

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Eco Luz Amazonas

Trabajo de Grado

Autor

Isabella Zabaleta Vidal

Bogotá

2022

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Eco Luz Amazonas

Trabajo de Grado

Autor

Isabella Zabaleta Vidal

Administración de Empresas

Bogotá

2022

Tabla de Contenido

Glosario	7
Resumen	8
Abstract	9
Etapa 1 Exploración de Ideas	10
1.1. Temáticas exploradas	10
1.2. Temática seleccionada y justificaron de la selección.....	10
1.3. Entendimiento del entorno	11
1.4. Visión del proyecto	20
1.5. Presentación del equipo emprendedor	21
Etapa 2 Desarrollo de Ideas	23
2.1. Descripción del proyecto.....	23
2.2. Comunidad beneficiara o segmento de mercado	23
2.3. Identificación del problema de usuarios	25
2.4. Plan de observación	31
2.5. Principales hallazgos y aprendizajes.....	35
2.6. Anexos	38
Etapa 3 Propuesta de Valor	46
3.1. Diseño de la propuesta de valor del cliente	46
3.2. Visualización de la solución	47

3.3. Validación de la solución	48
3.4. Aprendizajes o resultados de la validación	48
Bibliografía	52

Lista de Graficas

Grafica 1. PIB por sectores del departamento de Amazonas	14
Grafica 2. Genero	39
Grafica 3. Edad.....	39
Grafica 4. Lugar de residencia	40
Grafica 5. Nacionalidad	40
Grafica 6. Motivos para viajar a Colombia.....	41
Grafica 7. Lugares que ha visitado o planea visitar en Colombia	41
Grafica 8.Limitación de viaje en Colombia	42
Grafica 9.Aspectos preocupantes para visitar Colombia	42
Grafica 10. Ultima experiencia de viaje	43
Grafica 11. Preferencias de hospedaje.....	44
Grafica 12. Alojarse en Ecohotel	44
Grafica 13. Considera alternativas ecológicas como parte del mejoramiento de los daños ambientales...	45
Grafica 14. Escogería Amazonas para visitar	45

Lista de Tablas

Tabla 1. Grupos de indígenas presentes en el Departamento del Amazonas	13
Tabla 2. Hoteles y Ecohoteles	28
Tabla 3. Modelo de negocio-Canva.....	50

Lista de Figuras

Figura 1. Mapa del departamento de Amazona.....	12
Figura 2. Servicios aéreos a Leticia.....	19
Figura 3. Matriz DOFA.	26
Figura 4. Árbol problema.....	34

Glosario

Ecohotel: “Son alojamientos que respetan el entorno, construidos y desarrollados bajo criterios sostenibles/medioambientales” (Caja de Ingenieros, 2020).

Ecológico: “Dicho de un producto o de una actividad: Que no es perjudicial para el medio ambiente” (RAE, 2021).

Ecoturismo: “Turismo con el que se pretende hacer compatibles el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente” (RAE, 2021).

Emprendimiento: “Acción y efecto de emprender” (RAE, 2021).

Emprendedor: “Que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras” (RAE, 2021).

Medio ambiente: “Conjunto de circunstancias exteriores a un ser vivo” (RAE, 2021).

Turismo: “Actividad o hecho de viajar por placer” (RAE, 2021).

Resumen

El presente trabajo se lleva a cabo con el fin de presentar una propuesta de emprendimiento enfocado hacia el desarrollo de un Ecohotel de lujo que sirva para extranjeros y haciéndolo desde una mirada del ecoturismo social en la región de Amazonas al sur del país. La Desde una Mirada del Ecoturismo Social en el Amazonas. Para el desarrollo de este proyecto se profundizo en conocer el contexto en que se desarrolla este emprendimiento, y a partir de allí poder desarrollar las ideas como parte de la descripción del proyecto para enfocarlo hacia lo social, educativo e inclusivo buscando incidir sobre el ecoturismo inteligente de turistas colombianos y extranjeros. Se realizan entrevistas para entender las necesidades y principales problemáticas y tener un mayor acercamiento con las opiniones de los turistas y comprender mejor las posibilidades del establecimiento de un ecohotel. Se estableció la solución ante las problemáticas y a partir del análisis del contexto, de la problemática y las entrevistas se presente el modelo de negocio a través de la herramienta Canva.

Palabras claves: ecohotel, ecoturismo, emprendimiento, emprendedor, ecológico

Abstract

The present work is carried out to present an entrepreneurial proposal focused on the development of a luxury Ecohotel that serves foreigners and doing it from a social ecotourism perspective in the Amazonas region in the south of the country. The From a View of Social Ecotourism in the Amazon. For the development of this project, the context in which this undertaking is developed was deepened, and from there to be able to develop the ideas as part of the description of the project to focus it towards the social, educational, and inclusive, seeking to influence the intelligent ecotourism of Colombian and foreign tourists. Interviews are conducted to understand the needs and main problems and have a closer relationship with the opinions of tourists and better understand the possibilities of establishing an ecohotel. The solution to the problems was established and from the analysis of the context, the problem and the interviews, the business model is presented through the Canva tool.

Keywords: ecohotel, ecotourism, entrepreneurship, entrepreneur, ecological

Etapa 1 Exploración de Ideas

1.1. Temáticas exploradas

Soy una persona con un interés predominante por la ecología y lo referente al medio ambiente, además del entendimiento por emprender de manera ecológica, que quiere decir esto, que es de suma relevancia invertir económicamente y obtener ganancias a partir de ello, pero, sin hacerle daño al planeta, buscando mejorar las condiciones ambientales y ecológicas de la naturaleza.

Me apasiona poder emprender desde una perspectiva ecológica y ambiental, en el cual pueda tener un negocio propio, pero, sin influenciar en los daños ambientales o cambios climáticos que muchas empresas generan. Me motivan mis ideales y mi forma de ser, es decir, mi personalidad ecológica pero a la vez emprendedora.

En cinco años, me veo haber terminado mi carrera profesional y adicional a esto haber logrado obtener resultados económicos a partir de este proyecto y ambientalmente no haber causado ningún tipo de daño al entorno en el cual se desarrolla este proyecto de Ecohotel de Lujo. Los sueños o planes que tengo con respecto a este proyecto son lograr crear un hotel ecoturístico para extranjeros, sin dejar de lado los turistas nacionales, posicionarlo en el mercado del turismo y darle una visión diferente a lo que se entiende como ecoturismo, que sea más social, educativo e inclusivo.

1.2. Temática seleccionada y justificaron de la selección

Esta temática es interesante, puesto que me permite emprender y mejorar mis condiciones laborales a través de proyectos de emprendimiento propios que, permitirán manejar mi propio tiempo y lograr cosas significativas para el ambiente y el emprendimiento, pero, además para mi vida personal y profesional.

Las expectativas con respecto a este proyecto es poder ejecutarlo, poder innovar con una temática diferente en el mercado de los hoteles ecoturísticos a través de una nueva idea: creativa y transformada de lo que normalmente se hacen en este tipo de hoteles. Hay que tener en cuenta que este es un proyecto que se pretenderá ejecutar a largo plazo y que contará con diferentes fases para su realización.

De igual manera, se encuentra planteado totalmente bajo mi influencia, puesto que son ideas que he tenido en mi mente con el fin de poder ejecutarlas. No obstante, en cuanto a la parte económica esta será influenciada por alguien más, es decir, de un socio capitalista.

1.3. Entendimiento del entorno

Al hablar de las características en los cambios de factores del entorno es posible mencionar que no hay como tal un Ecohotel de Lujo que solo se enfoque a extranjeros, en la región amazónica sino que los hay, pero acorde con los comunes. Los hoteles en el Amazonas según el Plan de Desarrollo Turístico del Departamento del Amazonas (PDTDA), hay un registro de

aproximadamente 60 establecimientos de alojamiento y hospedajes, lo cual estos se encuentran calificados por 4 estrellas y algunos con tres, son hoteles estándares que se manejan en el sector de hoteles, es decir con aire acondicionado, televisión, refrigeradores en las habitaciones. Un dato importante que entrega este plan de desarrollo es que: *“Los huéspedes con motivos turísticos son principalmente eco-turistas. Aquellos con motivos profesionales son principalmente educadores, científicos, comerciantes y empresarios”* (p. 449 siendo un dato clave para saber y tener el conocimiento a quienes se le ofrece este servicio hotelero, que para el caso sería un Ecohotel para eco turistas extranjeros, sin dejar de lado los nacionales.

De acuerdo con el PDTDA (2012), este se encuentra ubicado en el extremo sur del país, limitando con Perú y Brasil. Tiene una extensión de 109.665 km² que trasciende al 9.6% del territorio nacional. Leticia es la ciudad capital con diferentes corregimientos en todo el departamento. Sus tres principales ríos son el Amazonas, Putumayo y Caquetá. De acuerdo con el DANE del 2005 la población era de 46.950 en todo el departamento, el cual el 53.2% residen en las cabeceras y el 46.8% en lo concerniente a áreas rurales, según lo anterior este es el tercer departamento menos poblado al igual que Guania y Vaupés. Cuenta con 24 pueblos indígenas.

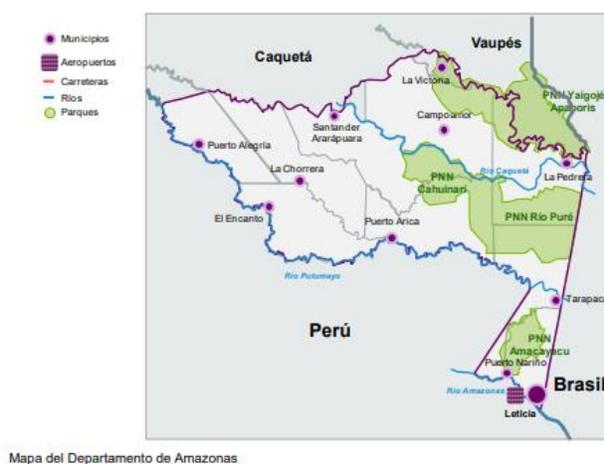


Figura 1. Mapa del departamento de Amazona.

