la economía familiar y el emprendimiento local.

Alianzas con profesionales locales:

Helena Yoga: Instructora de yoga del corregimiento de Juntas. **Objeto:** Ofrecer clases de yoga a los huéspedes de Alma Rural, complementando la oferta de bienestar y conexión con la naturaleza. **Formalización:** Contrato de servicios que especifique las condiciones de las clases, los horarios, las tarifas y las responsabilidades de cada parte. **Impacto: Enriquecimiento de la experiencia:** Brindar a los huéspedes la oportunidad de practicar yoga en un entorno natural. **Atractivo para un público específico:** Atraer a personas interesadas en el yoga y el bienestar. **Apoyo a profesionales locales:** Generar oportunidades de trabajo para la comunidad.

Sandra Bustos: Estética y salud, masajista profesional del corregimiento de Juntas. **Objeto:** Ofrecer servicios de masajes y tratamientos de belleza a los huéspedes de Alma Rural, complementando la oferta de bienestar y relajación. **Formalización:** Contrato de servicios que defina los tratamientos ofrecidos, las tarifas, los horarios y las responsabilidades de cada parte. **Impacto: Ampliación de servicios:** Ofrecer una experiencia de bienestar integral a los huéspedes. **Generación de ingresos adicionales:** Incrementar las ventas con servicios complementarios. **Apoyo a profesionales locales:** Brindar oportunidades de trabajo y promover el emprendimiento local.

Articulación del proyecto con el Plan de Desarrollo Nacional “potencia de la vida”

El plan de negocios Alma Rural se articula con el plan de Desarrollo Nacional con algunos ítems, programas y proyectos, entre ellos encontramos:

El **Reconocimiento e impulso a la Economía Popular y Comunitaria (EP)**, donde se refiere a los oficios y ocupaciones mercantiles y no mercantiles desarrolladas por micronegocios o microempresas e individual, se busca incentivar esta economía por el valor social implementando mecanismos que contribuyan a su crecimiento y productividad.

Fomento y fortalecimiento a la comercialización, los circuitos cortos y los mercados locales de la Economía Popular (EP), donde se implementarán espacios físicos para garantizar el acopio, la distribución y la comercialización de productos de la EP.

Los procesos de economía popular nos acobijan, incluyendo que nuestro enfoque siempre ha sido que los diferentes trabajadores que se vayan necesitando dentro de la empresa Alma Rural sea mano de obra directamente ibaguereña o en su caso tolimense, ya que sabemos de primera mano los procesos que existen por la falta de ofertas laborales dentro de la misma, generando una mayor circulación económica.

Articulación del proyecto con el Plan de Desarrollo Departamental “El Tolima nos Une”

El plan de negocios Alma Rural se articula con el Plan de Desarrollo Departamental en los pilares de competitividad y sostenibilidad, que buscan como propósito principal es incrementar la competitividad regional en el marco de los efectos económicos del COVID 19, generando acciones para una reactivación económica a partir de una intervención al interior de las unidades productivas en materia de emprendimiento, fortalecimiento productivo, organizacional y comercial con énfasis en la incorporación de ciencia, tecnología e innovación. Adicionalmente, la gestión institucional en materia de infraestructura para el desarrollo, la conformación de redes o alianzas para canales de comercialización y otros aspectos inherentes al desempeño de los mercados.

Articulación con el plan de Desarrollo “Ibagué Vibra”

Se articula con la **DIMENSIÓN ECONÓMICA Y PRODUCTIVA**, en el sector 1 y su programa **PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS COLOMBIANAS.** El cual busca aumentar la productividad y competitividad de las unidades productivas del municipio mediante la implementación de estrategias que promueven el desarrollo económico de la ciudad, las cuales serán medibles con 16 metas de producto, y posteriormente evaluadas periódicamente por la secretaría de desarrollo económico e Infibagué. En adición, Alma Rural constituye un proyecto de interés para esta dimensión, puesto que, el modelo de negocio responde a las metas establecidas por la administración como lo es la generación de nuevos empleos, reducción de la pobreza, aumento en la competitividad de las empresas.

¿Qué factores externos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos?

Se identifican los riesgos que tendrá la empresa por cada una de las áreas funcionales y riesgos sistémicos y de país.

Mercado:

Riesgo 1: Surgimiento de nuevas empresas de hospedaje rural - La aparición de nuevos competidores en el mercado del hospedaje rural puede afectar la participación de mercado de Alma Rural y dificultar el alcance de los niveles de venta proyectados. **Probabilidad de ocurrencia:** Alta. El turismo rural está en crecimiento, lo que puede atraer a nuevos emprendedores al sector**. Impacto:** Disminución de la participación de mercado: La competencia puede restar clientes a Alma Rural y reducir sus ingresos. Guerra de precios: La entrada de nuevos competidores puede generar una guerra de precios, obligando a Alma Rural a bajar sus tarifas y reducir su margen de ganancia. Dificultad para diferenciarse: Si los nuevos competidores ofrecen servicios similares, puede ser más difícil para Alma Rural destacarse y atraer clientes. **Medidas de mitigación:** Vigilancia y control: Realizar un análisis de la competencia para identificar las fortalezas y debilidades de los competidores. Monitorear las tendencias del mercado y adaptar la oferta de Alma Rural a las nuevas demandas. Mantener una comunicación constante con los clientes para conocer sus necesidades y expectativas. **Plan de mitigación:** Innovación: Desarrollar nuevos productos y servicios que diferencien a Alma Rural de la competencia. Fidelización: Implementar estrategias de fidelización para retener a los clientes actuales, como programas de puntos, descuentos y atención personalizada. Marketing: Fortalecer las estrategias de marketing y comunicación para aumentar la visibilidad de Alma Rural y atraer a nuevos clientes. Calidad en el servicio: Brindar un servicio de excelencia que supere las expectativas de los huéspedes y genere recomendaciones.

