

**MODELO DE NEGOCIOS PARA EL MONTAJE DE UNA FINCA
AGROTURISTICA, BASADA EN SISTEMAS DE ENERGIAS LIMPIAS Y
SUSTENTABLES, Y EN LA TRANSFORMACION Y OBTENCION DE
PRODUCTOS DERIVADOS DE CULTIVOS ORGANICOS EN LA VEREDA
DOÑA JUANA DEL MUNICIPIO EL TABLON DE GOMEZ**

FRANKLIN MATEO ERAZO CARLOSAMA

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE INGENIERIA AGROINDUSTRIAL
PROGRAMA DE INGENIERIA AGROINDUSTRIAL
SAN JUAN DE PASTO
2017**

**MODELO DE NEGOCIOS PARA EL MONTAJE DE UNA FINCA
AGROTURISTICA, BASADA EN SISTEMAS DE ENERGIAS LIMPIAS Y
SUSTENTABLES, Y EN LA TRANSFORMACION Y OBTENCION DE
PRODUCTOS DERIVADOS DE CULTIVOS ORGANICOS EN LA VEREDA
DOÑA JUANA DEL MUNICIPIO EL TABLON DE GOMEZ**

FRANKLIN MATEO ERAZO CARLOSAMA

**Informe final de proyecto de grado bajo la modalidad de Diplomado
presentado como requisito parcial para optar al título de Ingeniero
Agroindustrial.**

Asesor:

JAIR GEOVANNY GUEVARA DELGADO

**Economista, Esp. en Gerencia de Proyectos y Magister en Marketing digital
Docente del Diplomado Modelo de Negocios Innovadores**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE INGENIERIA AGROINDUSTRIAL
PROGRAMA DE INGENIERIA AGROINDUSTRIAL
SAN JUAN DE PASTO
2017**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

Las ideas y conclusiones aportadas en este Trabajo de Grado son Responsabilidad de los autores.

Artículo 1 del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanado por el Honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación:

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

San Juan de Pasto, Mayo de 2017.

RESUMEN

En este contexto, el presente proyecto se enmarca dentro de las políticas del Plan Nacional de Desarrollo “Todos por un nuevo país 2014-2018” dentro de los enfoques estratégicos contemplados en el capítulo X sobre crecimiento verde, en el cual se promueve el desarrollo de negocios verdes que generen impacto en el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, la reconversión a tecnologías limpias, la disminución del uso de sustancias agotadoras de la capa de ozono, la implementación de buenas prácticas ambientales, el uso eficiente del recurso hídrico, la reducción de las emisiones atmosféricas y la alineación con las políticas de gestión integral de residuos. Así pues, no solo se trastocará las políticas de producción y consumo sostenible, sino que también se generaran ventajas competitivas a nivel regional en actividades económicas relacionadas con el ecoturismo, forjando escenarios habilitantes para la transformación sostenible hacia un desarrollo económico bajo en carbono y resiliente ante el clima.

ABSTRACT

In this context, the present project is part of the policies of the National Development Plan "All for a New Country 2014-2018" within the strategic approaches contemplated in chapter X on green growth, which promotes the development of Green technologies that impact on the sustainable use of natural resources, conversion to clean technologies, reduction of the use of ozone-depleting substances, implementation of good environmental practices, efficient use of water resources, reduction of The atmospheric emissions and the alignment with the policies of integral waste management. Thus, not only will the policies of production and sustainable consumption be disrupted, but regional competitive advantages will also be generated in economic activities related to ecotourism, forging enabling scenarios for sustainable transformation towards a low carbon and resilient economic development the weather.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	18
1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	19
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	21
3. OBJETIVOS.....	22
3.1 OBJETIVO GENERAL	22
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	22
4. JUSTIFICACIÓN.....	23
5. MARCO TEORICO	25
5.1 MARCO REFERENCIAL.....	25
5.1.1 Lean Canvas.....	25
5.1.2 Modelo Canvas.....	25
5.1.3 Lean Startup.	27
5.2 MARCO CONCEPTUAL.....	27
5.3 MARCO LEGAL	29
5.4 MARCO CONTEXTUAL	30
6. METODOLOGIA	32
6.1 TIPO DE INVESTIGACION.....	32
6.2 DISEÑO DEL ESTUDIO	32

7. MODELO DE NEGOCIOS PARA EL MONTAJE DE UNA FINCA AGROTURISTICA, BASADA EN SISTEMAS DE ENERGIAS LIMPIAS Y SUSTENTABLES, Y EN LA TRANSFORMACION Y OBTENCION DE PRODUCTOS DERIVADOS DE CULTIVOS ORGANICOS EN LA VEREDA DOÑA JUANA DEL MUNICIPIO EL TABLON DE GOMEZ.....	34
8. PROPUESTA DE VALOR.....	36
8.1 PERFIL DEL CLIENTE	41
8.2 MAPA DE VALOR DE LOS PRODUCTOS.....	42
8.3 ENCAJE.....	43
9. SEGMENTO DE MERCADO	44
10. ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	48
10.1 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	48
10.2 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.....	48
10.3 ESTRATEGIAS DE PROMOCION	50
10.4 ESTRATEGIAS DE SERVICIO.....	51
11. ACTIVIDADES Y RECURSOS CLAVES	53
11.1 CARACTERÍSTICAS TECNICAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS REFERENCIADOS EN LA PROPUESTA DE VALOR.....	53
11.2 FICHAS TÉCNICAS.....	57
11.2.1 Ficha técnica General de la Finca Silvestre	57
11.2.2 Zona Recreativa.....	58
11.2.3 Salón de Eventos “El Gran Guayabo”	59
11.2.4 El Mirador Tominejo.....	60

11.2.5 Balneario “El Estanque del Gorrión”	61
11.2.6 Zona de Aprendizaje “Así Damos Valor Agregado al Campo”	62
11.2.7 Café Silvestre.....	63
11.2.8 Dulce de Café “El Manjar de la Meseta”	64
11.2.9 Mermelada de Naranja.....	64
11.2.10 Zona Ecológica	66
11.2.11 Reserva forestal corazon adentro	67
11.2.12 Parque temático fantasía natural	68
11.2.13 Zona de camping la fogata del indio	69
11.2.14 Cultivos orgánicos el labriego	70
11.2.15 Tienda de Suvenires El Trueque.....	71
11.2.16 Rutas de Aventura	72
11.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	73
11.4 MAPA DE LA FINCA, DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS Y SERVICIOS	78
11.5 CAPACIDAD INSTALADA	78
11.6 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	80
12. MODELO ORGANIZACIONAL	82
12.1 ORGANIGRAMA.....	82
12.1.1 Personal Requerido.	83
12.1.2 Aspectos Estratégicos de la Organización.....	84
12.2 ALIADOS CLAVE.....	84
12.3 MATRIZ DE ENTORNOS	85

12.4 MATRIZ ERIC	86
12.5 MATRIZ DOFA.....	87
12.6 ASPECTOS LEGALES	88
13. ANÁLISIS FINANCIERO.....	90
13.1 PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN	90
13.1.1 Inversiones en Activos Fijos.....	91
13.1.2 Inversiones en Capital de Trabajo.	92
13.1.3 Inversiones en gastos pre operativos.	92
13.2 PRESUPUESTO.....	93
13.2.1 Supuestos Macroeconómicos	93
13.2.2 Presupuesto de ingresos.	93
13.2.3 Presupuesto de costos de producción o de prestación del servicio.....	94
13.2.4 Presupuesto de gastos de administración y ventas.	96
13.3 PROYECCIONES FINANCIERAS	98
13.3.1 Balance General Proyectado.	98
13.3.2 Estado de Resultados Proyectado.....	99
13.3.3 Estado de flujo de caja proyectado	100
13.4 EVALUACION FINANCIERA	101
13.4.1 Punto de equilibrio.	101
13.4.2 Indicadores Financieros.....	102
13.4.3 Criterios de evaluación y concepto de viabilidad.	103
CONCLUSIONES	104

RECOMENDACIONES.....105

BIBLIOGRAFÍA.....106

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Marco Legal	29
Cuadro 2. Diseño Metodológico.....	32
Cuadro 3. Modelo de Negocio Finca Agroturística Silvestre	34
Cuadro 4. Modelo de Negocio Finca Agroturística Silvestre Resumido.....	35
Cuadro 5. Zona Recreativa	37
Cuadro 6. Zona de aprendizaje.....	37
Cuadro 7. Zona Ecológica	38
Cuadro 8. Rutas de Aventura	39
Cuadro 9. Segmentación de Mercado	41
Cuadro 10. Mapa de valor de la Propuesta	42
Cuadro 11. Encaje de la propuesta de valor	43
Cuadro 12. Segmento de turistas aventureros.....	46
Cuadro 13. Segmento de turistas ecológicos y/o científicos.....	46
Cuadro 14. Segmento de familias.....	46
Cuadro 15. Segmento de excursionistas	47
Cuadro 16. Estrategia de distribución	48
Cuadro 17. Estrategia de comunicación y publicidad 1	48
Cuadro 18. Estrategia de comunicación y publicidad 2	49
Cuadro 19. Estrategia de comunicación y publicidad 3	49
Cuadro 20. Estrategia de promoción No 1	50
Cuadro 21. Estrategia de promoción No 2.....	50
Cuadro 22. Estrategia de Servicio No 1	51
Cuadro 23. Estrategia de Servicio No 2.....	51
Cuadro 24. Características técnicas del Salón de eventos “El Gran Guayabo”	53
Cuadro 25. Características técnicas Mirador El Tominejo	53
Cuadro 26. Características técnicas balneario El Estanque del Gorrión.....	54
Cuadro 27. Características técnicas zona de aprendizaje	54