Fuente de elaboración: PDTDA (2012).

Tabla 1.

Grupos de indígenas presentes en el Departamento del Amazonas.

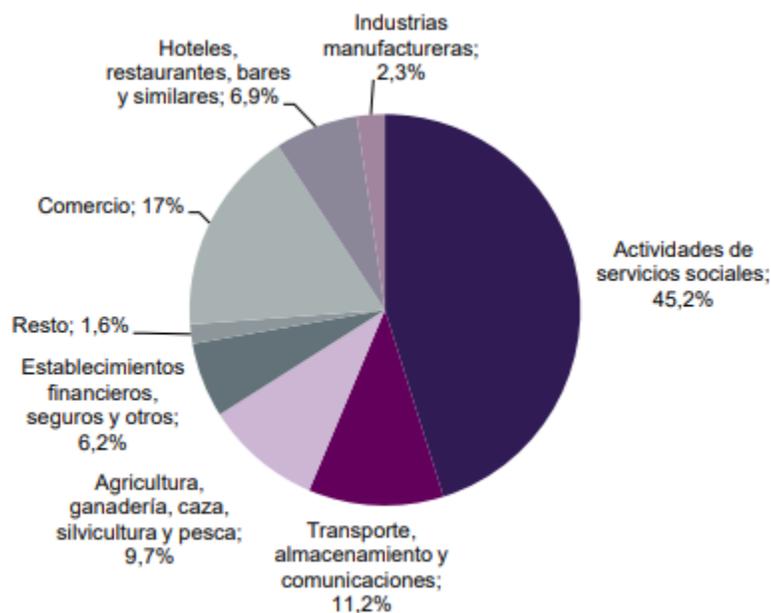
Grupos indígenas presentes en el Departamento del Amazonas			
Nombre	Etnia	Mpio/Cgto	Área (ha)
El Vergel, Zaragoza, Mocagua, Macedonia	Ticuna	Leticia	16.750
Isla de ronda	Cocama	Leticia	60.230
Km. 6-11	Huitoto, Ticuna	Leticia	7.540
La Playa	Ticuna, Cocama	Leticia	246
Miriti - Paraná	Tanimuka, Yucuna, Matapi, Cubeco, Cabiari, Miraña, Tetuama, Makú y otras	Leticia	1.600.000
Nazareth	Ticuna	Leticia- Solano	1.367
Puerto Sábalo y Los Monos	Huitoto	Leticia	211.480
San Sebastián, San Antonio de los Lagos	Ticuna	Leticia	247
Santa Sofia	Ticuna	Leticia	4.209
Cotuhe-Putumayo	Ticuna	Leticia-Tarapacá	245.227
Puerto Córdoba	Miraña, Yucuna	Mirita	39.700
Comeyafú	Tariano, Yucuna y otras	Pedreira	19.180
Curare-Los Ingleses	Yucuna, Cubeco	Pedreira	212.320
Puerto Nariño	Ticuna	Puerto Nariño	140.623
Nunuya de Villazúl	Muinane y otros	Puerto Santander	59.840
Predio Putumayo	Huitoto, Bora, Muiname	La Chorrera Puerto Alegria, Puerto Arica	5.819.505
Arara	Ticuna	Leticia	12.308
Aduche	Adoke	Puerto Santander Leticia	57.900
Monochoa	Huitoto	Solano	229.440
Yaigojé-Apaporis	Tanimuka Miriti-Paraná	La Victoria, La Pedreira, Taraira	1.023.320
San José del Río	Cocama	Leticia	548
Puerto Triunfo	Ticuna, Cocama	Leticia	1.129
Camaritagua	Yucuna, Miraña, Tanimuka	La Pedreira	8.878
San Juan de los Parentes	Ticuna	Leticia	46
Total			9.708.867

Fuente: Plan de Desarrollo Departamental 2008-2011

Fuente de elaboración: PDTDA (2012).

De igual manera, siguiendo con la información que suministra el PDTDA (2012), afirma que el PIB del departamento se encontraba hasta el 2010 en un 4.8 millones de personas lo cual es tres veces inferior al PIB per cápita del país. La mayor fuente de empleo que en el departamento tiene son los servicios sociales, el cual está relacionado con las entidades públicas como la gobernación, los municipios, alcaldías e instituciones presentes en el departamento, esto en un 45%. Otra de las actividades económicas es el comercio, representando el 17% del PIB, y es de

esta manera debido a que tiene frontera con Perú y Brasil, además del eje fluvial comercial desde el Río Amazonas. A continuación se evidencia el PIB del departamento por sectores:



Grafica 1. PIB por sectores del departamento de Amazonas.

Fuente de elaboración: PDTDA (2012).

Un dato clave en este departamento es que gracias al entorno natural con el que cuenta, se le abre paso al desarrollo del turismo como una fuente económica, lo cual se ejerce más que todo en Leticia y Puerto Nariño y lo concerniente al río, para la realización de actividades turísticas. Teniendo en cuenta la gráfica anterior, es posible observar que el PIB que aporta los hoteles, restaurantes, bares y similares, es de 6,9% lo cual esto es bajo siendo el Amazonas un atractivo turístico, que, debería tener mayores ganancias, claro está, sin que dañe la reserva natural y ecológica a través de ello, sino que sea un turismo sostenible, ecológico.

Ahora bien, hay que tener en cuenta que “*En 2016 el Departamento Amazonas es un destino turístico internacional para disfrutar del ecoturismo y vivir una experiencia única sobre el Río Amazonas, a través de la selva, el río y la cultura*” (p. 89) y que esto la hace un poco más llamativa como destino turístico, pues ya tiene un reconocimiento internacional y es más viable la idea de concretar planes turísticos única y exclusivamente para extranjeros. El departamento cuenta con unas áreas específicas de bienes naturales para la realización de ecoturismo, estas son en total 35, que se mencionan a continuación, tomado del PDTDA (2012):

- Quebrada Yahuaraca / Kilómetros
- Quebrada Pichuna / Kilómetros
- Reserva Natural Cerca Viva / Kilómetros
- Reserva Natural Teresita / Kilómetros
- Tanimboca Reserva Natural de la Sociedad Civil / Kilómetros
- Reserva Natural Cananguchos / Kilómetros
- Aguas Claras Reserva Natural de la sociedad Civil / Kilómetros
- Reserva Natural Otra Parte / Kilómetros
- Reserva Natural Agape / Kilómetros
- Alto de Cantagallo / Leticia
- Lago Yahuaraca / Leticia
- Quebrada San Antonio / Leticia
- Playas de la comunidad La Playa / Leticia
- Reserva Natural Falan / Leticia
- Reserva Natural 4 Vientos / Leticia
- Reserva Natural Selva Luna / Leticia

- Parque Nacional Natural Amacayacu / Puerto Nariño
- Lago Tarapoto y anexos / Puerto Nariño
- Lago Socó / Puerto Nariño
- Río Loretoyacu / Puerto Nariño
- Río Atacuari / Puerto Nariño
- Río Amacayu / Puerto Nariño
- Río Amazonas / Río Amazonas
- Río Takana / Río Amazonas
- Río Calderón / Río Amazonas
- Río Tucuchira / Río Amazonas
- Río Matamata / Río Amazonas
- Río Pacoatua / Río Amazonas
- Río Parana / Río Amazonas
- Isla de la Fantasía / Río Amazonas
- Isla Ronda / Río Amazonas
- Isla de los Micos / Río Amazonas
- Isla Korea / Río Amazonas
- Isla Zaragocilla / Río Amazonas
- Isla Mocagua / Río Amazonas

Es decir, se tiene claridad de las áreas en la cuales se es permitido legalmente realizar ecoturismo, definición importante debido a la claridad que otorga para la realización de actividades ecoturísticas. Y de poder implementar este Ecohotel, porque hablar de ecología no solo se trata de generar recursos económicos a partir de ello, sino de ser ecológicamente

amigable con el ambiente, con la protección de la fauna y de la flora, y ante todo con incentivar un turismo ecológico, sin perjudicar a la madre naturaleza.

Por otra parte, se puede decir que el entorno, el cual es el Amazonas colombiano, es un ambiente propicio para desarrollar el ecoturismo y propiciar el cuidado del medio ambiente pero a su vez plantear una idea emprendedora que genere recursos económicos y además empleos en la región. Es quizás en la actualidad un mercado con bastante competencia, pero, que si se trabaja de manera constante, creativa, innovativa, comprometida y ante todo con una pertinencia social, cultural, ecológica se puede generar una transformación en cómo se vende el turismo en el Amazonas colombiano.

De igual manera, de acuerdo con el PDTDA (2012): *“la Visión Amazonas 2019 otorga al sector turístico un papel preponderante en el desarrollo del departamento, en un marco turístico sostenible, accesible y favorecedor para todos sus habitantes”* (p, 86). Con lo anterior se puede decir que, el turismo en las Amazonas cada vez va en aumento y es importante para poder tener éxito con esta idea de emprendimiento, plantear un proyecto innovador y que tenga un impacto positivo en el turismo y en lo ambiental.