Riesgo 2: Baja aceptación de los servicios - Los servicios de Alma Rural pueden no ser bien recibidos por el mercado, lo que puede resultar en una baja demanda y afectar la rentabilidad del negocio. **Probabilidad de ocurrencia:** Media. La aceptación de un nuevo negocio depende de factores como la propuesta de valor, el precio, la promoción y la calidad del servicio. **Impacto:** Bajas ventas: Si los servicios no son atractivos para el público objetivo, las ventas serán bajas y la empresa no alcanzará sus objetivos financieros. Dificultades para posicionarse: Si la aceptación es baja, será más difícil para Alma Rural posicionarse en el mercado y competir con otros hospedajes rurales. Cierre del negocio: En el peor de los casos, la baja aceptación puede llevar al

cierre del negocio. **Medidas de mitigación:** Vigilancia y control: Realizar estudios de mercado para conocer las necesidades y preferencias del público objetivo. Monitorear las opiniones y comentarios de los clientes para identificar áreas de mejora. Analizar las tendencias del mercado y adaptar la oferta de servicios en consecuencia. **Plan de mitigación:** Investigación de mercado: Realizar una investigación de mercado profunda antes de lanzar los servicios, para identificar las necesidades y expectativas del público objetivo. Diseño de servicios: Diseñar servicios que se adapten a las necesidades y preferencias de los clientes, ofreciendo una propuesta de valor clara y diferenciada. Estrategias de marketing: Implementar estrategias de marketing efectivas para dar a conocer Alma Rural y sus servicios, utilizando canales online y offline. Comunicación: Fortalecer la comunicación con los clientes, brindando información clara y transparente sobre los servicios y respondiendo a sus consultas y comentarios. Calidad del servicio: Brindar un servicio de excelencia que supere las expectativas de los clientes y genere fidelización.

Técnicos:

Riesgo 3: Las fallas o daños en la maquinaria de bombas de agua, calentadores, sistemas de energía solar, lavadoras, jacuzzi, neveras, estufas y congeladores pueden afectar la calidad del servicio, generar incomodidad a los huéspedes e incrementar los costos de mantenimiento. **Probabilidad de ocurrencia:** Media. La maquinaria está sujeta a desgaste y puede presentar fallas con el tiempo. **Impacto:** Interrupción del servicio: Fallos en la maquinaria pueden interrumpir el suministro de agua caliente, la calefacción o la energía, afectando la experiencia del huésped. Costos de reparación: Las reparaciones de la maquinaria pueden generar costos significativos e inesperados. Pérdida de ingresos: Si las fallas no se resuelven rápidamente, se puede generar una pérdida de ingresos por la insatisfacción de los huéspedes y la cancelación de reservas. **Medidas de mitigación:** Vigilancia y control: Implementar un programa de mantenimiento preventivo para la maquinaria, con revisiones periódicas y el reemplazo de piezas desgastadas. Capacitar al personal en el uso adecuado de la maquinaria y en la detección temprana de posibles fallas. Contar con un plan de contingencia para casos de emergencia, con alternativas para el suministro de servicios básicos. **Plan de mitigación:** Contratar un servicio técnico especializado para la reparación de la maquinaria. Adquirir repuestos de calidad y mantener un stock de los más utilizados. Contar con un seguro que cubra los daños a la maquinaria.

Riesgo 4: Incremento de los costos de insumo: El aumento en los precios de los insumos alimentos, bebidas y productos de limpieza, puede afectar la rentabilidad de Alma Rural y su competitividad en el mercado. **Probabilidad de ocurrencia:** Alta. La inflación y las fluctuaciones en los precios de los productos son factores económicos que pueden impactar en los costos de operación**. Impacto:** Reducción del margen de ganancia: El aumento de los costos de los insumos puede reducir el margen de ganancia de Alma Rural. Aumento de precios: Si se trasladan los incrementos de costos al precio final para el consumidor, se puede afectar la competitividad y la demanda. Disminución de la calidad: Para mantener los precios, se podría recurrir a insumos de menor calidad, lo que afectaría la experiencia del huésped. **Medidas de mitigación:** Vigilancia y control: Realizar un seguimiento periódico de los precios de los insumos en el mercado. Negociar con los proveedores para obtener mejores precios y condiciones de pago. Buscar alternativas de insumos más económicas sin comprometer la calidad. Diversificar proveedores: No depender de un único proveedor para evitar riesgos de desabastecimiento o alzas excesivas de precios. **Plan de mitigación:** Ajustar los precios de forma estratégica, considerando la competencia cercana al corregimientos de Juntas y la demanda.

Riesgo 5: Conseguir personal calificado: Encontrar y retener personal calificado con las habilidades y la experiencia necesarias para brindar un servicio de calidad puede ser un desafío. **Probabilidad de ocurrencia**: Alta. La competencia por talento en el sector turístico es alta, y la disponibilidad de personal calificado en zonas rurales puede ser limitada. **Impacto:** Servicio deficiente: La falta de personal calificado puede afectar la calidad del servicio y la satisfacción del huésped. Rotación de personal: Si los empleados no se sienten valorados o no tienen oportunidades de crecimiento, la rotación de personal puede ser alta, generando costos de capacitación y pérdida de conocimiento. Dificultad para crecer: La falta de personal capacitado puede limitar la capacidad de Alma Rural para crecer y expandir sus operaciones. **Medidas de mitigación y Vigilancia y control:** Ofrecer salarios y beneficios competitivos para retener al personal. Crear un ambiente de trabajo positivo y motivador. **Plan de mitigación:** Invertir en la capacitación y el desarrollo del personal. Establecer alianzas con instituciones educativas para la formación de personal en turismo sostenible.