Cuadro 28. Características técnicas Café.....	54
Cuadro 29. Características técnicas Dulce de Café.....	54
Cuadro 30. Características técnicas Mermelada de Naranja.....	55
Cuadro 31. Características técnicas de Zona Ecológica.....	55
Cuadro 32. Características técnicas de Zona de Camping.....	55
Cuadro 33. Características técnicas de cultivos orgánicos.....	55
Cuadro 34. Características técnicas de Tienda de suvenires El Trueque.....	56
Cuadro 35. Características técnicas de Rutas de aventura.....	56
Cuadro 36. Ficha Técnica 1.....	57
Cuadro 37. Ficha Técnica 2.....	58
Cuadro 38. Ficha Técnica 3.....	59
Cuadro 39. Ficha Técnica 4.....	60
Cuadro 40. Ficha Técnica 5.....	61
Cuadro 41. Ficha Técnica 6.....	62
Cuadro 42. Ficha Técnica 7.....	63
Cuadro 43. Ficha Técnica 8.....	64
Cuadro 44. Ficha Técnica 9.....	65
Cuadro 45. Ficha Técnica 10.....	66
Cuadro 46. Ficha Técnica 11.....	67
Cuadro 47. Ficha Técnica 12.....	68
Cuadro 48. Ficha Técnica 13.....	69
Cuadro 49. Ficha Técnica 14.....	70
Cuadro 50. Ficha Técnica 15.....	71
Cuadro 51. Ficha Técnica 16.....	72
Cuadro 52. Flujograma General de acceso a los servicios.....	74
Cuadro 53. Flujograma Proceso de Café Orgánico Tostado y Molido.....	75
Cuadro 54. Flujograma Proceso de Dulce de Café.....	76
Cuadro 55. Flujograma Proceso de Mermelada de Naranja.....	77
Cuadro 56. Capacidad Instalada zona de Camping.....	78
Cuadro 57. Capacidad Instalada Rutas de Aventura.....	79

Cuadro 58. Capacidad Instalada Suvenires.....	79
Cuadro 59. Capacidad Paquete Básico	79
Cuadro 60. Necesidades y requerimientos	80
Cuadro 61. Requerimientos de personal	83
Cuadro 62. Aliados clave	84
Cuadro 63. Matriz Pestel y Porter	86
Cuadro 64. Matriz Eric	87
Cuadro 65. Matriz DOFA	88
Cuadro 66. Plan de inversión y Financiación	90
Cuadro 67. Inversiones en Activos Fijos	91
Cuadro 68. Inversión en capital de trabajo	92
Cuadro 69. Inversiones en Gastos pre operativos	92
Cuadro 70. Supuestos macroeconómicos	93
Cuadro 71. Proyección de precios por producto	93
Cuadro 72. Proyección de ventas en cantidades	94
Cuadro 73. Proyección de ingresos operacionales	94
Cuadro 74. Costo unitario de materias primas e insumos para zona de Camping	94
Cuadro 75. Costo unitario de materias primas e insumos para rutas de aventura	94
Cuadro 76. Costo unitario de materias primas e insumos para suvenires	95
Cuadro 77. Costo unitario de materias primas e insumos para paquete básico	95
Cuadro 78. Costo unitario de materias primas e insumos para paquete básico	95
Cuadro 79. Presupuesto de mano de obra directa	96
Cuadro 80. Costo unitario de mano de obra directa	96
Cuadro 81. Costos indirectos de Fabricación	96
Cuadro 82. Presupuesto sueldos a empleados de administración y ventas	97
Cuadro 83. Presupuesto de gastos de administración.....	97
Cuadro 84. Presupuesto de gastos de ventas	97
Cuadro 85. Balance General proyectado	98
Cuadro 86. Estado de Resultados proyectado	99
Cuadro 87. Estado de flujo de caja proyectado	100

Cuadro 88. Punto de Equilibrio en Cantidades101
Cuadro 89. Indicadores Financieros102
Cuadro 91. Criterios de Evaluación Financiera.....103

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Lienzo lean Canvas	25
Figura 2. Lienzo Canvas	26
Figura 3. Localización de Las Mesas.....	30
Figura 4. Atractivos turísticos del corregimiento de Las Mesas.	31
Figura 5. Ubicación Finca Silvestre – En el Corregimiento de las Mesas	36
Figura 6. Foto Finca Silvestre – Corregimiento de Las Mesas	36
Figura 7. Logo Finca Agroturística Silvestre	39
Figura 8. Mapa de la Finca, Distribución de áreas y servicios	78
Figura 9. Organigrama.....	82
Figura 10. Punto de Equilibrio.....	102

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A Microlocalización Finca Silvestre	109
ANEXO B Diseño de planta balneario el estanque del gorrión y salón de eventos el gran guayabo	110
ANEXO C Etiquetas suvenires	111
ANEXO D Diseño de planta de beneficio de café	112
ANEXO E Diseño de planta de producción de derivados de cultivos orgánicos	113
ANEXO F Rutas de aventura 1 y 2 - Laguna del Silencio y Las Aguas Tibias	114
ANEXO G Rutas de aventura 3 y 4 - El Templo de Acuaperte y el Panteon del Rey	115
ANEXO H Rutas de aventura 5 y 6 - Las Tres Cascadas y Estadero Nuevo Arco Iris	116
ANEXO I Rutas de aventura 7 y 8 - Cañon de Rosapamba y Eventos Las Mesas Nariño	117

INTRODUCCION

El presente informe establece las bases de un modelo de negocio basado en los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de las temáticas tratadas en los créditos del diplomado. Para estructurar la propuesta, se tomó como base la metodología del lienzo Canvas de Alexander Osterwalder, mediante el cual se identifican algunos aspectos claves del modelo de negocio como la propuesta de valor, la segmentación de mercado, estrategias de relación con el cliente y canales de comercialización, entre otros. Durante el proceso de construcción del presente modelo de negocios, se identifica el problema a solucionar, se reconocen antecedentes, contextos, tópicos y se definen aspectos estructurales como los objetivos, metodología, actividades, recursos, materiales e insumos, presupuestos y cronograma, todo en el marco del campo de la planificación para la consecución de las etapas posteriores.

Así pues, profundizando en el tema del modelo de negocio planteado, se tiene que la transformación de productos agrícolas es un factor clave para el desarrollo económico y cultural de una determinada región, la agroindustria permite optimizar los recursos para obtener mayor beneficio de las materias primas producidas en la zona, generando valor agregado a sus productos, el cual se ve reflejado en la prosperidad de su población. Actualmente la tendencia a discriminar productos cuyas huellas de carbono representan un riesgo significativo para el ambiente, aumenta en la medida que ideas innovadoras de producción sostenible, basadas en energías limpias y sustentables dan a conocer sus productos con mínimo impacto ambiental.

Desde hace unos años, han surgido nuevas tendencias turísticas basadas en la responsabilidad ambiental. En la búsqueda de explorar y conocer actividades ajenas a la vida cotidiana, se están reconociendo y rescatando labores y tradiciones agrícolas cuyo impacto ambiental es mínimo. Los lugares y zonas donde se llevan a cabo estas prácticas, se destacan como destinos preferidos ante la nueva demanda turística.

El presente documento muestra precisamente el proceso de elaboración de un modelo de negocios de una finca agro turística basada en sistemas de energías limpias y sustentables para la transformación y obtención de productos derivados de cultivos orgánicos en la vereda Doña Juana del municipio El Tablón de Gómez, sitio estratégico del departamento de Nariño proclive a potenciar el turismo, la agroecología, la agricultura orgánica, los negocios verdes y las tecnologías de conservación debido a su gran potencial paisajístico, agropecuario, cultural y humano.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Colombia es un país que posee grandes e incalculables riquezas naturales y culturales, las cuales, al ser aprovechadas de manera responsable con el medio ambiente, se convertirían en una importante fuente de recursos económicos y sociales, que contribuirían en la política de recuperación del campo como fuente de ingresos y de reconciliación con la naturaleza (Rivera, L. 2011).

El cambio de la imagen del país ha hecho que países como Francia, Alemania o Polonia hayan eliminado las alertas de viajes por inseguridad a sus ciudadanos, como consecuencia, las visitas de extranjeros y colombianos a lugares con alto valor cultural y natural están creciendo. Según la Asociación Colombiana de Agencia de Viajes y Turismo ANATO (2016) se puede destacar que el turismo es la segunda industria por entrada de divisas. De acuerdo con Paula Cortés, presidente de esta misma entidad, “el turismo es una de las industrias que más ha crecido durante los últimos años, gracias a los esfuerzos del sector público y el privado”.