Por lo tanto, el entorno es complejo debido a la competencia, pero como tal no es turbulento ni tampoco incierto, más bien es un entorno que por su acogida es de suma importancia la necesidad de realizar nuevas estrategias turísticas para la realización de un proyecto como el Ecohotel. Algunas de las oportunidades que tiene este sector son:

- Se puede mencionar que, en las Amazonas de acuerdo con lo leído los ecohoteles son enfocados a todo tipo de cliente y por tanto el que esta solo está enfocada hacia turistas extranjeros la hace una oportunidad.
- Destino seguro

- Proyección internacional como “Marca Amazonas”
- Reconocimiento internacional del Amazonas
- Sostenibilidad medioambiental, económica y socio-cultural
- Apuesta a consolidar el Amazonas como destino turístico
- 100% de las llegadas turísticas son de extranjeros
- Apoyo gubernamental

Y algunas amenazas que puede tener este sector son:

- Agencias de ecoturismo
- Agencias de aventura
- Competencia
- Hoteles estándares
- Hoteles enfocados hacia el ecoturismo

Con respecto a las agencias y operadoras turísticas en el Amazonas, de acuerdo con el Registro Nacional de Turismo hay 111 agencias de viajes, operadoras turísticas, guías turísticas y operadoras de viajes en el Amazonas, con una mayor presencia en la capital. Por parte del sector hotelero, cuenta con 60 establecimientos de alojamiento y hospedaje, con una máxima calificación de 4 estrellas, resaltado en los establecimientos hoteleros os eco-turistas teniendo una ocupación entre junio hasta octubre como temporada alta. En cuanto al transporte se hace por vía aérea desde Bogotá por medio de las empresas LAN (Latam) y COPA, y con unas salidas y llegadas específicas presentadas en el siguiente cuadro:

Servicios aéreos a Leticia

Destino	Aerolínea	Hora vuelos ida	Hora vuelos regreso	Valor aprox*	Capacidad por destino	Tasa de ocupación por frecuencia**	Operación
LETICIA	LAN	11:30 / 13:35	14:15/16:10	452.500	BOEING 737 PASAJEROS DE 104 A 189 PASAJEROS	95 % Y 100%	VUELO DIARIO
	Copa	12:52 /14:52	15:27/17:27	565.500	EMBRAER 190 CAPACIDAD DE 94 A 106 PASAJEROS	95 Y 100%	VUELOS DE LUNES A VIERNES Y LOS SABADOS VUELA EN HORAS DE LA TARDE

*Los valores comprenden impuestos

**Los datos sobre la tasa de ocupación por frecuencia fueron proporcionados por las aerolíneas correspondientes

Figura 2. Servicios aéreos a Leticia.

Fuente de elaboración: PDTDA (2012).

El turismo en el Amazonas es relativamente nuevo, pues debido a la ubicación y las dificultades que encontraba para desplazarse los turistas evitaban este destino. No obstante, de un tiempo para acá el turismo ha generado cambios relevantes en cuanto a la forma de ser y existir por ser una ciudad fronteriza, haciendo también una transformación de la perspectiva en relación con las dimensiones simbólicas, físicas, políticas y prácticas para condicionar y acondicionar lo referente con el negocio turístico, aclarando que muchas veces esto ha afectado a sus habitantes (Aponte, 2017).

A nivel legal el turismo en el Amazonas se encuentra amparado por el Acuerdo 032 de 2002- Plan Básico de Ordenamiento Territorial Municipal de Leticia-Amazonas en donde lo que establece son normas específicas del territorio general y específico para el desarrollo turístico como turismo, según las Leyes 388 de 1997, 902 de 2004 y Decreto 402 bajo el marco de la ley 1523 del 2012. Por lo que además establece que no todos los territorios del departamento están permitidos hacer turismo, y para la realización del turismo se debe cumplir con los parámetros que ejerce el marco legal del departamento (PDTDA, 2012). De igual manera, según este plan hay tres tipos y tendencias de turismo en el Amazonas, estas son:

- Eco-turismo:
- Etno-turismo
- Turismo Académico científico

1.4. Visión del proyecto

Lo que se pretende realizar con este proyecto de emprendimiento es la creación de un Ecohotel enfocada hacia turistas extranjeros, no queriendo decir esto que no se acepten turistas nacionales, sino que nuestro target de mercado es más enfocado hacia los turistas extranjeros, el cual lo que se busque es ofrecerles a los extranjeros planes turísticos con un enfoque ecológico y social. Posicionar el Ecohotel de Lujo para extranjeros en el Amazonas se busca hacerlo mediante un turismo aventurero, de planes innovativas, en el cual el turista se sienta a gusto con lo que se le está ofreciendo, captando su atención acerca de los planes que puede hacer en el Amazonas y mostrando las ventajas que tiene escoger un Ecohotel.

El cambio que se pretende lograr con este es en primera instancia ambiental, en donde los turistas que visiten el Amazonas se sientan con la necesidad de cuidar el lugar en el que se encuentran, es decir, crear una consciencia socio-ambiental de ser turistas responsables más que todo en lugares exóticos como los es el Amazonas. A su vez otro de los cambios es tener una perspectiva diferente de lo que hacen normal y tradicionalmente los hoteles y principalmente los ecológicos, pues con este proyecto lo que se busca es innovar, crear y ser amigables con el ambiente.

A largo plazo lo que se pretende con este proyecto es en primera instancia posicionar el ecoturismo como una forma de vender el turismo, pero, cuidando el medio ambiente, obtener ganancias económicas, ser el Ecohotel con la mayor visita de extranjeros, generación de empleos e incursionar como agencia ecoturísticas a través del Ecohotel, que quiere decir esto, que desde el Ecohotel se programen los planes turísticos para los huéspedes.

1.5. Presentación del equipo emprendedor

Los promotores o emprendedores de este proyecto son: Isabella Zabaleta y Fernando Zabaleta, quienes cuenta con un pequeño lote en Macedonia, Leticia, Amazonas para la realización de este proyecto ecológico del hotel y además se cuenta previamente con una materia prima importante como la madera para la realización de este. No obstante se necesita contar con el apoyo de entidades privadas o gubernamentales para tener una inyección de capital para poder llevarlo a cabo, por tanto teniendo en cuenta esto, se investigó en posibles patrocinadores y se encontraron los siguientes:

- INNpuls Colombia (publico)
- Corporación Ventures (mediante concurso)
- Fondo de Emprendedores SENA (a través de convocatorias y enfocada hacia emprendimientos sociales)
- SISCLIMA (entidad público-privada a financiar emprendedores a través de los esfuerzos por la mitigación, prevención y adaptación del cambio climático)

- Red de Emprendedores Bavaria (mediante concurso)
- Corporación Financiera Nacional (apoyo emprendimiento cualquier sector)

Siendo estos algunos, además de financiamientos a través de los bancos a emprendedores y porque no, de organismos internacionales como el BID a través de concursos.

La experiencia, por un lado de Fernando Zabaleta, quien es ingeniero de petróleos y adicional a ello tiene una especialización en gerencia de proyectos, el cual cuenta con experiencia amplia laboral y profesional en cuanto a la realización de proyecto. Y por otra parte, la realizadora principal de este proyecto con un énfasis emprendedor y estudiante de negocios y marketing que se encarga de toda la búsqueda y del planteamiento del proyecto ecológico del hotel.

El rol que desempeño dentro del proyecto es como la creadora de la idea Ecohotel de Lujo, en el cual tengo un interés predominante por el ambiente y el cuidado de este, buscando realizar ideas de emprendimiento que no dañen al planeta y más específicamente a la naturaleza y riquezas biodiversas de Colombia, pero que a su vez esto pueda generar ganancias económicas en lo personal, a empleados y al país. Por lo tanto, es posible mencionar que, las mayores fortalezas del equipo es la del conocimiento en cuanto a ideas de negocio y de emprendimiento, la experiencia laboral y profesional en proyecto, además de la creatividad e interés por el cuidado del entorno, del medio ambiente y principalmente que a través de este Ecohotel de lujo no se infiere y perjudique la naturaleza del entorno del Amazonas.

Etapa 2 Desarrollo de Ideas

2.1. Descripción del proyecto

El siguiente proyecto de emprendimiento es con el fin de crear un Ecohotel para extranjeros en el cual la idea principal es contribuir al medio ambiente desde un Ecohotel sostenible y renovable, en donde se utilice material ecológico y que a su vez esto ayude a mejorar al medio ambiente a través del turismo social inteligente. De igual manera, también se pretenden desarrollar programas de actividades ecológicas en el Amazonas dirigidos a grupos de extranjeros que deseen conocer y experimentar la selva amazónica colombiana, de una manera diferente, llamativa, innovadora y creativa, con un enfoque desde el ecoturismo social y de aventura.

2.2. Comunidad beneficiara o segmento de mercado

El segmento de mercado se encuentra dirigido hacia única y exclusivamente grupos de extranjeros. Es relevante trabajar con este mercado puesto que se encuentra muerto y se puede innovar en ello para obtener beneficios. Ahora bien, mediante este proyecto también se beneficiará las personas nativas del Amazonas puesto que serán estas mismas que guiaran a los

turistas que visitan la región, es decir, hay una comunidad beneficiara y un segmento de mercado.

Teniendo claro el segmento de mercado, el cual son los turistas extranjeros, es posible decir a nivel general en Colombia que el turismo de extranjero para el 2010 era de 2,6 millones de personas y para finales del 2018 era de 6.5 millones (Dinero, 2018), cifras realmente prometedoras y con un gran beneficio económico para la industria turística. Algunas de las nacionalidades que mayormente llegan a Colombia son turistas provenientes de Estados Unidos, Argentina, Brasil, México, Ecuador, Perú y España. Donde el mayor número de turistas llegan por vía aérea con un promedio de 11.4 millones de viajeros llegaron a los diferentes aeropuertos del país y otro transporte realmente importante son los cruceros, que, según El Espectador alrededor de 350 mil turísticas extranjeros llegaron por el mar, a las ciudades de Cartagena, Santa Marta y San Andrés, todos ellos por el caribe (Colombia.com, 2018).