Organizacionales:

Riesgo 6: Accidentes laborales: Los accidentes laborales pueden ocurrir en cualquier momento y generar consecuencias negativas para la salud de los trabajadores, así como afectar la operación y la productividad de Alma Rural. **Probabilidad de ocurrencia:** Media. Las actividades que se realizan en Alma Rural, como el mantenimiento de las instalaciones, el aseo a las cabañas, la preparación de alimentos y las actividades al aire libre, implican ciertos riesgos de accidentes. **Impacto:** Lesiones o incapacidades: Los accidentes laborales pueden causar lesiones leves o graves, e incluso incapacidades temporales o permanentes para los trabajadores. Ausentismo laboral: Los accidentes generan ausentismo laboral, lo que puede afectar la productividad y la operación de Alma Rural. Costos económicos: Los accidentes laborales implican costos económicos por atención médica, indemnizaciones y posibles demandas. Daño a la reputación: Los accidentes laborales pueden afectar la imagen y la reputación de Alma Rural como un empleador responsable. **Medidas de mitigación:** Vigilancia y control: Identificar y evaluar los riesgos laborales en cada puesto de trabajo. Implementar medidas de seguridad para prevenir accidentes, como el uso de equipos de protección personal (EPP), la señalización de zonas de riesgo y la capacitación en seguridad laboral. Realizar inspecciones periódicas de las instalaciones para identificar y corregir situaciones de riesgo. Monitorear el cumplimiento de las normas de seguridad por parte de los empleados. **Plan de mitigación:** Reportar los accidentes laborales a la ARL (Administradora de Riesgos Laborales) y brindar la atención médica necesaria a los trabajadores afectados. Investigar las causas de los accidentes para implementar medidas preventivas. Mantener un botiquín de primeros auxilios y una camilla para atender emergencias. Entregar oportunamente la dotación y los elementos de seguridad a los empleados. Implementar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST) para prevenir riesgos y promover un ambiente de trabajo seguro.

Riesgo 7: Alta rotación del personal: La alta rotación de personal puede generar costos de reclutamiento y capacitación, pérdida de conocimiento y afectar la calidad del servicio. **Probabilidad de ocurrencia:** Medio -Alta. El sector turístico se caracteriza por una alta rotación de personal, especialmente en puestos operativos. **Impacto:** Costos de reclutamiento y capacitación: La búsqueda y capacitación de nuevo personal genera costos económicos para Alma Rural. Pérdida de conocimiento: La salida de empleados con experiencia implica una pérdida de conocimiento y puede afectar la eficiencia de las operaciones. Disminución de la motivación: La alta rotación puede generar un ambiente de inestabilidad y desmotivación entre los empleados. Afectación de la calidad del servicio: La falta de continuidad en el personal puede afectar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. **Medidas de mitigación:** Vigilancia y control: Realizar encuestas de clima laboral para identificar las causas de la rotación de personal. Monitorear los índices de rotación y analizar las razones de la salida de los empleados. Implementar un sistema de evaluación del desempeño para identificar las necesidades de los empleados y ofrecer oportunidades de crecimiento. **Plan de mitigación:** Ofrecer salarios y beneficios competitivos para atraer y retener al talento. Crear un ambiente de trabajo positivo y motivador, donde los empleados se sientan valorados y reconocidos. Implementar programas de capacitación y desarrollo para mejorar las habilidades y competencias del personal. Fomentar el trabajo en equipo y la comunicación interna. Brindar oportunidades de crecimiento profesional dentro de la empresa.

Financieros:

Riesgo 8: Robos: Los robos de equipos, herramientas o pertenencias de los huéspedes pueden generar pérdidas económicas, afectar la reputación de Alma Rural y requerir inversiones adicionales en seguridad. **Probabilidad de ocurrencia:** Media-Baja. La ubicación rural de Alma Rural puede presentar un riesgo de robos, aunque la implementación de medidas de seguridad puede disminuirlo. **Impacto:** Pérdidas económicas: El robo de equipos o herramientas puede generar pérdidas económicas directas para Alma Rural. Daños a la propiedad: Los robos pueden incluir daños a las instalaciones o a la propiedad de los huéspedes. Afectación de la reputación: Los robos pueden generar una percepción de inseguridad y afectar la reputación de Alma Rural. Costos adicionales: Se pueden requerir inversiones adicionales en medidas de seguridad para prevenir futuros robos. **Medidas de mitigación:** Vigilancia y control: Implementar un sistema de seguridad con cámaras de vigilancia, alarmas y personal de seguridad. Iluminar adecuadamente las áreas exteriores y los accesos a las cabañas. Controlar el acceso a la propiedad y llevar un registro de visitantes. Capacitar al personal en procedimientos de seguridad y en la detección de situaciones sospechosas. Realizar inventarios periódicos de equipos, herramientas y otros bienes. **Plan de mitigación:** Contratar una póliza de seguros que cubra robos y daños a la propiedad. Brindar a los huéspedes información sobre medidas de seguridad y recomendaciones para prevenir robos.