Los hábitos del sector turismo están cambiando, hoy los visitantes no solo van a la playa, sino que buscan muchas actividades para aprovechar la naturaleza y hacer ecoturismo”. Según la ministra de Comercio, Industria y Turismo, María Claudia Lacouture, “Colombia cuenta con un gran potencial en nuevos productos que tienen un alto impacto de ingresos, como son la naturaleza, el avistamiento de aves, el agroturismo, el ecoturismo o la aventura”. Las cifras de ANATO (2016) sobre la importancia de ventas de cada segmento turístico, apoya este comportamiento. Según el último informe, 9,8% del total ya corresponde al ecoturismo, seguido por el 9,3% de deportes y aventura y el 7,3% del agroturismo.

La gran variedad climática en el departamento de Nariño, ofrece una gran riqueza biológica representada en diferentes ecosistemas (zona costera, piedemonte pacífico y amazónico, alta y media montaña, bosques secos, humedales y páramos, entre otros). Sumado a esto, el departamento contiene una alta población indígena (7,4%), afrodescendiente (18,3%) y mestiza (74,3%) lo que lo convierten en un territorio altamente biodiverso, pluriétnico y multicultural (Delgado et al.2007). razón por la cual el departamento es un destino turístico atractivo y en crecimiento. A pesar de todas estas características, el departamento solo ha desarrollado una parte del potencial turístico y los esfuerzos de las autoridades locales hace algunos años en esta materia fueron poco estratégicos y su impacto no logro los resultados esperados.

El corregimiento de Las Mesas, municipio El Tablón de Gómez, está ubicado al norte del departamento, en la zona amortiguadora del complejo volcánico doña Juana y Cascabel, hogar del emblemático oso de anteojos. Sus condiciones climatológicas y geográficas favorecen la existencia de diferentes hábitats

(Paramos, alta y media montaña, cañones y altiplanos, además de grandes reservas forestales nativas), favoreciendo la biodiversidad. La actividad volcánica de la zona, ofrece gran variedad de paisajes como senderos, ríos, manantiales, termales, cascadas, ecosistemas y tierras propicias para distintas actividades con atractivo turístico, además, las prácticas agrícolas basadas en conocimientos ancestrales con marcadas influencias del pueblo indígena de Aponte, han fortalecido la conciencia ambiental y fomentado el uso de métodos agrícolas amigables con el medio ambiente, dando como resultado productos orgánicos de gran calidad.

A pesar de la gran riqueza natural y cultural de Las Mesas, su potencial turístico no ha sido explotado como alternativa para el desarrollo de la región, solo se practica la agricultura tradicional, pero sin consecuencias positivas en el desarrollo económico de sus habitantes, por lo cual, generar valor agregado a la actividad agrícola a través del turismo puede ser una opción sinigual para mejorar las condiciones de la población de este corregimiento.

Uno de los aspectos transversales que han afectado el desarrollo socioeconómico de esta parte de la región, ha sido la presencia del conflicto armado y el narcotráfico, actividades que han dejado una huella muy marcada en los habitantes del municipio, pues los cultivos ilícitos ofrecían a campesinos dinero fácil y una falsa promesa de prosperidad, dejando de lado actividades agrícolas con alto valor cultural.

La incansable lucha del gobierno contra los cultivos ilícitos ha neutralizado las prácticas agrícolas irresponsables derivadas del narcotráfico, obligando a muchas familias a buscar nuevas fuentes de ingresos, impulsados por una ideología de trabajo fácil heredada de los narco-cultivos, han adoptado la ganadería intensiva y extensiva como sustento económico, siendo esta una de las principales causas deforestales de la región. Generar fuentes de ingresos atractivas y sustentables que reemplacen las actividades de alto impacto ambiental es una necesidad emergente, que busca contrarrestar el efecto negativo de la tala indiscriminada de bosques nativos.

Promover las actividades agrícolas tradicionales, generando valor agregado a sus productos a través de la agroindustria, es una actividad que apoyada en las tendencias de consumo orientadas a la ecología, salud y bienestar, representa una gran oportunidad económica que rescata y fortalece prácticas ancestrales en la obtención de productos orgánicos con alto valor cultural.

El agroturismo es una actividad que reconoce y valora las prácticas agrícolas con mínimo impacto ambiental y considera que las acciones que promueven la transición hacia una agricultura con responsabilidad ecológica, son un factor determinante en la preferencia de un destino agroturístico.

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el modelo de negocio apropiado para la puesta en marcha de una finca agroturística, basada en sistemas de energías limpias y sustentables, y en la transformación y obtención de productos derivados de cultivos orgánicos en la vereda doña Juana del municipio El Tablón de Gómez?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar el modelo de negocio para la implementación de una finca agroturística, basada en sistemas de energías limpias y sustentables, y en la transformación y obtención de productos derivados de cultivos orgánicos en la vereda doña Juana del municipio El Tablón de Gómez.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar la propuesta de valor para la puesta en marcha del modelo de negocio para el montaje de una finca agroturística, basada en sistemas de energías limpias y sustentables, y en la transformación y obtención de productos derivados de cultivos orgánicos en la vereda doña Juana del municipio El Tablón de Gómez.
- Definir el segmento de mercado más apropiado para la puesta en marcha del modelo de negocio para el montaje una finca agroturística, basada en sistemas de energías limpias y sustentables, y en la transformación y obtención de productos derivados de cultivos orgánico en la vereda doña Juana del municipio El Tablón de Gómez.
- Identificar recursos y actividades clave para la puesta en marcha del modelo de negocio para el montaje una finca agroturística, basada en sistemas de energías limpias y sustentables, y en la transformación y obtención de productos derivados de cultivos orgánicos en la vereda doña Juana del municipio El Tablón de Gómez.
- Definir las estrategias de mercadeo más adecuadas para el posicionamiento del modelo para el montaje negocio de una finca agroturística, basada en sistemas de energías limpias y sustentables, y en la transformación y obtención de productos derivados de cultivos orgánicos en la vereda doña Juana del municipio El Tablón de Gómez.
- Diseñar la estructura organizacional, lineamientos estratégicos e identificar alianzas clave para la puesta en marcha del modelo de negocio para el montaje una finca agroturística, basada en sistemas de energías limpias y sustentables, y en la transformación y obtención de productos derivados de cultivos orgánicos en la vereda doña Juana del municipio El Tablón de Gómez.
- Determinar la viabilidad financiera del modelo de negocio.

4. JUSTIFICACIÓN

En el ámbito internacional, se tiene la sostenibilidad como eje transversal a las políticas públicas de los países miembros de la ONU; entendido como una clave para el desarrollo de los países y las regiones, se constituye como lineamiento dentro de los objetivos del milenio de esta organización para el año 2000.

En este contexto, el presente proyecto se enmarca dentro de las políticas del Plan Nacional de Desarrollo “Todos por un nuevo país 2014-2018” dentro de los enfoques estratégicos contemplados en el capítulo X sobre crecimiento verde, en el cual se promueve el desarrollo de negocios verdes que generen impacto en el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, la reconversión a tecnologías limpias, la disminución del uso de sustancias agotadoras de la capa de ozono, la implementación de buenas prácticas ambientales, el uso eficiente del recurso hídrico, la reducción de las emisiones atmosféricas y la alineación con las políticas de gestión integral de residuos. Así pues, no solo se trastocará las políticas de producción y consumo sostenible, sino que también se generaran ventajas competitivas a nivel regional en actividades económicas relacionadas con el ecoturismo, forjando escenarios habilitantes para la transformación sostenible hacia un desarrollo económico bajo en carbono y resiliente ante el clima.

Estadísticas nacionales provistas por la Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo ANATO (2016), muestran que el agro y eco turismo son eslabones fuertes dentro del desarrollo económico del país y de los departamentos, pues a nivel nacional, el turismo se destaca por ser la segunda industria por entrada de divisas, tan solo detrás del petróleo y por encima del comercio de carbón, café, flores y bananos, con unos ingresos netos de 2083 millones de dólares para el año 2010. Solo en Nariño, el ingreso de visitantes extranjeros pasó de 890 personas en octubre del 2011 a 3832 personas en octubre del 2016, es decir un incremento de más de cuatro veces el valor registrado en 2011.

Por lo tanto, el modelo de negocios que se pretende implementar fortalecerá el potencial turístico existente de la zona, puesto que brindara a los visitantes nuevos corredores que promuevan el desarrollo socioeconómico de la región y rescataran costumbres tradicionales de la cultura endógena del municipio, estableciendo alianzas estratégicas con entidades como Fondo Nacional del Turismo FONTUR, Gobernación de Nariño, Alcaldía municipal, y otras de carácter privado como agencias de viaje, así como el uso de redes sociales para su promoción masiva, todo esto en el marco de paquetes recreacionales que incluyan entre otros: vistas a las zonas de cultivos, zona de procesamiento de materias primas, zonas de rescate y conservación ambiental, zonas de aprendizaje cultural, zonas de abastecimiento energético autosuficiente, senderos ecológicos, servicios de hospedaje, comedor y recreación.