De manera general, el perfil demográfico de los turistas extranjeros son generalmente adultos jóvenes de 26 a 35, en una gran mayoría: hombres, profesionales, empleados o que viven fuera del hogar paterno, por tanto con ello se infiere que son personas con un buen nivel de ingreso económico. Un dato importante y que es pertinente citar textualmente es que:

(...) se evidencia que los Mayoristas internacionales, y los operadores Turísticos en Colombia, no venden productos para este perfil, ni conocen las necesidades del viajero, contando únicamente con ofertas dirigidas a parejas y grupos familiares. En consecuencia, este tipo de viajeros optan por planear y organizar su viaje a Colombia de manera independiente, sin recurrir a los servicios de las agencias de viaje (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012, p.27).

Y es un dato clave, debido a que es un mercado que no se encuentra copado, pues es entonces una necesidad para este segmento de mercado de viajeros que desean tomar la decisión de viajar al Amazonas y vivir una experiencia diferente, una aventura y ante todo tener confort al momento de hospedarse, que para el caso sería en un Ecohotel de lujo que no dañe al medio ambiente y que ante todo sea sostenible y renovable, buscando con ello alternativas ambientales y ecológicas para tener un hotel de lujo pero diferente, y ante todo amigable con la naturaleza. A su vez, enfocando también el Ecohotel hacía el turismo actividades diferentes y específicas para este grupo, y no única y exclusivamente para familias o grupos con actividades un poco monótonas con respecto a esta población.

Por lo cual, de acuerdo con lo anterior el segmento de mercado de esta idea de emprendimiento será de jóvenes adultos y adultos entre los 25 a 40 años, que tengan una personalidad aventurera pero que además les gusten los negocios y en cierta medida económicamente se encuentren en una buena posición, o por lo menos con un trabajo estable que le permita hacer uso de este Ecohotel, a su vez que tengan un interés realmente predominante por hacer ecoturismo y siendo esta su mayor motivación, que pretendan visitar Colombia y más específicamente al Amazonas por lo menos una semana.

2.3. Identificación del problema de usuarios

El Amazonas es un mercado que aún se encuentra con potencialidades por descubrir, haciéndolo de una manera ambiental y ecológica, social y educativa, en el que no solo se haga

para obtener beneficios económicos sino que sea para el desarrollo integral de la región, hacia la consecución de metas. No obstante existen debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, que permiten tener un panorama general acerca de la situación en el Amazonas y que en el Plan de desarrollo Turístico de Amazonas (2012), deja ver con claridad cuáles son estas, haciéndolo a través de una matriz DOFA y que será presentada a continuación:

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento del potencial turístico del Departamento por parte del sector • Desconocimiento por parte de los prestadores de servicio de la variedad del inventario turístico del departamento • Informalidad del transporte público • Falta de cultura ciudadana hacia el turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversificación del producto turístico por la amplitud de atractivos existentes: naturales, científicos, étnicos, tres fronteras • Desarrollo de actividades turísticas innovadoras con foco en el mercado de servicios y productos amazónicos sostenibles • Aprovechamiento de la situación de tres fronteras para el turismo (Colombia, Brasil y Perú)
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Destino sin los problemas de seguridad que afectan a otros departamentos Colombianos • La diversidad: étnica, biológica, cultural, ecológica, social e infinidad de escenarios de interés turístico • La marca Amazonía / Amazonas, reconocida a nivel internacional • Una red fluvial superior a 5000 Km. de vías navegables 	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de narcotráfico y guerrilla • Conflictos de tierra entre colonos e indígenas • Deterioro de la cultura étnica y ambiental

Figura 3. Matriz DOFA.

Fuente de elaboración: Plan de desarrollo turístico (2012)

De acuerdo con la matriz anterior, es posible darse cuenta de las principales problemáticas que tiene el departamento del Amazonas en materia de turismo, y que muchas veces son estas determinantes en los turistas para poder elegir este destino turístico para su próxima aventura, vacaciones, entre otras.

Por lo tanto, los mayores problemas que presenta el turismo hacia el Amazonas es la seguridad en general, debido a los conflictos con el narcotráfico y la guerrilla, y que analizando ello es posible decir que el aumento que se menciona anteriormente de 2.5 millones en 2010 a

6.5 millones en el 2018 es quizás debido a los procesos de paz que se llevaron a cabo y que en cierta medida se mitigaron un poco los casos de violencia con respecto a esta área en específico. De igual manera los conflictos de los colonos y los indígenas por el territorio, así como el deterioro de la cultura y lo ambiental, siendo esto atractivo para los turistas tanto nacionales como internacionales.

Muchas turistas tanto nacionales como extranjeros no tienen conocimiento acerca de las potencialidades con las que cuenta el departamento, las agencias turísticas no hacen promoción adecuada y no captan de manera más llamativa al viajero, por lo tanto se convierte en una debilidad que, mediante proyectos como estos que busquen el turismo ecológico y social se potencia estas actividades sin dañar el ecosistema amazónico, haciéndolo de una manera responsable.

Ahora bien, hay de igual manera una problemática en el Departamento del Amazonas en cuanto al turismo y es a la manera de cómo llegan, pues como se evidencia en el entendimiento del entorno el acceso de las aerolíneas es limitado y algunas aerolíneas operan para esta ciudad (Leticia), pues muchos viajeros no tienen conocimiento como hacerlo, al igual que no precisan claridad de los hoteles y hostales convenientes, y el posicionamiento a través de las plataformas digitales, pues lo concerniente a ello el departamento apenas está en proceso de optimizar este recurso.

Otro problema que pueden tener los turistas extranjeros provenientes de países de idiomas diferentes al español, lo cual para ello es importante contar con guías turísticos que por lo menos tengan conocimientos del idioma inglés y pueda con ello abarcar este segmento de mercado para lograr acuerdos ecoturísticos, motivando en el departamento el turismo bilingüe. Y, finalmente, una problemática en todo el país es que la población de 26 a 35 años prefiere el viaje solo y sin

intermediarios, por lo que mediante esta agencia de viaje este segmento de mercado pueda atraerse.

De igual manera, la situación hotelera y a nivel general el turismo en el Amazonas se encuentra muy deficiente aun, son diversos los aspectos en los que hay que mejorar e invertir, pero cabe mencionar que la forma en la que se haga es primordial, el Amazonas a nivel general en Sur América es una de las selvas más importantes a nivel mundial que cubre a varios países, es por ello la necesidad de su preservación y conservación. Es por ello por lo que teniendo en cuenta lo anterior se plantea un emprendimiento hacia lo ecológico, hacia un Ecohotel, que no dañe el medio en el que esta y que desde este mismo haya una responsabilidad socio ambiental con el medio, y promueve el turismo ecológico-inteligente.

De acuerdo con lo anterior y con el fin de unir los diferentes problemas identificados, se plantea uno integral, para entender y comprender el problema, haciéndolo principalmente desde la siguiente pregunta: ¿Cómo incentivar el turismo en el Amazonas, a partir del mejoramiento de diferentes problemáticas o limitaciones que se le presentan a los turistas para la creación de ideas innovativas que ayuden a que se incentive el ecoturismo social, educativo e inclusivo?

Ahora bien teniendo en cuenta lo anterior, es pertinente tener las siguientes preguntas orientadoras para lograr entender la necesidad de un Ecohotel de Lujo y que las personas lo visualicen como una alternativa de hospedaje cómoda, ambiental, económica y social. Estas son:

1. ¿Por qué elegir hospedarse en un Ecohotel de Lujo? La siguiente pregunta se responde con la siguiente tabla:

Tabla 2.

Hoteles y Ecohoteles

Hoteles	Ecohoteles
----------------	-------------------

-
- | | |
|---------------------------------------|--|
| • Comodidad | • Comodidad |
| • Privacidad | • Privacidad |
| • Todo estará limpio y arreglado | • Todo estará limpio y arreglado |
| • Desayuno y comidas | • Desayuno y comidas |
| • Servicios adicionales | • Servicios adicionales |
| • Piscina | • Piscina |
| • Jacuzzi | • Atención 24 horas |
| • Canchas | • Ofertas personalizadas |
| • Gimnasio | • Consume menos recursos de
materiales y energéticos |
| • Localización | • Utilización de paneles solares |
| • Atención 24 horas | • Habitaciones ecológicas |
| • Ofertas personalizadas | • Uso de productos biodegradables |
| • Seguridad | • Respeto al ecosistema |
| • Rapidez y facilidad de las reservas | • Arquitectura acorde con el entorno |
| | • Empleados comprometidos con el
medio ambiente |
| | • Ahorro en costos |
| | • Gestión de residuos a través de las
Estrategias 4R (Reducción,
recuperación, reutilización y
reciclaje) |
-

-
- Cocina ecoamigable
 - Certificaciones de edificaciones sostenibles
 - Innovación y marketing, desde el ecoturismo, ya que representa un valor agregado
-

Fuente: elaboración propia

Ahora bien, teniendo en cuenta lo sucedido con respecto a la pandemia COVID-19 del año presente, 2020, es necesario y pertinente mencionar la importancia que está tomando la ecología y la protección a la naturaleza, ya que se ha evidenciado la necesidad de su preservación y de cómo en los meses de confinamiento, cuarentena y asilamiento social ha ayudado al planeta a regenerarse y mejorar sus playas, sus ríos, boques, selvas y a nivel general aspectos claves que dan cuenta de esta necesidad, debido a ello plantearse hospedarse en un Ecohotel es incentivar a mejorar el ambiente.