Riesgo 9: Bajos ingresos operacionales la falta de ingresos suficientes puede afectar la operación de Alma Rural, limitar su capacidad de inversión y poner en riesgo su viabilidad a largo plazo. **Probabilidad de ocurrencia:** Media. El éxito de un negocio turístico depende de factores como la demanda, la competencia y la gestión financiera. **Impacto:** Dificultades financieras: La falta de ingresos puede generar problemas de liquidez, dificultades para pagar los gastos operativos y cumplir con las obligaciones financieras. Limitación de la inversión: La falta de recursos puede limitar la capacidad de Alma Rural para invertir en mejoras, mantenimiento y promoción. Cierre del negocio: En casos extremos, la falta de ingresos puede llevar al cierre del negocio. **Medidas de mitigación:** Vigilancia y control: Realizar un seguimiento constante de los ingresos y gastos de Alma Rural. Analizar la rentabilidad del negocio e identificar áreas de mejora. Monitorear la competencia y las tendencias del mercado para adaptar la oferta y las estrategias de marketing. **Plan de mitigación:** Diversificar la oferta de servicios y experiencias para atraer a un público más amplio. Implementar estrategias de marketing y promoción efectivas para aumentar la visibilidad y las reservas. Ofrecer promociones y descuentos para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes. Controlar los costos operativos y buscar formas de optimizar los recursos. Buscar nuevas fuentes de ingresos, como la organización de eventos y la venta de productos locales. Mantener una buena relación con los clientes y brindar un servicio de excelencia para fomentar la fidelización

Sistémicos, de país

Riesgo 10: Crisis internacional e inestabilidad económica- las crisis internacionales, la inestabilidad económica del país y las fluctuaciones en el tipo de cambio pueden afectar el turismo, la demanda de servicios como los que ofrece Alma Rural y su rentabilidad. Probabilidad de ocurrencia: Media. Las crisis económicas y las fluctuaciones en el mercado global son eventos que pueden ocurrir de forma cíclica o inesperada. **Impacto:** Disminución de la demanda: En tiempos de crisis, las personas tienden a reducir sus gastos en turismo y ocio, lo que puede afectar la ocupación de Alma Rural. Aumento de costos: La inflación y la devaluación de la moneda pueden incrementar los costos de los insumos y servicios, afectando la rentabilidad. Dificultad para acceder a financiamiento: En un contexto de inestabilidad económica, puede ser más difícil acceder a financiamiento para inversiones o para cubrir gastos operativos. **Medidas de mitigación:** Vigilancia y control: Monitorear las variables económicas nacionales e internacionales (inflación, tipo de cambio, crecimiento económico). Analizar las tendencias del mercado turístico y adaptar la oferta a las necesidades de los clientes. Mantener una gestión financiera prudente, con reservas para contingencias. **Plan de mitigación:** Diversificar la oferta: Ofrecer productos con mayor valor agregado, como experiencias únicas y personalizadas, para atraer a un público con mayor poder adquisitivo. Ajustar precios: Mantener precios competitivos y ofrecer promociones para estimular la demanda. Asegurar la operación: Contratar una póliza contra todo riesgo para proteger las instalaciones y los bienes de Alma Rural. Cumplir con la normativa: Asegurar el cumplimiento de la normativa vigente para evitar sanciones y mantener la confianza de los clientes.

Riesgo 11: Clima adverso - Las condiciones climáticas adversas (lluvias) pueden afectar la experiencia de los huéspedes y la operación de Alma Rural. **Probabilidad de ocurrencia:** Media-Alta. Dependiendo la época del año, el clima puede ser un factor de riesgo importante. **Impacto:** Cancelación de actividades: Las condiciones climáticas pueden obligar a cancelar actividades al aire libre, como senderismo o yoga, generando insatisfacción en los huéspedes. Daños a las instalaciones: Las lluvias pueden causar daños a las cabañas o a las zonas comunes. Dificultades de acceso: Las vías de acceso a Alma Rural pueden verse afectadas por las lluvias, dificultando la llegada de los huéspedes. **Medidas de mitigación:** Vigilancia y control: Monitorear los pronósticos del tiempo y estar preparados para condiciones climáticas adversas. Contar con un plan de contingencia para casos de emergencia climática. **Plan de mitigación:** Ofrecer actividades alternativas en caso de mal tiempo, como juegos de mesa, lectura o talleres en interiores. Realizar mantenimiento preventivo de las instalaciones para minimizar los daños causados por el clima. Comunicar a los huéspedes sobre las condiciones climáticas y las posibles afectaciones a las actividades.

Riesgo 12: Accesibilidad- Las dificultades de acceso a Alma Rural, especialmente en épocas de lluvia, pueden disuadir a los clientes y afectar la operación. **Probabilidad de ocurrencia:** Media. La ubicación rural de Alma Rural puede implicar ciertos desafíos de accesibilidad, especialmente si se tienen deslizamiento de tierra a causa de las lluvias. **Impacto:** Disminución de la demanda: Los clientes pueden desistir de visitar Alma Rural si el acceso es difícil o peligroso. Retrasos en la llegada: Las dificultades de acceso pueden generar retrasos en la llegada de los huéspedes y afectar su experiencia. Costos adicionales: Se pueden requerir inversiones en el mantenimiento de las vías de acceso o en transporte adicional para los huéspedes. **Medidas de mitigación:** Vigilancia y control: Monitorear el estado de las vías de acceso y reportar cualquier problema a las autoridades competentes. Informar a los huéspedes sobre las condiciones de las vías y el tiempo estimado de viaje. **Plan de mitigación:** Gestionar con las autoridades locales el mantenimiento y la mejora de las vías de acceso. Ofrecer servicio de transporte a los huéspedes desde un punto de encuentro accesible. Brindar información detallada sobre cómo llegar a Alma Rural, incluyendo mapas y recomendaciones.

Normativos

Riesgo 13: Permisos y licencias según el **Decreto 1075 de 2015: Registro Nacional de Turismo, Normas Técnicas Sectoriales Colombianas NTSH 002 y 008, Normativa de saneamiento ambiental, decreto 3075 de 1997, Resolución 2674 de 2013:** Requisitos sanitarios para establecimientos gastronómicos. **Normativa de seguridad: Ley 1575 de 2012:** Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres. **Resolución 1285 de 2020:** Protocolo de bioseguridad para el manejo y control del riesgo de COVID-19 en establecimientos de alojamiento. **Normativa local: Uso del suelo:** Verificar con la alcaldía local si el uso del suelo permite la operación de un hospedaje rural en la zona donde se encuentra Alma Rural. **Requisitos de construcción:** Cumplir con las normas de construcción locales para garantizar la seguridad de las instalaciones. **Impuestos y contribuciones:** Pagar los impuestos y contribuciones locales correspondientes a la actividad comercial.