El Tablón de Gómez, no solo es excelso por su espesa vegetación, belleza paisajística y riqueza agropecuaria, sino también porque alberga una multitudinaria cantidad de acervos culturales y patrimoniales que magnifican su potencial turístico entre los que se destacan el resguardo indígena de Aponte, el puente colonial de Juanambú, declarado patrimonio cultural de la nación, el complejo volcánico doña Juana y Cascabel, el Santuario Nuestra Señora de la Cueva, las aguas termales de la vereda María Inmaculada, la laguna de los patos y la laguna del silencio, entre otros. Por otra parte el Tablón de Gómez fue incluido dentro de la “Ruta del café” razón por la cual debe aprovechar y fortalecer aún más, las actividades turísticas.

El modelo de negocio propuesto, es especialmente interesante para el sector agrícola, agroindustrial y turístico, puesto que se implementará una finca temática con la capacidad de transformar productos netamente orgánicos derivados de prácticas ancestrales a productos con un alto valor agroindustrial que logren atraer la atención de turistas por las adecuadas técnicas de labranza, el manejo integral de residuos, la gestión de la contaminación, el uso de sustancias amigables con el medio ambiente, el reciclaje, la agricultura orgánica y la agroecología entre otros.

Lo anterior pone de manifiesto el crecimiento exponencial que está viviendo el turismo en Colombia, el cual se ha convertido en un sector estratégico para la inversión y el desarrollo de apuestas productivas.

5. MARCO TEORICO

5.1 MARCO REFERENCIAL

5.1.1 Lean Canvas. Es una herramienta de apoyo para la búsqueda y análisis de ideas innovadoras de negocio, desarrollado por A. Maurya, basándose en el trabajo de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. Esta metodología es iterativa y se retroalimenta para facilitar el aprendizaje continuo. Se usa en proyectos de negocio nuevos enfocados en la solución del problema y la identificación del cliente objetivo (Maurya, A. 2014).

Figura 1. Lienzo lean Canvas



Fuente. Lienzo Lean Canvas explicado Paso a Paso y con Ejemplos, Alfonso Prim

El Lean Canvas tiene una división más práctica para los que están buscando un modelo de negocio innovador y viable. La parte derecha refleja al entorno (mercado) y la parte izquierda ayuda a reflexionar sobre el producto/servicio (Prim 2016).

5.1.2 Modelo Canvas. Es la herramienta estrella para reflexionar y analizar sobre todos los aspectos (9 bloques) que permiten identificar aspectos muy importantes relacionados con un modelo de negocio. Es una herramienta nueva, que hace unos años (2010) vio la luz gracias al libro “Generación de modelos de negocio”

El método canvas es una herramienta (lienzo) muy práctica ya que te permite modificar todo lo que quieras sobre el desarrollo y funcionamiento de una empresa a medida que vas avanzando en su análisis y testando las hipótesis más arriesgadas que ponen en juego la viabilidad de tu negocio (Alexander & Yves, 2010).

5.1.3 Lean Startup. La metodología, busca ante todo descubrir quién es nuestro cliente objetivo, ese primer cliente que necesita una solución a un problema o necesidad importante. Una vez encontrado ese problema, la metodología propone un camino paso a paso para ir desarrollando la solución a su problema, junto con el propio cliente haciendo pequeños y sobre todo, rápidos avances en la solución. Con cada nueva versión se presenta de nuevo a los clientes y se recogen sus impresiones (feedback). De este modo, la solución que construimos, va mejorando poco a poco porque estamos en contacto directo con el mercado. Entonces el resultado final, es lo que los clientes verdaderamente necesitan, que suele ser diferente de la primera idea de negocio que se nos pasó por la cabeza (EXECyL, 2014).

5.2 MARCO CONCEPTUAL

- **Agroturismo:** Es un concepto que se forma a partir de dos términos: agro y turismo. En el primer caso, se trata de un elemento compositivo que alude al campo (un terreno no urbanizado donde se pueden realizar cultivos y criar animales). Turismo, por su parte, es aquello vinculado a los viajes que se llevan a cabo por ocio. Con estas ideas ya definidas, podemos comprender qué es el agroturismo. Se trata de la actividad turística que se desarrolla en un entorno rural. Por eso el agroturismo también se conoce como turismo rural.
- **Ecoturismo:** la etiqueta ecoturismo implica un viaje ambientalmente responsable, a regiones poco perturbadas para disfrutar del medio natural y de la cultura de los habitantes de tal medio, para promover tanto la apreciación de las riquezas naturales y culturales de los lugares a visitar, como para dar a la conservación un valor monetario tangible, que sirva de argumento para convencer tanto a los visitantes como a los lugareños de la importancia de la conservación de sus recursos. se promueve como un turismo "ético", en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción por lo general se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas/grupos/cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio.
- **Productos orgánicos:** También llamados productos ecológicos o biológicos, son productos vegetales, animales o sus derivados, que se producen y elaboran con sustancias naturales. En la producción de alimentos orgánicos no se

emplean plaguicidas ni fertilizantes de síntesis química. Están libres de hormonas, antibióticos, residuos de metales pesados, sin uso de colorantes y saborizantes artificiales, así como de organismos genéticamente modificados (OGM).

- Cultivo Orgánico: es un sistema de producción de alimentos que se basa en la salud de los agroecosistemas, la diversidad biológica, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo.
- Labor Ancestral: Costumbres y actividades heredadas generación tras generación, que definen la identidad cultural de una región.
- Conservación de la biodiversidad: Área de bosque principalmente designada para la conservación de la diversidad biológica. Incluye, pero no se limita a, las áreas designadas para la conservación de la biodiversidad dentro de las áreas protegidas.
- Áreas protegidas: Áreas especialmente dedicadas a la protección y la preservación de la diversidad biológica y de los recursos naturales y culturales asociados, y bajo ordenación mediante instrumentos legales u otros instrumentos eficaces.
- Bosques nativos: Se denomina bosque nativo o bosque primario a la superficie boscosa que conserva inalterables sus características naturales. Esto quiere decir que se trata de bosques que no fueron modificados por el ser humano a través de sus acciones.
- Resguardo Indígena: Los resguardos indígenas son propiedad colectiva de las comunidades indígenas a favor de las cuales se constituyen y conforme a los artículos 63 y 329 de la Constitución Política, tienen el carácter de inalienables, imprescriptibles e inembargables. Los resguardos indígenas son una institución legal y sociopolítica de carácter especial, conformada por una o más comunidades indígenas, que con un título de propiedad colectiva que goza de las garantías de la propiedad privada, poseen su territorio y se rigen para el manejo de éste y su vida interna por una organización autónoma amparada por el fuero indígena y su sistema normativo propio. (Artículo 21, decreto 2164 de 1995).
- Energía sustentable: (o renovable) es aquella que, a diferencia de la tradicional (de alto costo, contaminante y agotable), se puede obtener de fuentes naturales prácticamente infinitas como el sol, el aire, la lluvia y el agua cuyo movimiento da fuerza a los ríos y oleaje a los mares y océanos.
- Valor agregado: la idea de valor agregado se emplea en el terreno de la contabilidad, de las finanzas y de la economía. Una de las acepciones del

concepto refiere al valor económico que gana un bien cuando es modificado en el marco del proceso productivo.

- Infraestructuras ecológicas: consiste en la utilización de vegetación, suelos y procesos naturales para funciones tales como la gestión del agua de lluvia y la creación de ambientes más saludables. Este tipo de infraestructura ayuda a conectar entre si las zonas naturales existentes y a mejorar la calidad ecológica, ayuda a mantener los ecosistemas, de manera que se puedan seguir brindando cualidades como aire limpio y agua pura a una sociedad.
- Turista: aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo por placer.
- Lienzo del modelo de Negocio: herramienta estratégica para diseñar, probar, construir y gestionar modelos de negocio (rentables y escalables).
- Producto Mínimo Viable (PMV): modelo de una propuesta de valor diseñada específicamente para probar la validez o invalidez de una o más hipótesis.
- Modelo de negocios: Bases sobre las que una empresa crea, ofrece y captura valor.

5.3 MARCO LEGAL

Cuadro 1. Marco Legal

Normatividad	Conceptos
Constitución política de Colombia 1991	Art. 38:libre asociación Art. 33:libertad económica
Ley 344 de 1996	Art. 16:proyectos de incubadoras asociadas al SENA
Ley 50 de 1999	Promoción y reactivación empresarial
Ley 789 de 2002	Código sustantivo del trabajo
Decreto 934 de 2003	Fondo emprender
Ley 905 de 2004/Ley 590 de 2000	Ley Mipymes
Ley 1014 de 2006	Fomento de la cultura de emprendimiento
Código de Comercio	Formas legales de constitución empresarial
Decreto 1074 de 2015	Decreto único reglamentario del sector Comercio, Industria y turismo.
Decreto 297 de 2016	Exención de IVA para servicios turísticos.
Ley 1558 de 2012	Regulación de actividad turística
Resolución 135 de 2016	Código de ética de la profesión de Guianza Turística
Decreto 174 de 2001	Regulación de Transporte especial de pasajeros
NTS TS 002	Establecimientos de alojamiento y hospedaje
NTS TS 004	Gastronomía y Bares
NTS TS 005	Transporte terrestre de turistas
NTS TS 006	Sedes para eventos, congresos, ferias y convenciones
Resolución 2674 de 2013	Reglamento higiénico para establecimientos de alimentos.