2. ¿Cuáles son las ventajas de los Ecohoteles de Lujo? La mayor ventaja de los ecohoteles y que es a nivel global, es que son más amigables con el medio ambiente.
3. ¿Por qué hacer turismo en el Amazonas? Porque es una zona poco explorada
4. ¿Por qué hacer ecoturismo? Porque de esta manera se hace turismo pero, de una manera ecológica, ambiental y responsable con el planeta, su naturaleza.
5. ¿Por qué hacer ecoturismo social, educativo e inclusivo? Porque de esta manera se incluye a las étnicas y personas nativas del amazonas y además, se hace social por que beneficiaría a la comunidad, educativo porque ayuda a que el amazonas sea conocido de

manera historia a través de las aventuras y de los nativos con un enfoque a su vez bilingüe.

2.4. Plan de observación

Para la realización del plan de observación, este se realizó más hacia la investigación literaria y a encuestas a extranjeros que han visitado Colombia o planean hacerlo y a colombianos. El plan de observación se realizó por medio de encuestas, con unas preguntas específicas, a personas extranjeras desconocidas y conocidas, escogidas a conveniencia debido a los siguientes componentes: extranjeros que hayan venido a Colombia o que planeen hacerlo de manera concreta, es decir, que tengan tiquetes y fechas establecidas. Las preguntas realizadas fueron básicamente con el fin de dar cuenta de la problemática presentada, esto con el fin de indagar las motivaciones, limitaciones y aspectos relevantes con respecto a lo que piensan los extranjeros acerca de Colombia como destino turístico, esta le fue realizada a 50 personas, debido a que lo que se intenta hacer es un acercamiento.

Lo que se busca con esta entrevista, es entender las necesidades y las principales problemáticas, que ciudades principales desean visitar y provenientes de que países. Para la realización de estas entrevistas, algunas se hicieron de manera personal, otras personas por vía online debido a que se encuentran fuera del país y los encargados de realizar estas entrevistas serán los realizadores de este proyecto. Las preguntas que se realizaron fueron las siguientes, cabe mencionar que fue una elaboración propia y se realizaron tanto en español como en inglés:

1. Género/Gender
2. Edad/Age
3. Lugar de residencia/Residence
4. Nacionalidad / Nationality
5. ¿Por qué motivo escogió o escogería Colombia como destino turístico para visitar? /
Why did you choose or would you choose Colombia as a tourist destination to visit?
6. ¿Lugares que ha visitado o que planea visitar en Colombia? Places you have visited or
plan to visit in Colombia?
7. ¿Qué limitaciones de viaje ha tenido en Colombia? / What travel limitations have you
had in Colombia?
8. ¿Qué aspectos de Colombia le preocupan para hacer turismo? / What things in
Colombia worry you about planning a trip?
9. ¿Dónde fue su última experiencia de viaje? / Where was your last travel experience?
10. ¿Qué preferencias tiene al momento de hospedarse en hoteles? / What are your
preferences when staying in hotels?
11. ¿Ve usted una alternativa en alojarse en Ecohoteles de lujo? / Do you see an alternative
to staying at Luxury Ecohotels?
12. Sabiendo que el turismo en cierta forma causa en ocasiones que el medio ambiente se
perjudique a causa de ello ¿Cree usted que alternativas ecológicas de turismo como
ecohoteles, agencias de viaje ecológicas, turismo socioambiental son pertinentes para
mejorar los daños al planeta sin perjudicar poder viajar y conocer nuevos lugares? /
Knowing that tourism in some way sometimes causes the environment to be harmed
because of it Do you think that ecological tourism alternatives such as eco-hotels,

ecological travel agencies, socio-environmental tourism are relevant to improve damage to the planet without harming being able to travel and discover new places?

13. ¿Ha considerado usted el Amazonas colombiano como una alternativa turística a visitar? / Have you considered the Colombian Amazon as a tourist alternative to visit?

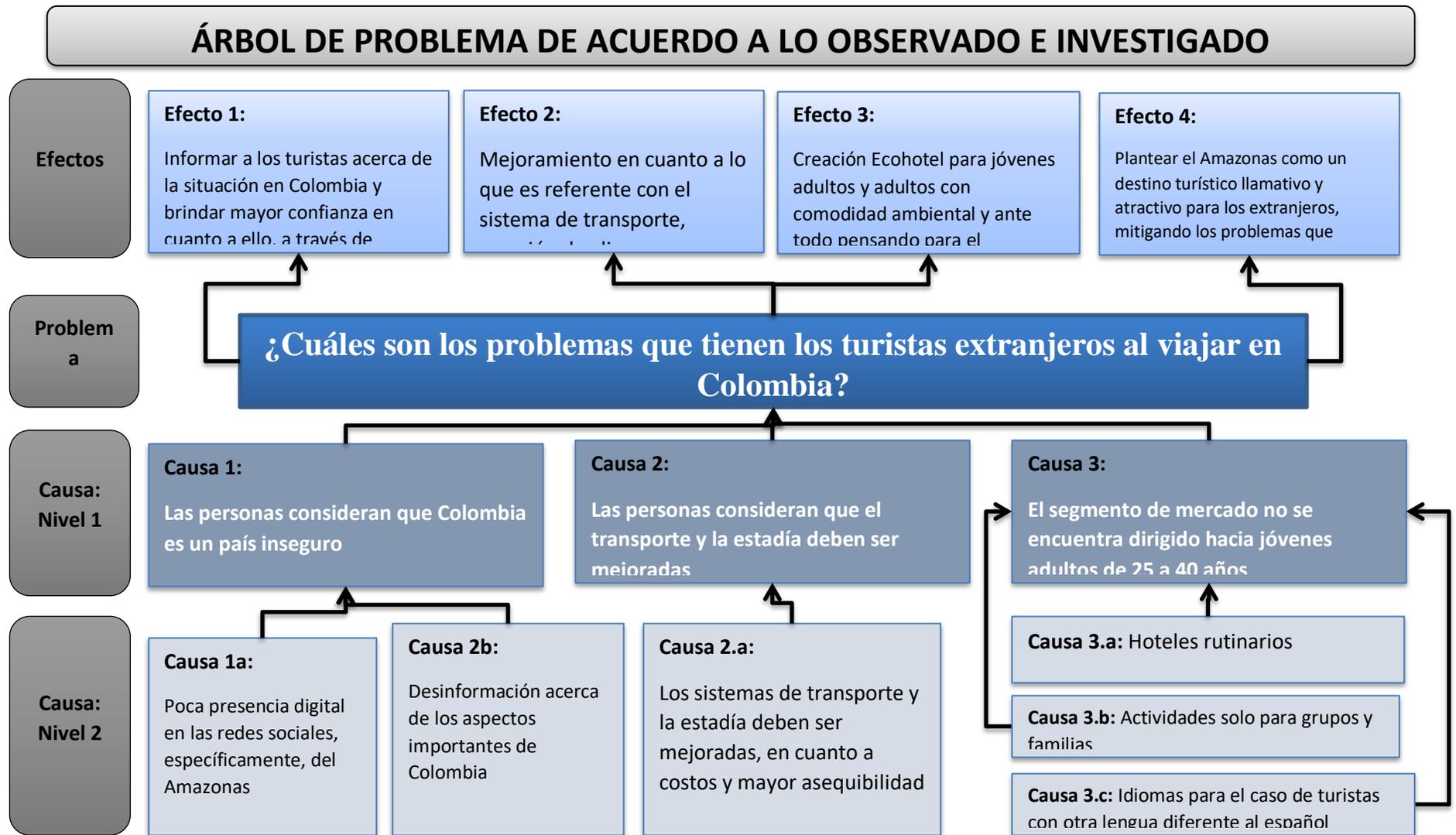


Figura 4. Árbol problema.

Fuente de elaboración: propia

2.5. Principales hallazgos y aprendizajes

Los principales hallazgos que se obtuvieron en la indagación de las principales problemáticas, de mercado y de la observación realizado, se puede determinar que, el target de clientes o usuarios para esta idea de emprendimiento son jóvenes adultos en edades entre 25 a 40 años, pues es una población que debe ser intervenida para crear la necesidad de la presencia de un hotel Ecohotel en la zona y que además tenga un enfoque diferente. Una de las mayores preocupaciones es la seguridad, otros por los tiquetes que son costosos, o el transporte para llegar al Amazonas, acorde con la información teórica encontrada. Es necesario mencionar que para la realización de las encuestas se tomaron 20 colombianos y 20 personas extranjeras, estas últimas son provenientes de diferentes partes del mundo, y, en el apartado Anexo, punto siguiente de este, se podrán evidenciar las gráficas obtenidas de las encuestas.

Otro hallazgo es que, mediante las encuestas la mayoría de los encuestados tanto colombianos si les gustaría visitar el Amazonas, un 80% dice que sí, un 18% dice que no ha pensado en ello y 2% afirma que no tenía conocimiento acerca de la existencia del Amazonas., además que esta se relaciona con los lugares o que planean visitar en Colombia, lo cual independientemente, las personas tienen preferencias por Bogotá (22%), Medellín (19%) y Cartagena (19%), y el Amazonas (Leticia) (12%) al igual que Cali (12%) son las ciudades con menos preferencia, y en un puesto intermedio se encuentra Santa Marta (16%), cabe mencionar que se escogieron estas ciudades por ser las más populares turísticas, ya que no se podía colocar todas las ciudades de Colombia.

Por otra parte en cuanto al motivo, lo cual el 50% son colombianos, los extranjeros escogen o vendrían a Colombia por su Naturaleza y paisaje (25%), por amigos, familia y conocidos (20%) o por vacaciones y trabajo (5%). Ahora bien en cuanto a los aspectos que le preocupan, uno de las mayores preocupaciones es la seguridad (74%) del país, por el dinero (18%), por las personas (4%) y por la pandemia (4%), siendo esta última una influyente en la actualidad, pues esta encuesta se hizo en medio de la emergencia sanitaria a causa del COVID-19, lo cual esto ha podido cambiar, pues puede que las personas les preocupe en la actualidad a la entrega de este trabajo, visitar Colombia y cualquier país a causa del virus en el 2020.