Obtener los permisos y licencias necesarios para operar un hospedaje rural puede ser un proceso complejo que requiere el cumplimiento de diversas regulaciones a nivel local, departamental y nacional. **Probabilidad de ocurrencia**: Media-Alta. La normativa para el turismo en Colombia está en constante evolución, y los requisitos para obtener permisos y licencias pueden variar. **Impacto:** Retrasos en la apertura: Dificultades en la obtención de permisos pueden retrasar la apertura del hospedaje y generar pérdidas económicas. **Sanciones:** El incumplimiento de la normativa puede resultar en multas, clausuras temporales o incluso el cierre definitivo del establecimiento. **Daño a la reputación:** Problemas legales pueden afectar la imagen y la reputación de Alma Rural. **Medidas de mitigación: Vigilancia y control:** Realizar un seguimiento continuo de la normativa aplicable al turismo rural.

Suscribirse a boletines oficiales y servicios de alertas normativas. Contar con asesoría legal especializada en turismo y medio ambiente. **Plan de mitigación:** Cumplir con todos los requisitos legales y ambientales para la obtención de permisos y licencias. Presentar la documentación de forma completa y correcta ante las autoridades competentes. Mantener una comunicación fluida con las autoridades y responder a sus requerimientos de forma oportuna. Implementar un sistema de gestión de calidad que garantice el cumplimiento de la normativa y la satisfacción del cliente.

Riesgo 14: Normativas sanitarias y de seguridad alimentaria basados en el Decreto 3075 de 1997 **Descripción**: Cumplir con las normativas sanitarias y de seguridad alimentaria es crucial para garantizar la salud de los huéspedes y evitar problemas legales. **Probabilidad de ocurrencia:** Alta. Las normas sanitarias son estrictas y su incumplimiento puede tener consecuencias graves. **Impacto:** Intoxicaciones alimentarias: Un manejo inadecuado de los alimentos puede provocar enfermedades en los huéspedes y dañar la reputación de Alma Rural. **Sanciones:** Incumplir la normativa sanitaria puede resultar en multas, clausuras o el cierre del establecimiento. **Demandas:** Los huéspedes afectados por intoxicaciones alimentarias podrían iniciar acciones legales contra Alma Rural.**Medidas de mitigación: Vigilancia y control:** Mantenerse actualizado sobre las normativas sanitarias y de seguridad alimentaria. Capacitar al personal en manipulación de alimentos, higiene y seguridad. Realizar inspecciones periódicas de las instalaciones y equipos de la cocina. **Plan de mitigación:** Implementar un sistema de gestión de seguridad alimentaria basado en el sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control). Asegurar la correcta manipulación, almacenamiento y preparación de los alimentos. Mantener la cocina y los utensilios en óptimas condiciones de higiene. Contar con un plan de control de plagas. Obtener las certificaciones sanitarias correspondientes.

VII. Resumen Ejecutivo

Emprendedor(es):

Nombre	Email	Rol
Angelica Tatiana Leal Rios	tatiana.leal.rios@gmail.com	Emprendedor

Concepto del Negocio:

Concepto de negocio

Alma Rural es un proyecto de ecoturismo que ha basado su actividad económica en el reconocimiento del territorio, conservación y protección de recursos naturales, la educación ambiental, el bienestar físico, mental y espiritual y la agroecología, lo que ha permitido tener un impacto positivo en la comunidad del corregimiento de Juntas, recientemente certificado como destino sostenible posicionándolo como un destino imperdible en el departamento del Tolima. Tenemos gran experiencia en el hospedaje rural en la región, llevando nuestro producto a los estándares de calidad de la industria hotelera y ofreciendo un servicio personalizado y oportuno para nuestros clientes.

Nuestros hospedajes cuentan con un diseño único y exclusivo en arquitectura liviana, lo que lo hace estar acorde con las necesidades y requerimientos para el desarrollo de proyectos turísticos en destino sostenible, cuenta con insumos de primera calidad como sábanas, colchones Queen Pullman, agua caliente, baño privado, este sitio, cuenta con una amplia zona de bosques andino lo que permite que la sensación de aislamiento, descanso y bioseguridad sea alta, factor importante en el comportamiento de compra post-covid del grupo objetivo de consumidores identificado, además está ubicado muy cerca de la ciudad de Ibagué, con acceso en vía pavimentada, lo que hace de Alma Rural un lugar atractivo y de fácil acceso en vehículo particular o de servicio público, además estamos cerca a atractivos naturales como cascadas, senderos ecológicos, acceso a la zona protectora regional alto Combeima la entrada sur al parque nacional natural los nevados y el casco urbano del corregimiento de Juntas, además de contar con señal de internet de los operadores claro, movistar y Tigo, que les permite a los clientes contar con una buena conectividad.

Alma Rural tiene disponible un área total de 13 hectáreas en el predio establecido para el desarrollo de este proyecto, el cual cuenta con 4 hectáreas de bosque nativo lo que permite que la distancia entre unidades de hospedaje sea amplia, una zona productiva de 7 hectáreas y 2 hectáreas para zonas comunes.

También contamos con un restaurante para 40 personas distribuidas en tres espacios lo que permite tener privacidad y comodidad a la hora de disfrutar de los platos que este ofrece, las carpas están distribuidas una de la otra con distancias que no superan los diez metros y la oferta se basa en productos frescos de las huertas.