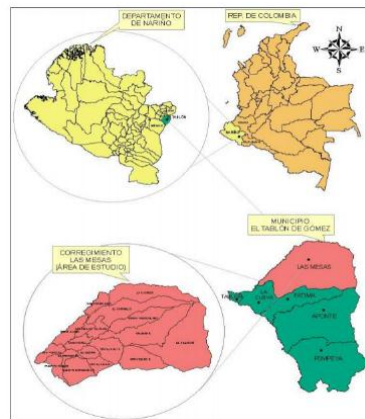
Fuente. Este trabajo

5.4 MARCO CONTEXTUAL

Las Mesas (Nariño). Es un corregimiento del municipio de El Tablón de Gómez. Se encuentra ubicado en la parte norte del departamento de Nariño, al sur de Colombia, su nombre alude a las series de mesetas que conforman el relieve de la región.

El corregimiento está conformado por las veredas: Los Yungas, Doña Juana, San Rafael, El Plan, San Francisco, La Florida, El Carmelo, El Silencio, María Inmaculada, Valmaria, Gavilla Alta, Gavilla Baja, La Esperanza, Providencia, el cedro y el casco urbano. Tiene una extensión de 1000 hectáreas distribuidas en diferentes pisos climáticos. Esta variedad climática permite una producción agrícola diversificada en la que se destaca el cultivo de café, fique, maíz, arveja, entre otros. También se destaca la producción ganadera.

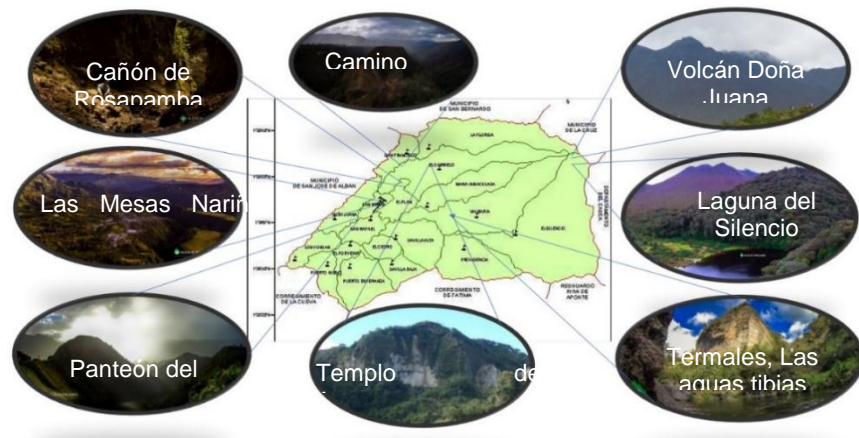
Figura 3. Localización de Las Mesas



Fuente. Abriendo ventanas en el tiempo de Las Mesas, Juan P. Ortega Moreno.

La gran variedad climática de este corregimiento ofrece gran variedad de escenarios con potencial turístico, sus imponentes y diversos paisajes ofrecen a sus visitantes experiencias ecológicas, culturales y de aventura únicas, destacando su potencial turístico y fortaleciendo la preferencia ante otros municipios.

Figura 4. Atractivos turísticos del corregimiento de Las Mesas.



Fuente. Este estudio.

A lo largo y ancho de la extensión del corregimiento se puede encontrar numerosos atractivos turísticos, situados unos de otros a distancias relativamente cortas. Cada sitio cuenta una historia ancestral, la cultura detrás de cada uno de ellos hace que la fantasía de lo mítico, tenga una estrecha relación con sus habitantes, creencias arraigadas y expresadas en las metodologías empleadas para la explotación de la tierra dan como resultado variedad de productos orgánicos, producidos en diferentes condiciones climáticas.

La vereda Doña Juana, ubicada al sur del corregimiento, es la zona más baja favoreciendo la explotación agrícola de productos de clima templado, como el café, yuca, naranja, piña, entre otros. A través de sus tierras pasa la nueva vía de acceso al corregimiento facilitando el desarrollo de los lugareños, la vereda es la puerta de entrada, ofreciendo a sus visitantes imponentes paisajes y una vista general al territorio pluriétnico y multicultural de Las Mesas.

La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a $1^{\circ}27'44.4''N$ y $77^{\circ}02'39.0''W$ a 1350 m.s.n.m. cuenta con las condiciones climáticas propicias para el desarrollo de actividades de recreación, sus atributos geográficos. Son una ventaja para el desarrollo de infraestructuras verdes destinadas a la recreación y fortalecimiento temático de actividades agrícolas de la zona.

6. METODOLOGIA

6.1 TIPO DE INVESTIGACION

El tipo de investigación a realizar utilizará enfoque: cualitativo, cuantitativo y descriptivo, acerca de las tendencias turísticas y su influencia en el sector rural.

El estudio se logra mediante la utilización de fuentes de información primaria y secundaria. En las fuentes primarias se utiliza la observación como método para establecer los recorridos y fortalecer el portafolio de servicios de la finca Silvestre.

En información secundaria se acude a los estudios estadísticos hechos por entidades públicas y privadas en cuanto a la evolución del turismo en nuestro país, con el fin de obtener datos medibles como número de visitantes, ingresos netos por turismo a lo largo de la historia, esto junto a factores políticos y demográficos nos permite hacer una aproximación de las tendencias de consumo muy importantes para el enfoque de este modelo de negocios.

La descripción de los deseos del consumidor basados en estadísticas, nos permite comparar y asociar elementos clave con los que se cuentan dada la ubicación geográfica, de esta manera diseñar un modelo de negocios que satisfaga las necesidades del cliente de acuerdo a sus expectativas.

6.2 DISEÑO DEL ESTUDIO

Cuadro 2. Diseño Metodológico

OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDADES	INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN
Propuesta de valor	Idear.	Evidencia de actividad.	Información primaria: ideas individuales y validación.
	Identificar tareas, problemas o necesidades.	Evidencia de Registro de actividad.	Información secundaria: informes de turismo, estadísticas y tendencias. Normatividad y otras ofertas turísticas de la región.
	Perfilar posibles segmentos de mercado.	Definir segmento de cliente.	Información primaria: realización de recorridos en la zona como guía turístico y cliente incógnito con otras ofertas de la zona, e Información secundaria: internet, ofertas similares, otros.
	Establecer los aspectos diferenciales de la propuesta frente a otras soluciones	Propuesta de valor para validación.	Información primaria, servicios

	<p>Validar</p> <p>Reajustar</p>	<p>Evidencia de registro de actividad</p> <p>Propuesta de valor reformulada.</p>	<p>de prueba en guianza turística en la zona y como cliente incógnito analizando la competencia. Información secundaria emitida por fuentes institucionales</p> <p>Información primaria, validación con turistas</p> <p>Información primaria, validación con turistas.</p>
Segmentación del mercado	<p>Perfilar cliente</p> <p>Identificar sus alegrías necesarias, esperadas o deseadas.</p> <p>Identificar sus trabajos: funcionales, sociales y emocionales.</p> <p>Identificar sus frustraciones antes, durante y después.</p> <p>Validar a través de entrevistas.</p> <p>Trazar el perfil del cliente</p> <p>Calcular el tamaño del mercado.</p>	<p>Evidencias de taller.</p> <p>Segmento de mercado identificado.</p> <p>Validación de mercado.</p>	<p>Información primaria validación, entrevistas, observación y análisis y tratamiento de datos.</p> <p>Información secundaria: Estadística.</p>
Recursos y actividades clave	<p>Especificar el procedimiento de obtención del producto o servicio</p> <p>Enumerar materiales y recursos necesarios para obtención del bien o servicio.</p> <p>Identificar que actividades tienen mayor relevancia según el patrón de modelo de negocio elegido.</p>	<p>Evidencias de taller</p> <p>Flujogramas</p> <p>Diagramas de proceso</p> <p>Fichas técnicas</p>	<p>Información primaria: decisión personal, asesoría y validación.</p> <p>Información secundaria: Videos, boletines, revistas especializadas, internet, análisis de la competencia</p>
Estrategias de mercadeo	<p>Elegir estrategias y la propuesta de valor diseñada</p>	<p>Evidencias de taller</p> <p>Estrategias de mercadeo diseñadas</p>	<p>Información secundaria: Material del diplomado, internet, entre otros</p>
Estructura organizacional	<p>Realizar Proyección de ventas y costos</p> <p>Calcular la inversión</p> <p>Proyectar el flujo de caja</p> <p>Calcular indicadores de viabilidad</p>	<p>Presupuesto de costos y gastos</p> <p>Presupuesto de inversiones</p> <p>Estados financieros</p> <p>Indicadores financieros: TIR - VPN</p>	<p>Información primaria: cotizaciones.</p>

Fuente. Este trabajo

7. MODELO DE NEGOCIOS PARA EL MONTAJE DE UNA FINCA AGROTURISTICA, BASADA EN SISTEMAS DE ENERGIAS LIMPIAS Y SUSTENTABLES, Y EN LA TRANSFORMACION Y OBTENCION DE PRODUCTOS DERIVADOS DE CULTIVOS ORGANICOS EN LA VEREDA DOÑA JUANA DEL MUNICIPIO EL TABLON DE GOMEZ

El modelo de negocio propuesto, para el montaje de una finca agroturística en la vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, es el resultado del análisis de variables y condiciones que afectan directa e indirectamente a la población de esta zona, de esta manera se busca impulsar un desarrollo económico derivado de las actividades del turismo ecológico enfocado al conocimiento y participación de procesos de transformación agroindustrial para la obtención de productos orgánicos.