Por otra parte, las mayores limitantes para visitar Colombia ya sea que lo hayan hecho, que sean colombianos o que planeen hacerlo son, el costo de viaje (51%), hospedaje (31%), clima (9%), trabajo y tiempo (3%), seguridad, transporte y carreteras (2% cada una). Ahora bien, hay que tener en cuenta cuales son las preferencias de hospedaje de las personas, que, para este trabajo es de suma relevancia, ya que la idea de emprendimiento es enfocada hacia el hospedaje, por lo cual los encuestados tienen preferencias al momento de hospedarse de la siguiente manera: Hoteles con estrellas (30%), Airbnb (27%), hostales (25%) y Ecohoteles (18%), como se puede evidenciar el porcentaje menor es para los ecohoteles, por lo tanto es necesario en primera medida crear conciencia de la importancia del turismo ecológico y sostenible.

En relación con las últimas experiencias de viaje, las personas respondieron los siguiente Europa (35%), Norteamérica (25%), Suramérica (24%), Asia (5%), Solo destinos nacionales (3%) en Colombia, y África, Centroamérica y el Este medio (2% para cada uno), por lo cual se puede evidenciar las preferencias de la población a nivel general por el continente europeo, pero que, Suramérica se encuentra entre las preferencias de viaje, y además hay que tener en cuenta

que esto puede variar dependiendo del lugar en el que se encuentren los encuestados, pues hay destinos que por cercanía y por economía prefieren cerca a sus países.

Por lo tanto, con lo anterior es importante el aprendizaje a partir de ello es que la publicidad hacia este destino debe ser llamativa, creativa, innovativa y ante todo para personas con una orientación o gusto por la selva, el río, las etnias, la aventura, la ecología, la naturaleza, que, si bien es cierto en las entrevistas algunos mencionaron que su mayor motivación es las personas y la naturaleza, por tanto esto es un atractivo bastante interesante que, quizás debido a la poca dedicación de la industria del turismo pro promover al ecoturismo en el Amazonas es uno de los destinos menos visitados, por lo que las personas si se plantean este destino pero tienen claro que es de difícil acceso.

Por lo cual, la idea de Ecohotel, también es necesario hacer consciencia de la importancia del ecoturismo, y en cuanto a que si las personas encuestadas verían una alternativa en los Ecohoteles de lujo para hospedarse, 79% dijo que si y el 21% dijo que no, por lo cual con ello es pertinente afirmar la importancia de explicar y dar a conocer los beneficios de un Ecohotel. Y en cuanto a si ve una alternativa ecológica que no dañe el ambiente en cuanto a contemplar hacer uso o si está de acuerdo con los ecohoteles, las agencias de viaje ecológicas, el turismo socioambiental como parte de la mejora de los daños al ambiente el 93.5% considera que si es una alternativa y el 6.5% considera que no, por lo cual hay una evidente preocupación por los encuestados acerca del medio ambiente.

El problema como tal, son las limitaciones que tienen los extranjeros y los nacionales al hacer turismo, es posible mencionar que a pesar de que ha incrementado el turismo en el Amazonas que es el área de interés de este proyecto de emprendimiento, es pertinente afirmar que, como tal las soluciones no las ha habido, pues por parte del ecoturismo pocas son las empresas turísticas

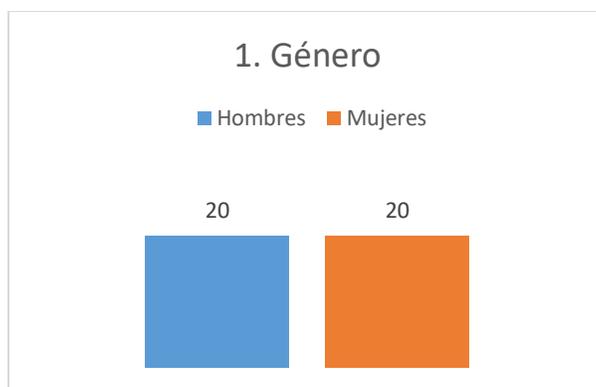
dedicadas a ello, y mucho menos enfocadas hacia jóvenes adultos, por lo tanto esta es una verdadera oportunidad para poder tener éxito con este proyecto, pues hay unas ventajas a favor:

1. Ecohotel dedicado a jóvenes adultos;
2. Ecohotel enfocada al ecoturismo;
3. Ecohotel de lujo, una alternativa cómoda de hospedaje ecológico;
4. El Amazonas es una zona que es poco explorada y que, muchos consideran en ir pero no lo hacen por las limitaciones. Son estas las principales ventajas que se tienen desde este proyectan para ayudar a la solución del problema.

Los aprendizajes que se obtuvieron adicionalmente, es que es un proyecto que al inicio se planteó de una manera y que a medida que se iba escribiendo, investigado, preguntando, se tornó hacia un proyecto de emprendimiento ecoturístico, pero con un enfoque no solo ecológico, sino también social, educativo, ambientalista, inclusivo, con una idea diferente de hacer turismo, pues no se plantearían las mismas actividades de turismo que normalmente se realizan sino que se haría a través de unas actividades diferentes y con un direccionamiento para jóvenes adultos que deseen explorar el Amazonas por su comida, los deportes, los pueblos, la cultura, los ríos, las fronteras, entre otros.

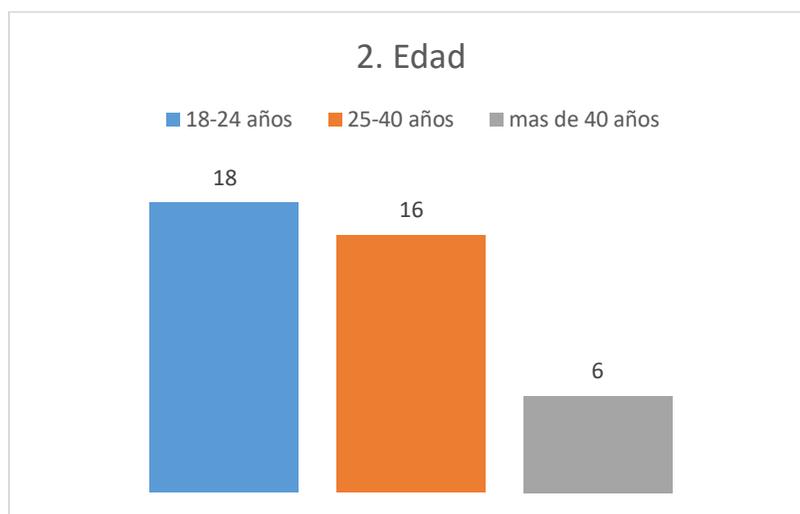
2.6. Anexos

A continuación se presenta los resultados obtenidos a través de Google Encuestas de forma online a 19 colombianos y 19 extranjeros. Estos fueron:



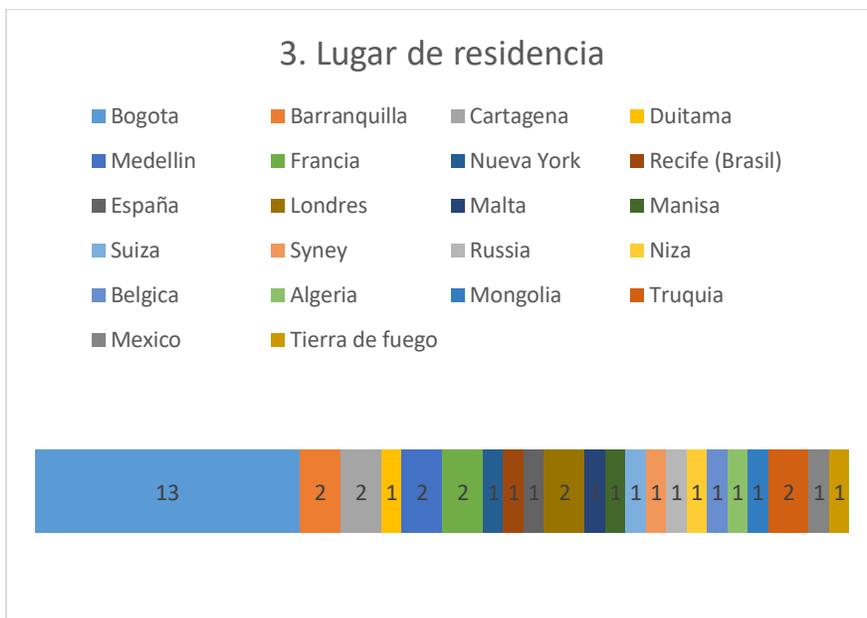
Grafica 2. Genero

Fuente: elaboración propia



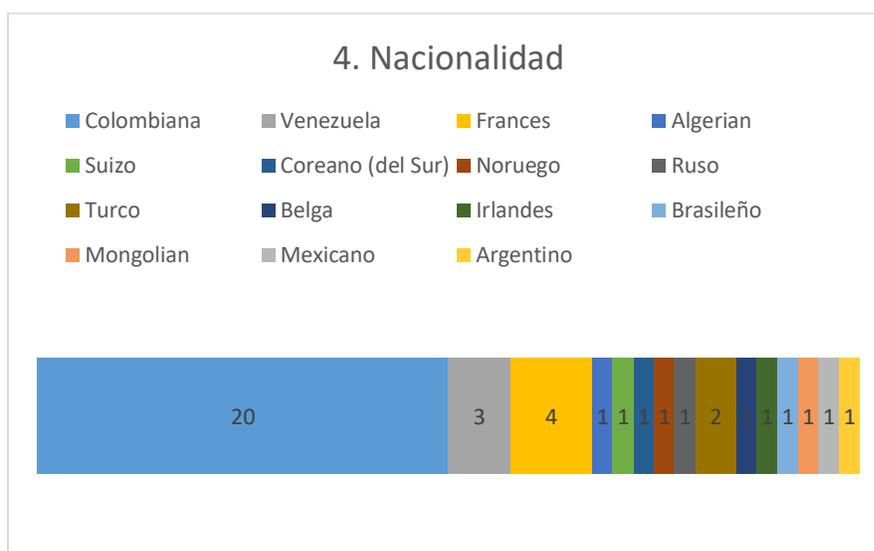
Grafica 3. Edad

Fuente: elaboración propia



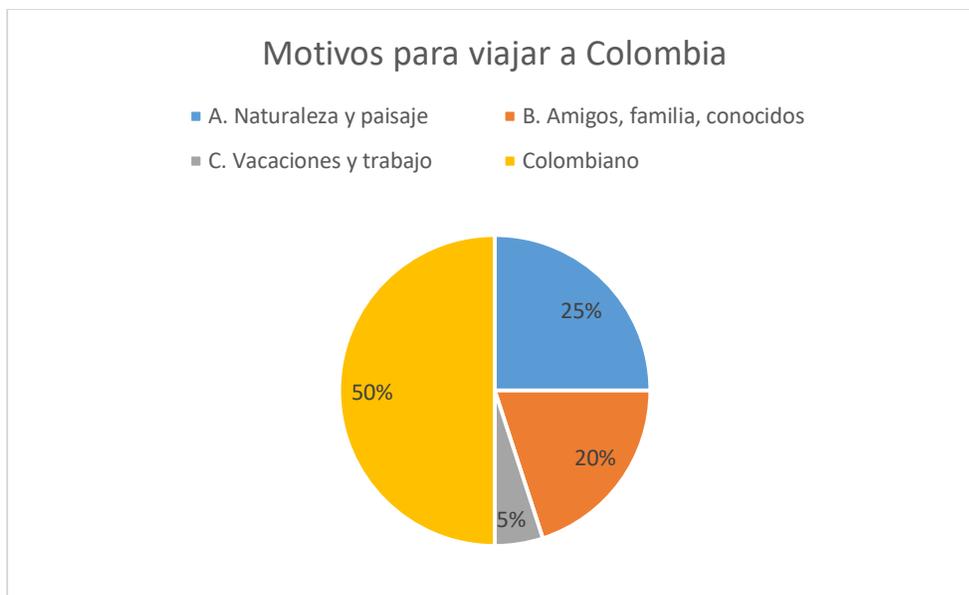
Grafica 4. Lugar de residencia

Fuente: elaboración propia



Grafica 5. Nacionalidad

Fuente: elaboración propia



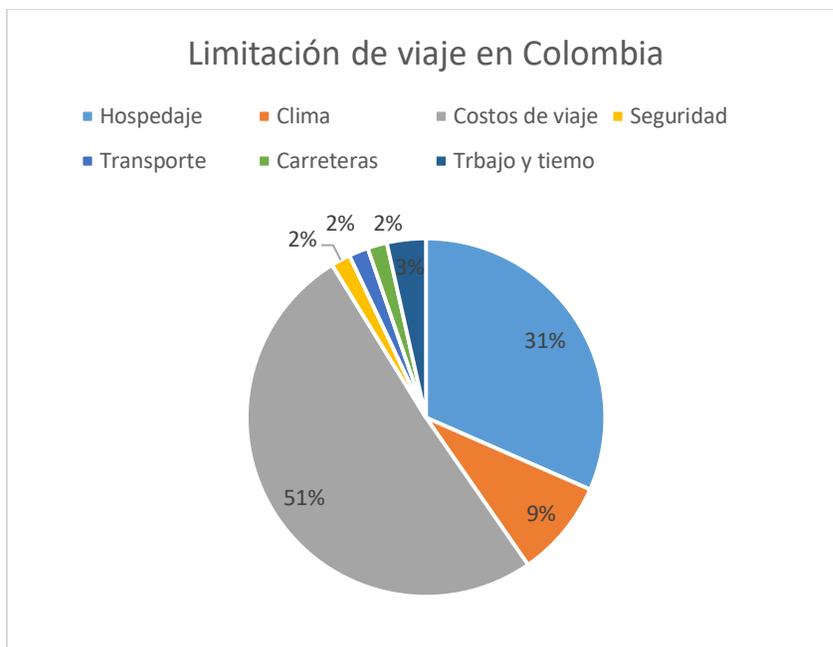
Grafica 6. Motivos para viajar a Colombia

Fuente: elaboración propia



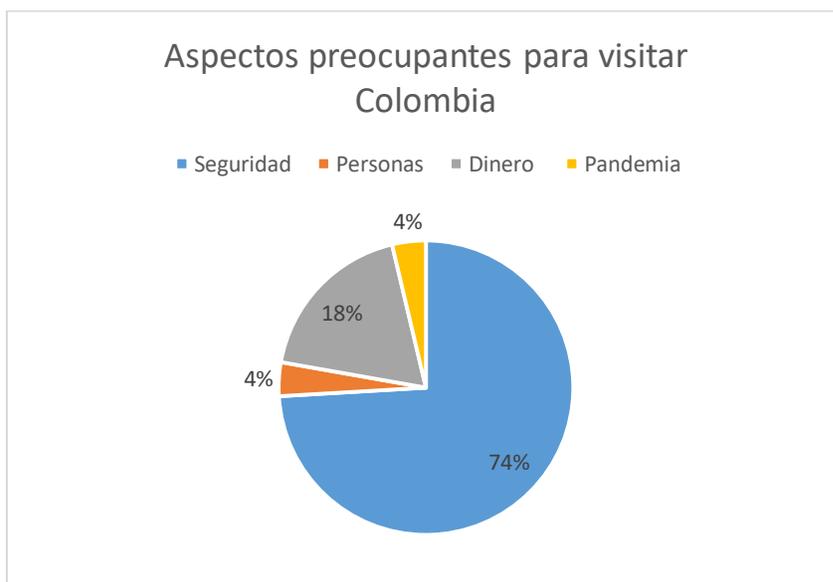
Grafica 7. Lugares que ha visitado o planea visitar en Colombia

Fuente: elaboración propia



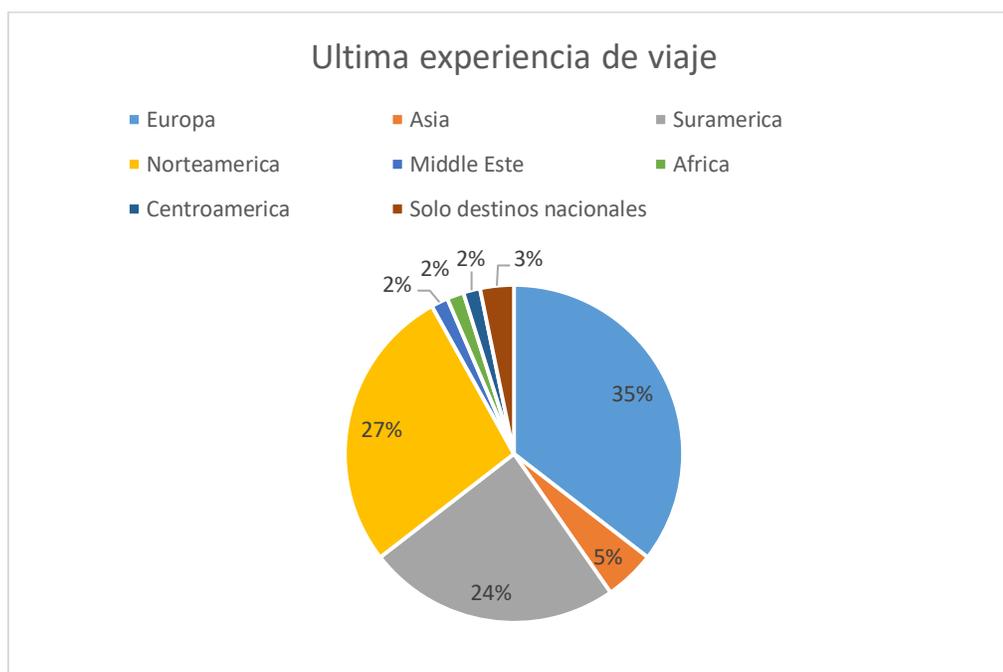
Grafica 8.Limitación de viaje en Colombia

Fuente: elaboración propia



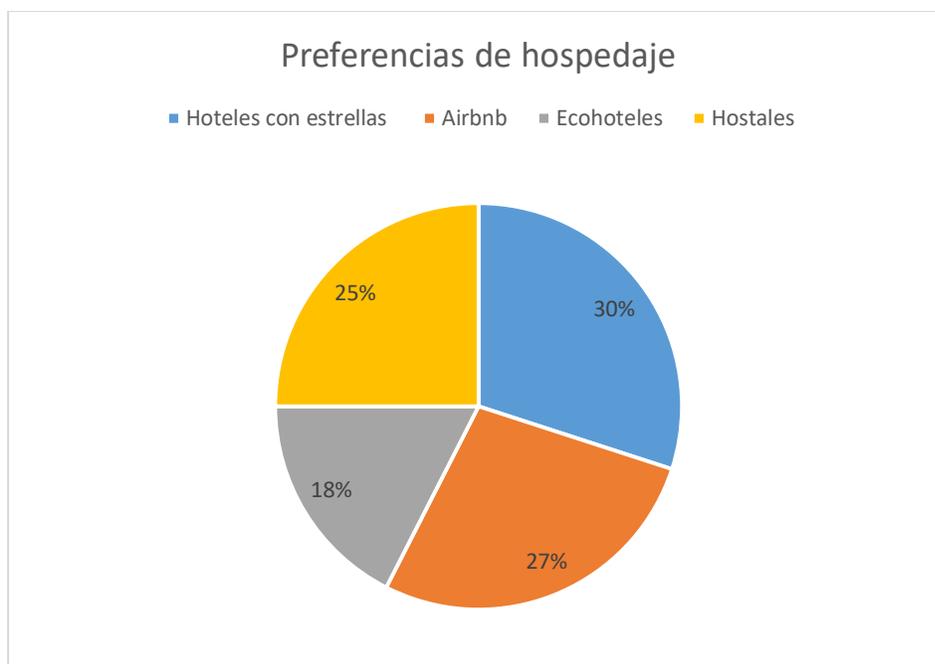
Grafica 9.Aspectos preocupantes para visitar Colombia