Alma Rural en su propuesta de valor ofrece una experiencia que integra la **sabiduría ancestral, la gastronomía local** y u**n alojamiento en armonía con la naturaleza**.

Alojamiento ha sido diseñado para brindar inmersiva en la naturaleza: **Observación de aves:** Claraboyas estratégicamente ubicadas en las cabañas permiten a los huéspedes observar las aves que habitan en el bosque andino, disfrutando de su belleza y canto sin perturbar su hábitat. **Baño en contacto con la naturaleza:** Un baño con paredes de vidrio ofrece la sensación de ducharse en medio del bosque, rodeado de la exuberante vegetación. Una experiencia sensorial de relajación y conexión con el entorno. **Jacuzzi al aire libre:** Al caer la noche, un jacuzzi al aire libre se convierte en el lugar perfecto para la tranquilidad que da el cielo nocturno.

Gastronomía Local - kilómetro Cero: producción agroecológica que permite obtener productos de excelente calidad, frescos y libres de agrotóxicos, lo que completa nuestra promesa de sostenibilidad ofreciendo desayunos ya incluidos en la tarifa, preparados con huevos criollos, tomate, cebolla y ajos orgánicos, así como café especial, uchuvas, lulo, mora, diferentes hortalizas y verduras.

Contamos con cultivos propios de Uchuva, mora, lulo, papas nativas, aromáticas y demás cultivos que nos permiten tener una oferta gastronómica basada en el concepto de kilómetro cero, entendiendo este como huertas propias, con productos frescos y orgánicos que se usan directamente en la zona de restaurante.

Huerta Viva: Aprende, Cultiva y Comercializa. Nuestra iniciativa busca sembrar conciencia en las familias, especialmente en los niños, jóvenes y adolescentes, sobre el amor a la tierra a través del aprendizaje de cultivo de hortalizas orgánicas con productos provenientes de nuestras propias biofábricas de insumos orgánicos.

Despensa agrícola: Comercialización de productos orgánicos cosechados y transformados en deliciosas creaciones artesanales que deleitan el paladar y nutren el cuerpo.

Productos lácteos: Yogurt natural: Cremoso y suave, elaborado con leche fresca de la región, ideal para un desayuno saludable o un postre ligero. **Queso campesino:** Un queso tradicional con un sabor auténtico que evoca la tradición y la sabiduría local.

Conservas y dulces: Mermeladas: Elaboradas con frutas de la huerta en su punto óptimo de maduración, conservando todo su sabor y aroma en cada cucharada. **Encurtidos:** Vegetales y frutas encurtidas con recetas tradicionales, que aportan un toque ácido y delicioso a las comidas. Salsas originales de Alma Rural.

Tesoros de la colmena: Miel: Pura y natural, proveniente de las colmenas de Alma Rural. Es un endulzante natural 100% puro y artesanal, sin aditivos ni conservantes. Reconocida por sus múltiples beneficios para la salud, esta miel destaca por su poder antioxidante, que combate los radicales libres y reduce el riesgo de enfermedades crónicas, así como sus propiedades antibacterianas y antiinflamatorias, ideales para tratar problemas respiratorios, heridas menores y promover la salud digestiva. Su recolección responsable en entornos naturales, sin afectar el ecosistema, asegura un producto de calidad que refleja el compromiso con la sostenibilidad y el respeto por la naturaleza que ofrece Alma Rural a todos sus huesped. Además, se produce **Cerá como producto derivado:** Un producto versátil con diversas aplicaciones, desde la elaboración de velas hasta el cuidado de la piel.

Mercados orgánicos: venta de verduras, hortalizas, legumbres, tubérculos y huevos criollos. Este tipo de actividades se centra en la venta de alimentos cultivados sin el uso de pesticidas químicos ni fertilizantes sintéticos. Este sector abarca la comercialización de productos como verduras, hortalizas, legumbres, tubérculos y huevos criollos, que destacan por su proceso de producción más natural y sostenible.

Actividades semanales con propósito ancestral en aliviar el estrés y las cargas laborales, permitiendo que nuestros huéspedes tengan acceso a sesiones de meditación, yoga, caminatas de interpretación ambiental, observación de aves, apiturismo, entre otras actividades de esparcimiento y de integración.

Actividades frecuentes de Alma Rural:

Sendero de interpretación ambiental: Un recorrido de aproximadamente dos kilómetros a través del bosque comestible, donde los visitantes pueden aprender sobre la flora local, las prácticas de agricultura sostenible y la importancia de la conservación del medio ambiente.

Sendero al pozo natural: Una caminata de baja complejidad que conduce a un pozo natural de agua fría en la Quebrada La Onda. Sumergirse en sus aguas cristalinas es una experiencia revitalizante que renueva las energías y proporciona una sensación de bienestar.

Alma Rural se ha convertido en un refugio para aquellos que desean escapar del ritmo frenético de la ciudad y sumergirse en un entorno de paz y tranquilidad, con una oferta amplia de actividades para todos sus huéspedes.

Descripción de los productos o servicios

Cabañas Estándar: servicio de hospedaje en cabaña de 24 metros cuadrados con doble pared de madera y 15% del techo en cristal (vidrio de seguridad) baño privado con ducha con sistema de calefacción de agua. Esta unidad cuenta con cama tipo Queen de 1.60 m de ancho x 1.90 m de largo con colchón tipo Pullman y 2 sillas con mesa de madera de lujo.

Cabañas Premium: servicio de hospedaje en cabaña de 24 metros cuadrados con doble pared de madera y 15% del techo en cristal (vidrio de seguridad) baño privado con ducha con agua caliente y jacuzzi con sistema de calefacción y recirculación de agua caliente. Esta unidad cuenta con cama tipo Queen de 1.60 m de ancho x 1.90 m de largo con colchón tipo Pullman y 2 sillas con mesa de madera de lujo.