Cuadro 3. Modelo de Negocio Finca Agroturística Silvestre

The Business Model Canvas

FINCA AGROTURISTICA SILVESTRE - Vereda Doña Juana – Municipio Tablón de Gómez











Fuente. Este trabajo

Cuadro 4. Modelo de Negocio Finca Agroturística Silvestre Resumido

The Business Model Canvas

FINCA AGROTURISTICA SILVESTRE - Vereda Doña Juana – Municipio Tablón de Gómez

<p><i>Key Partners</i></p>  <ul style="list-style-type: none"> • Productores de la región. • FONTUR • SENA • HIJOS DE MAMAJUANA • GRUPO VOLCANICA 	<p><i>Key Activities</i></p>  <ul style="list-style-type: none"> • ADECUACIONES • INFRAESTRUCTURA • CERTIFICACION PRODUCTOS ORGANICOS • INVERSION EN PAGINA WEB Y REDES SOCIALES • CUMPLIR LOS ASPECTOS NORMATIVOS REQUERIDOS POR EL SECTOR 	<p><i>Value Proposition</i></p>   <p>“En Finca Silvestre, contemplas un horizonte de aventuras, respiras aire puro, naturaleza y libertad; el aroma del café, despierta tu sonrisa y te lleva a un viaje de ilusión, donde cada paso te acerca a la felicidad”</p>	<p><i>Customer Relationships</i></p>  <ul style="list-style-type: none"> • HIJOS DE MAMAJUANA • REDES SOCIALES • PAGINA WEB • REDES SOCIALES • PRESTACION DEL SERVICIO 	<p><i>Customer Segments</i></p>  <ul style="list-style-type: none"> • Turismo de aventura • Turismo ecológico y/o científicos • Familias • Excursionistas
<p><i>Cost Structure</i></p>  <p>Nómina + materia prima e insumos + transporte + servicios públicos + locaciones + maquinaria + marketing y publicidad (incluye sostenimiento y plataforma) + impuestos</p>		<p><i>Revenue Streams</i></p>  <ul style="list-style-type: none"> • Ventas directa de Productos y servicios 		

Fuente. Este trabajo

8. PROPUESTA DE VALOR

La finca agroturística Silvestre ofrece, a sus visitantes un espacio cómodo, típico, natural, en el cual encontrarán descanso, sensación de libertad y aventura, contacto con la naturaleza y la oportunidad de aprender de la cultura regional y mística.

Figura 5. Ubicación Finca Silvestre – En el Corregimiento de las Mesas



Fuente. Este trabajo

Figura 6. Foto Finca Silvestre – Corregimiento de Las Mesas



Fuente: Google Earth

Desde que el sol despunta sus primeros rayos, puede contemplarse a cielo abierto, el horizonte de aventuras, en La finca agroturística Silvestre, se respira aire puro, naturaleza y la sensación de libertad, que todo viajero y explorador sienten al llegar a un nuevo destino. El cálido aroma del café recién preparado, despierta sonrisas en los visitantes y los prepara a un viaje de ilusión, donde cada paso es un escalón a la felicidad.

Para lograrlo la Finca Silvestre tiene en sus instalaciones:

- Zona recreativa: denominada así no solo por la diversión y el esparcimiento, sino porque su ambiente es propicio para la creación, el conocimiento, la conexión consigo mismo, la naturaleza y la cultura. Esta zona está conformada por:

Cuadro 5. Zona Recreativa

Zona Recreativa	SALON DE EVENTOS "EL GRAN GUAYABO"
	RESTAURANTE "MIRADOR" Concesión
	MIRADOR "EL TIMONEJO"
	BALNEARIO "EL ESTANQUE DEL GORRION"

Fuente. Este trabajo

-
- Zona de aprendizaje: "Así damos valor agregado al campo", en este espacio el turista conoce las estrategias de aprovechamiento de los recursos de manera sostenible y amigable con el ambiente.

Cuadro 6. Zona de aprendizaje

ASI DAMOS VALOR AGREGADO AL CAMPO	BENEFICIO DEL CAFÉ - EL AROMA DE LA PAZ
	PRODUCCION DULCE DE CAFÉ – EL MANJAR DE LA MESETA
	PRODUCCION MERMELADA DE NARANJA
	PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES
	PLANTA GENERADORA DE ENERGIA SOLAR

Fuente. Este trabajo

- Zona ecológica: en esta área de la finca se puede apreciar ecosistema de bosque nativo, para conocimiento en especies de árboles, aves y otras especies de fauna y flora.

Cuadro 7. Zona Ecológica

ZONA ECOLOGICA	RESERVA FORESTAL CORAZON ADENTRO
	PARQUE TEMATICO FANTASIA NATURAL

Fuente. Este trabajo

- Zona de Camping: “La Fogata del Indio”, espacio destinado a la ubicación de tiendas de camping, para compartir con los amigos y la familia, desconectados del estrés, del ruido, de la contaminación. En este espacio la tecnología es desplazada por las estrellas, la brisa nocturna, los sonidos de la naturaleza, las risas, las canciones, el calor humano.
- Cultivos Orgánicos: no se puede pasar por la finca Agroturística Silvestre, sin sentir un día, la rutina del habitante tradicional de Las Mesas; sin conocer las bondades de la tierra en cuanto a producción agroindustrial, sin apreciar la maravilla de la naturaleza como proveedora de los seres que la habitan. Aquí el visitante puede cultivar productos orgánicos como café, frutales (níspero, limón, naranja, aguacate, piña, mango, tomate, bananos y guayaba).
- Tienda de Suvenires “El Trueque”. Un momento para recordar su lugar de origen y pensar en aquellos que le esperan, con sus historias, sus experiencias y recuerdos. Momento de imaginar el reencuentro y que mejor manera de expresar cuanto importan en su vida con un bello detalle de las Mesas, entre los cuales se pueden mencionar: artesanías de cabuya y cascara de plátano, agendas artesanales de la marca Silvestre, dulces y fotografías de la región; por otro lado, los visitantes también pueden adquirir productos agrícolas orgánicos de la finca.
- Rutas de aventura, donde el visitante personaliza su experiencia y hace de su estadía, algo especial. El turista encontrara las siguientes opciones las cuales no son excluyentes y las puede organizar conforme al tiempo que desee permanecer en la Finca Agroturística Silvestre.

Cuadro 8. Rutas de Aventura

DESTINO	ACTIVIDAD	TIEMPO DE RECORRIDO
VISITA A LAGUNA DEL SILENCIO	SENDERISMO, PARAMOS, VOLCAN, A LA LAGUNA DEL SILENCIO	4 horas
VISITA A LAS AGUAS TIBIAS	VISITA RECREATIVA EN LAS TERMALES LAS AGUAS TIBIAS	6 horas
VISITA AL TEMPLO DE ACUAPERTE	VISITA A LA MITICA FORMACION ROCOSA DE ACUAPERTE	4 horas
VISITA AL PANTEON DEL REY	RECORRIDO A CABALLO POR SITIOS DE HALLAZGOS ABORIGENES	6 horas
VISITA A LAS 3 CASCADAS	RECORRIDO EN BICICLETA DESDE EL CASCO URBANO HASTA EL SITIO RECREATIVO	3 horas
VISITA AL ESTADERO NUEVO ARCOIRIS	PESCA DEPORTIVA, GASTRONOMIA, CULUMPIA AL VACIO	6 horas
CAÑON DE ROSAPAMBA	DEPORTE EXTREMO, SENDERISMO, CAVERNAS,	8 horas
LAS MESAS NARIÑO EVENTOS	PAINT BALL, MOTOCROSS, CHAZA. EVENTOS DEPORTIVOS	2 horas

Fuente. Este trabajo

Por todo lo anterior la Finca Agroturística Silvestre, define su propuesta de valor no solo en los servicios tangibles que puede tener el visitante, sino en un concepto que sobrepasa las barreras físicas y aún las barreras abstractas para materializarse en el siguiente logo.