Fuente: elaboración propia



Grafica 10. Ultima experiencia de viaje

Fuente: elaboración propia



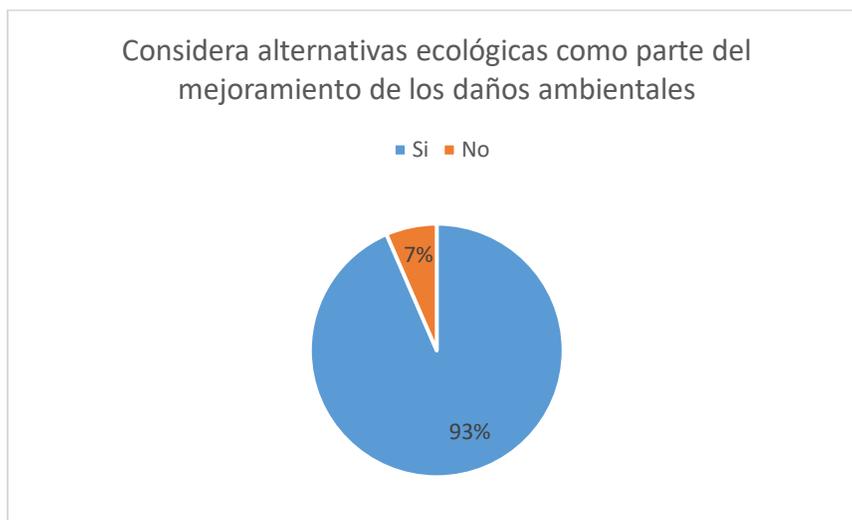
Grafica 11. Preferencias de hospedaje

Fuente: elaboración propia



Grafica 12. Alojarse en Ecohotel

Fuente: elaboración propia



Grafica 13. Considera alternativas ecológicas como parte del mejoramiento de los daños ambientales

Fuente: elaboración propia



Grafica 14. Escogería Amazonas para visitar

Fuente: elaboración propia

Etapa 3 Propuesta de Valor

3.1.Diseño de la propuesta de valor del cliente

El Ecohotel de Lujo es la propuesta de valor que se les brindará a los posibles clientes, es decir, a los viajeros aventureros y con una inclinación por el ecoturismo en el Amazonas. A través del Ecohotel se les brindará a los turistas extranjeros y nacionales comodidad, confort y buen precio como destino turístico para sus vacaciones y en gran parte lo que se venderá es una experiencia inolvidable y diferente, abarcando el segmento de mercado en edades de 25 a 40 años, en grupos o individuales, según preferencia del cliente.

Las principales novedades que brinda este Ecohotel es que su target de usuarios son adultos jóvenes aventureros, con un interés por el ecoturismo social, que, les interesa hacer actividades extremas, que es poco común en la región del Amazonas, por lo tanto el Ecohotel será una alternativa ecológica, inteligencia, social y ambiental para aquellos que piensan en el planeta. De igual manera, la integración de viajeros solos que al estar en el destino turístico conocen personas de otras partes del mundo, compartiendo experiencias de cocina, deportes extremos, cultura, historia, recreación, música, etnia y diferentes alternativas de actividades para estos turistas.

Los beneficios que tiene para el cliente es que podrá adquirir a precios asequibles planes de viaje (hospedaje, actividades turísticas) que cubran su necesidad, pues el Ecohotel brindará las mejores oportunidades de acuerdo con una ficha técnica para el entendiendo y conocimiento de las necesidades que tiene el cliente, pues estas se harán de acuerdo a ello, pues no serán planteadas sin un significado sino que tendrá unas especificidades, de acuerdo a una tendencia de los viajeros y según la personalidad del cliente. Así mismo, no se tendrá que preocupar por los diversos aspectos que muchas veces le impiden viajar, y contará con actividades diferentes acorde con sus necesidades.

3.2. Visualización de la solución

Para la visualización de la solución de los problemas identificados, se hará primero que todo por medio de las redes sociales, es decir, tener una presencia en las plataformas digitales para que la agencia pueda ser reconocida. Antes de ello, tener la creación de una serie de servicios ofrecidos y el por qué elegir esta agencia de viajes para la organización del próximo viaje.

Es importante que haya mucha publicidad no solo en Colombia sino en el extranjero a través de las redes sociales y mediante conocidos con la publicidad de la voz a voz de amigos, conocidos y personas allegadas en el extranjero. Dar a conocer el target de usuarios, las actividades, y la metodología con la que trabaja esta agencia.

3.3. Validación de la solución

Los canales que se utilizarán primordialmente son las redes sociales y plataformas digitales, los usuarios serán extranjeros alrededor del mundo. Se podrán contactar con la agencia a través de las redes, teléfonos, correo electrónico para así brindarles un servicio especializado desde el ecoturismo social, educativo e inclusivo.

3.4. Aprendizajes o resultados de la validación

Los aprendizajes de este proyecto es que se inicia con una idea, pero, con la realización de este proyecto no cambia pero si se mejora, y bastante, pues se especifica, se fundamenta y se orienta de una manera mucho más clara, coherente y concisa acerca de lo que se pretende realizar.

Si hay personas interesadas en este tipo de proyectos, pues muchas personas desean conocer el Amazonas, pero, no se atreven a hacerlo porque no están orientados de manera correcta. Pues además de que el target de clientes está enfocado hacia jóvenes adultos que les gusta la naturaleza de Colombia y es este el mayor enganche que se puede tener para la atracción de este tipo de clientes. Como se evidencia en las entrevistas la mayor parte de las personas dijeron que les llamaba la atención Colombia por su gente per ante todo por sus paisajes, por tanto esta es

una gran fortaleza para el aumento del turismo en el Amazonas, además que esto genera recursos económicos para el departamento y por ende para sus habitantes.

Las posibles debilidades que se pueden encontrar, es que las personas decidan armar sus viajes de manera individual, y quizás el no contar con los permisos legales para la conformación de la agencia. Las ventajas competitivas que tiene es que muy pocas agencias se dedican a este segmento de mercado en el país y mucho menos en el Amazonas, por lo tanto es un mercado virgen.

Tabla 3.

Modelo de negocio-Canva.

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
Alcaldía Gobernación Ministerio de Turismo, Industria y Comercio Cámara de Comercio	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios básicos (transporte, estadía y alimentación) • Gestión innovadora de los canales de comunicación • Gestión de talentos, comunicación, motivación e innovación 	<p>Primero que todo es que es un proyecto con un ecoturismo social, educativo e inclusivo, con una visión hacia el turismo responsable, ecológico e incluyente de los habitantes del Amazonas enfocado hacia jóvenes adultos con actividades diferentes e innovativas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y marca con establecimiento de personalidad • Destino turístico nuevo • Precio 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha técnica de intereses • Amigos y guías • Community manager para página y redes sociales 	<p>Turistas extranjeros entre 25 a 40 años.</p>

Recursos Clave

- Físicos: hoteles y transporte
- Humanos: atención al cliente, personal nativo
- Plataformas virtuales

- Actividades únicas
- Calidad en el servicio (hospedaje y alimentación)

Canales

- Páginas web
- Redes sociales
- Voz a voz
- Campañas publicitarias
- Alianzas empresariales

Estructura de Costes

- Personal
- Infraestructura (reducida porque sería virtual)

Estructura de Ingresos

- Venta directa
- Venta online

Fuente de elaboración: propia

Bibliografía

- Aponte, J. (2017). Leticia para turistas: imaginarios, narrativas y representaciones de una ciudad amazónica. Cuadernos de Geografía. *Revista Colombiana de Geografía*, 26 (2), p. 93-111. Bogotá. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rcdg/v26n2/0121-215X-rcdg-26-02-00093.pdf>
- Caja de Ingenieros. (2020). ¿Qué son los ecohoteles u hoteles sostenibles? (Blog). Recuperado de <https://blog.caixa-enginyers.com/que-son-los-ecohoteles-u-hoteles-sostenibles/?lang=es>
- Colombia.com. (2018). ¿De dónde son los turistas que vienen a Colombia? Recuperado de <https://www.colombia.com/turismo/noticias/de-donde-son-los-turistas-que-vienen-a-colombia-213219>
- Dinero. (2018). Turismo: la prometedor industria que no contamina. Recuperado de <https://www.dinero.com/pais/articulo/balance-del-sector-turismo-en-colombia-2018/260070>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). Investigación internacional de mercado para la Región de América. Fondo de promoción turística Colombia. Recuperado de https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/INVESTIGACION_INTERNAACIONAL_DE_MERCADOS_PARA_LA_REGION_DE_AMERICA.PDF
- Plan de Desarrollo Turístico. (2012). Departamento del Amazonas. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Fondo de promoción turística Colombia. Recuperado de

<http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=33bbac7-f0e6-4697-8984-6aed1489332c>

Real Academia Española. (2021). Diccionario. Recuperado de: <https://www.rae.es/>

Tgestiona Perú. (2015). 10 beneficios de un hotel ecológico. Recuperado en

<https://es.slideshare.net/tgestionaperu/tgestiona-slideshare10-beneficioshotel-ecolgico6>