Cabañas familiares: servicio de hospedaje en cabaña de 40 metros cuadrados con doble pared de madera y 35% del techo en cristal (vidrio de seguridad) baño privado con ducha en cristal al aire libre con agua caliente y jacuzzi a las afueras de la cabaña con vista al cielo, y al bosque andino, con sistema de calefacción y recirculación de agua caliente. Cuenta con un altillo que pueden ver las aves, con una habitaciones, una con cama doble tipo Queen de 1.60 m de ancho por 1.90 m de largo con colchón tipo Pullman, la segunda con dos camas sencillas de 90 cm de ancho por 1.90 m de largo con colchón tipo Pullman cada una. Tiene 4 sillas con mesa, una alfombra para mantener el calor y un sofá cama.

La tarifa contemplada es de $290.000 la cabaña estándar, 340.000 la cabaña premium y 450.000 la cabaña familiar por cada noche. Estos servicios están acompañados por un asistente encargado de velar por el buen funcionamiento de los elementos dispuestos en la unidad de hospedaje y por el óptimo desarrollo de la experiencia de los usuarios. Nuestra política de reservas es flexible permitiendo cambio de fechas a última hora y cancelación con reintegro de dinero. Incluye desayuno para 2 o 4 personas dependiendo del servicio, guianza por los senderos, seguro hotelero y demás servicios descritos en las propuestas de valor. Los costos asociados con los almuerzos, cenas y actividades adicionales serán cobrados de manera adicional de acuerdo con lo requerido por cada cliente.

Metas

Indicador Empleos:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Ventas:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Mercadeo (eventos):

Meta para el primer año: N/A

Indicador Contrapartida SENA:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Empleos Indirectos:

Meta para el primer año: N/A

VIII - Estructura financiera

Plan de Compras

Consumos por Unidad de Producto:

Cabaña estándar - Noche (22 horas de servicio)				
Materia Prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Presentacion**	**Margen de Desperdicio (%)**
Materia Prima				
Costo unitarios de Cabañas Estandar	Unidad	1	Unidad	0
Cabaña premium - Noche (22 horas de servicio)				
Materia Prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Presentacion**	**Margen de Desperdicio (%)**
Materia Prima				
Costo unitarios Cabañas premium	Unidad	1	Unidad	0
Cabañas familiares - Noche (22 horas de servicio)				
Materia Prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Presentacion**	**Margen de Desperdicio (%)**
Materia Prima				
Costos unitarios Cabaña Familiar	Unidad	1	Unidad	0

Costos de Producción

Tabla de costos de producción en pesos (incluido IVA)					
Tipo de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Materia Prima	$ 4,205,212.00	$ 5,154,207.68	$ 5,782,384.08	$ 6,819,764.03	$ 8,036,446.45
Totales	**$ 4,205,212.00**	**$ 5,154,207.68**	**$ 5,782,384.08**	**$ 6,819,764.03**	**$ 8,036,446.45**

Proyección de Compras (Unidades)					
Tipo de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Materia Prima					
Costo unitarios Cabañas premium	$ 117.00	$ 134.00	$ 139.00	$ 151.00	$ 164.00
Costo unitarios de Cabañas Estandar	$ 142.00	$ 159.00	$ 164.00	$ 181.00	$ 201.00
Costos unitarios Cabaña Familiar	$ 82.00	$ 94.00	$ 99.00	$ 107.00	$ 114.00

Proyección de Compras (Pesos)					
Tipos de Insumo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Materia Prima					
Costo unitarios Cabañas premium	$ 1,442,844.00	$ 1,784,612.00	$ 1,999,381.56	$ 2,345,750.27	$ 2,751,518.20
Costo unitarios de Cabañas Estandar	$ 1,751,144.00	$ 2,117,651.04	$ 2,358,982.56	$ 2,811,793.37	$ 3,372,287.55
Costos unitarios Cabaña Familiar	$ 1,011,224.00	$ 1,251,944.64	$ 1,424,019.96	$ 1,662,220.39	$ 1,912,640.70
Total	**$ 4,205,212.00**	**$ 5,154,207.68**	**$ 5,782,384.08**	**$ 6,819,764.03**	**$ 8,036,446.45**
IVA	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**
Total mas IVA	**$ 4,205,212.00**	**$ 5,154,207.68**	**$ 5,782,384.08**	**$ 6,819,764.03**	**$ 8,036,446.45**

Costos Administrativos

Gastos de Puesta en Marcha:

Descripción	**Valor**
Escrituras y Gastos Notariales	748,900.00
Permisos y Licencias	00.00
Registro Mercantil	00.00

Registros, Marcas y Patentes	00.00
Total:	**$ 748,900.00**

Gastos Anuales de Administracion:

Descripción	Valor
Cargos por servicios bancarios	600,000.00
Facturación electrónica	2,400,000.00
Pagos por arrendamientos	27,600,000.00
Publicidad	5,590,000.00
Reparaciones y mantenimiento	00.00
Seguros	2,640,000.00
Servicios Públicos	2,400,000.00
SG - SST y elementos de seguridad industrial	1,800,000.00
Suministros de Oficina	600,000.00
Suscripciones y Afiliaciones	00.00
Teléfono, Internet, Correo	1,200,000.00
Total:	**$ 44,830,000.00**

Ingresos

Fuentes de Financiación:

Recursos solicitados al fondo emprender en (smlv) 75

Aporte de los Emprendedores

Nombre	Valor	Detalle
Bien		
Camas King completas	$ 3,000,000.00	3 Camas King completas
Carpas Kioscos	$ 5,000,000.00	2 Carpas de Kioscos del restaurante
Celular Iphone	$ 2,500,000.00	Celular Iphone
Computadora Apple	$ 1,500,000.00	Computadora Apple
Muebles centro	$ 1,500,000.00	3 Muebles centro
Dinero		
Gastos de Constitución	$ 50,000.00	Gastos de Constitución
Gastos Notariales	$ 698,900.00	Gastos Notariales
Total:	**$ 14,248,900.00**	

Recursos de Capital

Cuantía	Plazo	Forma de Pago	Interes (Nominal/Anual)	Destinación
No hay registros para mostrar				

Proyeccion de Ingresos por Ventas

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cabaña estándar	$ 41,180,000.00	$ 49,798,800.00	$ 55,473,984.00	$ 66,122,196.00	$ 79,302,942.00
Cabaña premium	$ 39,780,000.00	$ 49,204,800.00	$ 55,124,064.00	$ 64,673,602.00	$ 75,860,824.00
Cabañas familiares	$ 36,900,000.00	$ 45,684,000.00	$ 51,963,120.00	$ 60,655,090.00	$ 69,793,080.00
Total	**$ 117,860,000.00**	**$ 144,687,600.00**	**$ 162,561,168.00**	**$ 191,450,888.00**	**$ 224,956,846.00**
Iva	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**
Total con Iva	**$ 117,860,000.00**	**$ 144,687,600.00**	**$ 162,561,168.00**	**$ 191,450,888.00**	**$ 224,956,846.00**

Egresos

Índice de Actualización monetaria 1.08

Inversiones Fijas y Diferidas

Concepto	Valor	Mes	Fuente de financiación
Infraestructura - Adecuaciones	$ 48000000,00	0	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	$ 11700000,00	0	Fondo Emprender
Muebles y Enseres y Otros	$ 10750000,00	0	Fondo Emprender
Equipo de Comunicación y Computación	$ 4000000,00	0	Aporte Emprendedores
Gasto Preoperativos	$ 748900,00	0	Aporte Emprendedores

Gasto Preoperativos	$ 28321230,00	0	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	$ 5000000,00	0	Aporte Emprendedores
Muebles y Enseres y Otros	$ 4500000,00	0	Aporte Emprendedores
Total:	**$ 113,020,130.00**		

Costos de Puesta en Marcha

Descripcion	Valor
Escrituras y Gastos Notariales	$ 748,900.00
Permisos y Licencias	$ 00.00
Registro Mercantil	$ 00.00
Registros, Marcas y Patentes	$ 00.00
Total	$ 748,900.00

Costos Anualizados Administrativos

Descripcion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cargos por servicios bancarios	$ 600,000.00	$ 648,000.00	$ 699,840.00	$ 755,827.20	$ 816,293.38
Facturación electrónica	$ 2,400,000.00	$ 2,592,000.00	$ 2,799,360.00	$ 3,023,308.80	$ 3,265,173.50
Pagos por arrendamientos	$ 27,600,000.00	$ 29,808,000.00	$ 32,192,640.00	$ 34,768,051.20	$ 37,549,495.30
Publicidad	$ 5,590,000.00	$ 6,037,200.00	$ 6,520,176.00	$ 7,041,790.08	$ 7,605,133.29
Reparaciones y mantenimiento	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Seguros	$ 2,640,000.00	$ 2,851,200.00	$ 3,079,296.00	$ 3,325,639.68	$ 3,591,690.85
Servicios Públicos	$ 2,400,000.00	$ 2,592,000.00	$ 2,799,360.00	$ 3,023,308.80	$ 3,265,173.50
SG - SST y elementos de seguridad industrial	$ 1,800,000.00	$ 1,944,000.00	$ 2,099,520.00	$ 2,267,481.60	$ 2,448,880.13
Suministros de Oficina	$ 600,000.00	$ 648,000.00	$ 699,840.00	$ 755,827.20	$ 816,293.38
Suscripciones y Afiliaciones	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Teléfono, Internet, Correo	$ 1,200,000.00	$ 1,296,000.00	$ 1,399,680.00	$ 1,511,654.40	$ 1,632,586.75
Total	$ 44,830,000.00	$ 48,416,400.00	$ 52,289,712.00	$ 56,472,888.96	$ 60,990,720.08

Gastos de Personal

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	$ 15,600,000.00	$ 16,848,000.00	$ 18,195,840.00	$ 19,651,507.20	$ 21,223,627.78
Honorarios contador	$ 6,000,000.00	$ 6,480,000.00	$ 6,998,400.00	$ 7,558,272.00	$ 8,162,933.76
Personal de apoyo	$ 15,600,000.00	$ 16,848,000.00	$ 18,195,840.00	$ 19,651,507.20	$ 21,223,627.78
Total	$ 37,200,000.00	$ 40,176,000.00	$ 43,390,080.00	$ 46,861,286.40	$ 50,610,189.31

Capital de Trabajo

Componente	Valor	Fuente de financiación	Observación
Arrendamientos	$ 4,600,000.00	Fondo Emprender	Arrendamientos
Gastos Notariales y gastos de constitución	$ 748,900.00	Aporte Emprendedores	Gastos Notariales
Honorarios Contador	$ 2,500,000.00	Fondo Emprender	5 meses Honorarios Contador
Nomina Gerente Emprendedor	$ 5,927,670.00	Fondo Emprender	3 meses de Nomina Gerente Emprendedor
Nomina Operario	$ 7,903,560.00	Fondo Emprender	Nomina Operario- Personal de apoyo por 4 meses
Publicidad y Mercadeo	$ 5,590,000.00	Fondo Emprender	Publicidad y Mercadeo
SG - SST y elementos de seguridad industrial	$ 1,800,000.00	Fondo Emprender	SG - SST y elementos de seguridad industrial
Total:	**$ 29,070,130.00**		