Figura 7. Logo Finca Agroturística Silvestre



Fuente. Este trabajo

En el cual se conjugan los siguientes conceptos:

- Familia: relaciona un árbol genealógico, que desprende ramas distintas, pero provenientes de la misma raíz, tienen diversos tamaños pero todas importan y son parte de la unidad, cumplen su función y aportan a la vida del árbol, así son los miembros de la familia de Finca Agroturística Silvestre y es así como también recibe a sus visitantes, brindando para cada gusto una oportunidad, todo en la misma unidad.
- Conocimiento: se puede representar en el árbol como la conjunción de todas las ciencias, convirtiendo a la Finca Agroturística Silvestre como un espacio apto para desarrollar diferentes formas de aprendizaje científico.
- Silvestre: enfocado a la naturaleza, como un manto de energía que renueva, que es cíclica y dinámica, en la cual estamos todos los seres vivos, pero que para ser perfecta debe estar en equilibrio. Se representa en el verde del diseño.
- Variedad: la Finca Agroturística Silvestre, ofrece diferentes alternativas en un solo espacio, despertando en el visitante la sensación de repetir la vivencia, acompañado de otras personas, porque no es suficiente narrarlo, es necesario invitar a la familia y amigos a experimentarlo.
- Paz: tipificada con el color blanco de fondo, en la cual se cimienta la actividad empresarial y cuenta a su vez, el cambio que el territorio experimenta con las políticas de paz vigentes, que hacen del lugar un atractivo turístico con alto potencial.
- Cultura: se refleja en el diseño, que en sí es un árbol pero dibujado con la evocación de las figuras de los indígenas y antepasados de la región.
- Las Mesetas: en ese árbol estratificado, se encuentran representadas también las formas geográficas donde se sitúa la finca y la región. En sus ramas representando los diferentes senderos para llegar a un mismo punto apreciando la generosidad de su paisaje.

Resumiendo, la propuesta de valor para el cliente es:

“En Finca Silvestre, contemplas un horizonte de aventuras, respiras aire puro, naturaleza y libertad; el aroma del café, despierta tu sonrisa y te lleva a un viaje de ilusión, donde cada paso te acerca a la felicidad”.

Y su eslogan es:

“Marcar la diferencia, es siempre una aventura, haz que suceda en Silvestre”

8.1 PERFIL DEL CLIENTE

Cuadro 9. Segmentación de Mercado

Selecciona el segmento del cliente	Identifica los trabajos del cliente	Identifica las frustraciones del cliente	Identifica las alegrías del cliente
<p>TURISTAS AVENTUREROS:</p> <p>Son jóvenes entre 16 hasta los 30 años. Estratos 3 a 6, estas personas pueden ser estudiantes o profesionales. Practican deporte y tienen un buen estado físico.</p>	<p>Personas cansadas de la rutina de la ciudad. No deben padecer enfermedades cardiovasculares o respiratorias, trastorno de pánico entre otras afecciones psicológicas.</p>	<p>La oferta de turismo se ha sesgado a los lugares de siempre.</p>	<p>Con espíritu libre y amantes de la naturaleza. Utilizan la adrenalina como un catalizador para la libertad. Tienen buen estado de salud Les encanta explorar nuevos lugares</p>
<p>TURISTAS ECOLOGICOS Y/O CIENTIFICOS:</p> <p>Grupos de personas entre 20 – 50 años. Estratos de 3 a 6, profesionales. Realizan investigaciones, informes, relacionados con los ecosistemas y culturas</p>	<p>Buscan transferir conocimientos de un lugar a otro para mitigar los daños al ambiente</p>	<p>Sienten dolor por los daños causados a la naturaleza</p>	<p>Encontrar lugares donde se respeta la naturaleza Encontrar nuevas técnicas para compartir en otros lugares Tener casos exitosos de referencia.</p>
<p>FAMILIAS Edad indiferente</p>	<p>Personas que buscan salir de</p>	<p>Están cansados de ir siempre a los</p>	<p>Encontrar en un solo lugar</p>

Estratos 3-6 Gustan de disfrutar tiempo en el campo, realizar actividades de grupo que estrechen los lazos afectivos entre sí.	su medio y rutina.	mismos lugares.	alternativas para toda la familia, sin importar la edad.
EXCURSIONISTAS Personas entre 10-30 años, de estratos 3 a 6 que les gusta salidas a otros lugares pero cercanos a su lugar de origen	Buscar buenos destinos Lugares seguros y llamativos	Experimentan y no cumplen sus expectativas. A veces tienen accidentes por falta de previsión	Encontrar buenos destinos, seguros y guiados, cercanos a sus lugares de origen para retornar el mismo día.

Fuente. Esta investigación

8.2 MAPA DE VALOR DE LOS PRODUCTOS

En la siguiente Cuadro, se evidencia la manera en que la Finca Agroturística Silvestre, servirá para satisfacer las necesidades de los clientes, aliviando frustraciones, reduciendo trabajos y creando alegrías.

Cuadro 10. Mapa de valor de la Propuesta

Productos y servicios	Aliviadores de frustraciones	Creadores de alegrías
Zona recreativa	Lugar para descansar Todos los servicios incluidos Guías Instalaciones Cómodas Ambiente tranquilo Buen servicio Comida natural y balanceada	Diversión y esparcimiento Espacios para crear, aprender y conectarse consigo mismo y la naturaleza.
Zona de aprendizaje	Recorrido por la zona agroindustrial, donde se aprenden procesos	Aprendizaje Experimentar proceso productivos Degustar productos típicos
Zona ecológica	Alternativa de recorrer zonas de reserva y disfrutar la naturaleza	Conocimiento de especies naturales de flora y fauna
Zona de camping	Liberarse del estrés y olvidarse de la rutina	Lugar para compartir en familia o con los amigos Sentir la naturaleza

		Seguridad un lugar controlado
Cultivos orgánicos	Se conocen los productos de la zona	Consumir productos sanos
Tienda de suvenires	Después de visitar un sitio quiere llevar suvenires, pero a veces su calidad no es la adecuada.	Llevar detalles a sus seres queridos
Rutas de aventura	Visitas a guiadas	Lugares nuevos Experiencias nuevas

Fuente. Esta investigación

8.3 ENCAJE

La forma en que los productos y servicios de la Finca Agroturística Silvestre, satisfacen a sus segmentos de clientes son

Cuadro 11. Encaje de la propuesta de valor

Sobre el papel	En el mercado	En el banco
1. Finca agroturística	Finca agroturística Silvestre con servicios personalizados para todos los gustos	La propuesta se enmarca en un entorno favorable, donde el turismo tiene un crecimiento evidente para la región.
2. Finca agroturística, con recorridos a lugares específicos.		Se tiene el espacio, el conocimiento y ya se está ejecutando la labor de guianza en la zona. Con buenos niveles de aceptación.
3. Finca agroturística Silvestre		

Fuente. Esta investigación

9. SEGMENTO DE MERCADO

Según la encuesta de gasto en turismo interno, realizada por el Dane en el año 2012-2013, se encontró el siguiente panorama para la ciudad de Pasto y la Región:

- El 4% de hogares en la ciudad de Pasto, tiene una segunda vivienda, destinada para descanso.
- El 15% de hogares que tienen segunda vivienda, viajaron a un destino diferente y se alojaron en un lugar al menos por una noche.
- El 27.9% de hogares realizaron turismo, siendo una de las 3 ciudades con mayor frecuencia de esta actividad.
- Un 10.7% de personas realizan viajes fuera del país, considerándose como la segunda ciudad en frecuencia, dada la zona de frontera.
- El 31.8% de la población viajo por motivos de recreación y vacaciones.
- El 39.5% de las personas viajan solos, un 36% viajan con la familia sin compartir gastos.
- El 33.7% prefiere el transporte terrestre particular y un 61.8% terrestre público.
- El 0.6% de la población, prefiere paquetes turísticos a la hora de viajar.
- El 29% de las personas que viajan por recreación, se alojan en un hotel.
- El promedio de pernoctación es de 4 días.
- El promedio de gastos de viaje, para aquellos que incurren en gastos es de \$178.500, incluyendo alojamientos, alimentos, transporte interno, suvenirs, entre otros.
- El 65.7% de las personas hacen turismo dentro del departamento.
- Un 17% de personas realizan excursionismo (viajan a otro lugar y regresan el mismo día).
- El 51.7% de la población que viaja, son mujeres, su actividad más importante es de compras 71%.

- El principal motivo de viaje es la recreación para las personas de cualquier edad. Pero un 51% de jóvenes entre 10 – 18 años, son los que más viajes realizan.
- Las causas más importantes de no viajar son falta de tiempo y recursos económicos. Tanto para hombres como para mujeres.

Por todas las características anteriores los segmentos de mercado son tomados de la siguiente manera:

La población de la ciudad de Pasto para el año 2016 está proyectada en 445.409 habitantes, según el censo Dane 2005.

Para el Turismo de aventura se estima que el grupo etáreo adecuado es 16 a 30 años que equivale a 114.422 personas que cumplen esta condición en la ciudad de Pasto, de las cuales el 35.4% pertenecen a estratos 3 a 6, que equivalen a 40.505; de éste grupo el 27.9% hace turismo (10.936), un 31.8% de ellos, viaja por recreación (3.478) y un 29% pasan la noche en el lugar visitado, proporcionando un total de 1009 personas, de las cuales se pretende llegar a 13.1% representando 132 personas.

En el caso de turismo Ecológico y/o científico, se estima una edad de 20 a 50 años, dado el nivel académico que esta actividad implica, siguiendo los mismos razonamientos anteriores, se pretende llegar únicamente al 10% de ellos, para un total de 185.

El segmento de familias se estima, considerando la población total de Pasto, 445.409, estimando el promedio de 4 personas por familia, obteniendo un total de 111.352 familias, aplicando sobre esta base el 35.4% de familias que corresponden a estratos 3 a 6, se obtiene 39.419 familias, 27.9% de las cuales hacen turismo, (10.643 familias), 31.8% viajan por recreación (3384 familias) y 29% pasan la noche en el lugar visitado 981 familias, de las cuales solo se pretende alcanzar el 10% (98 familias).

En el segmento de excursionistas, la población se perfila entre 16 y 30 años, equivalente a 114.422 personas, de las cuales solo un 17% practica excursionismo (1859 personas), de las cuales se pretende captar el 10%. (186

excursionistas)

Cuadro 12. Segmento de turistas aventureros

SEGMENTO:	Turistas aventureros
JUSTIFICACIÓN DE ESCOGENCIA DEL SEGMENTO	Se tiene alternativas de atracción para ellos
VARIABLES	DESCRIPCION
DOMICILIO	Ciudad de Pasto
EDAD	De 16 a 30 años
NIVEL SOCIOECONOMICO	Estratos 3-6
CANTIDAD	132
NIVEL DE EDUCACION	Secundaria y otros niveles superiores de educación
MOTIVACIONES	Con espíritu libre y amantes de la naturaleza. Utilizan la adrenalina como un catalizador para la libertad. Tienen buen estado de salud
GUSTOS	Les encanta explorar nuevos lugares
PREFERENCIAS	Salir de la ciudad, hacer deporte, mantenerse en forma, experimentar riesgo
FRECUENCIA DE COMPRA	1 vez al mes
INFLUENCIADORES	Se dejan influenciar por redes sociales y amigos, programas de aventura.

Fuente. Esta investigación

Cuadro 13. Segmento de turistas ecológicos y/o científicos

SEGMENTO:	Turistas ecológicos y/o científicos
JUSTIFICACIÓN DE ESCOGENCIA DEL SEGMENTO	El lugar tiene aspectos de interés para sus estudios.
VARIABLES	DESCRIPCION
DOMICILIO	Ciudad de Pasto
EDAD	De 20 a 50 años
NIVEL SOCIOECONOMICO	Estratos 3-6
CANTIDAD	185
NIVEL DE EDUCACION	Profesionales
MOTIVACIONES	Realizan investigaciones, informes, relacionados con los ecosistemas y culturas
GUSTOS	Buscan transferir conocimientos de un lugar a otro para mitigar los daños al ambiente, conocer culturas y prácticas.
PREFERENCIAS	Encontrar lugares donde se respeta la naturaleza Encontrar nuevas técnicas para compartir en otros lugares Tener casos exitosos de referencia.
FRECUENCIA DE COMPRA	1 vez al mes
INFLUENCIADORES	Su mismo medio profesional

Fuente. Esta investigación

Cuadro 14. Segmento de familias

SEGMENTO:	familias
JUSTIFICACIÓN DE ESCOGENCIA DEL SEGMENTO	Hacen salidas los fines de semana, con destinos cortos.
VARIABLES	DESCRIPCION
DOMICILIO	Ciudad de Pasto
EDAD	N.A.
NIVEL SOCIOECONOMICO	Estratos 3-6
CANTIDAD	98
NIVEL DE EDUCACION	Acorde a la edad

MOTIVACIONES	Gustan de disfrutar tiempo en el campo, realizar actividades de grupo que estrechen los lazos afectivos entre sí.
GUSTOS	Encontrar en un solo lugar alternativas para toda la familia, sin importar la edad.
PREFERENCIAS	Salir de la rutina, conocer nuevos destinos,
FRECUENCIA DE COMPRA	1 vez al mes
INFLUENCIADORES	Redes sociales, televisión local, puntos de información turística

Fuente. Esta investigación

Cuadro 15. Segmento de excursionistas

SEGMENTO:	Excursionistas
JUSTIFICACIÓN DE ESCOGENCIA DEL SEGMENTO	Hacen salidas los fines de semana, con destinos cortos.
VARIABLES	DESCRIPCION
DOMICILIO	Ciudad de Pasto
EDAD	10-30
NIVEL SOCIOECONOMICO	Estratos 3-6
CANTIDAD	243
NIVEL DE EDUCACION	Acorde a la edad
MOTIVACIONES	Gustan de disfrutar tiempo en el campo, realizar actividades de grupo, que les de recreación y esparcimiento
GUSTOS	Realizar salidas con bajo presupuesto y volviendo el mismo día o acampando
PREFERENCIAS	Salir de la rutina, conocer nuevos destinos,
FRECUENCIA DE COMPRA	1 vez al mes
INFLUENCIADORES	Amigos, Redes sociales, televisión local, puntos de información turística

Fuente. Esta investigación

10. ESTRATEGIAS DE MERCADO

En este capítulo, se describe la forma como Finca Agroturística Silvestre se relacionará con sus clientes y los canales por los cuales mantendrá comunicación, información, retroalimentación y renovación de sus servicios y productos.

Para lograrlo se establecen las siguientes estrategias.

10.1 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Cuadro 16. Estrategia de distribución

Ítem	Detalle
Estrategia	VENTA DIRECTA A TRAVES DE TIENDA VIRTUAL
Justificación	Al tratarse de un servicio, en un lugar único, con tantas opciones, la mejor manera de mostrarlo es a través de una relación directa con el cliente a través de una plataforma virtual donde puede accederá a imágenes, videos y fotos 360, herramientas que ayudan a resaltar todos los atributos del lugar y el servicio ofertado.
Segmento (s) a quien está dirigido	Turistas de aventura, Ecológico y científico, familias, Excursionistas.
Detalle de la estrategia	Se construirá una página web, donde se promocionará el sitio turístico, el visitante virtual puede: conocer las formas de llegar al lugar, las alternativas de entretenimiento y aventura, costos de los servicios y productos ofertados, ver imágenes y videos de los lugares, calendario de eventos, calificar el servicio y ver la calificación de otros visitantes, además de reservas y pago en línea.
Detalle costos	\$2.000.000 (incluye dominio, hosting, desarrollo de la página web, mantenimiento y actualización por un año).
Cantidad	1 Pagina web con el dominio www.fincasilvestre.com , 1 fan page www.facebook/miempresa/fincasilvestre , 1 canal youtube https://www.youtube.com/channel/fincasilvestre ,

Fuente. Este trabajo.

10.2 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Cuadro 17. Estrategia de comunicación y publicidad 1

Ítem	Detalle
Estrategia	PAGINA WEB, REDES SOCIALES FACEBOOK, YOUTUBE
Justificación	La información más completa y rápida en cuanto a destinos turísticos se encuentra en internet a través de estos medios. Los clientes son usuarios permanentes de este espacio virtual, dada justamente su rutina, pues la prioridad de ellos es tener todo al alcance de un botón; por lo tanto es una forma rápida y seguro para transmitir el mensaje.
Segmento (s) a quien está dirigido	Turistas de aventura, Ecológico y científico, familias, Excursionistas

Detalle de la estrategia	Se construirá una página web, donde se promocionará el sitio turístico, se apoyará en las redes propias el visitante virtual puede: conocer las formas de llegar al lugar, las alternativas de entretenimiento y aventura, costos de los servicios y productos ofertados, ver imágenes y videos de los lugares, calendario de eventos, calificación de otros visitantes, reservas y pago en línea.
Detalle costos	\$2.000.000 (incluye dominio, hosting, desarrollo de la página web, mantenimiento y actualización por un año)
Cantidad	1 Pagina web con el dominio www.fincasilvestre.com , 1 fan page www.facebook/miempresa/fincasilvestre , 1 canal youtube https://www.youtube.com/channel/fincasilvestre ,

Fuente. Esta investigación

Cuadro 18. Estrategia de comunicación y publicidad 2

Ítem	Detalle
Estrategia	CANAL TELEPASTO – PROGRAMA VOLCANICA
Justificación	Este programa proyecta todo lo relacionado con nuestra cultura e idiosincrasia, orientado a la información, formación y entretenimiento, a través de notas, redes sociales y reportajes desde cualquier punto de nuestra región. Aunque está dirigido a población joven, estos pueden ser influenciadores para su grupo académico, sus amigos y familias.
Segmento (s) a quien está dirigido	Turistas de aventura, Ecológico y científico, Excursionistas
Detalle de la estrategia	Se invitara al equipo de producción de Volcánica, a realizar el recorrido a la finca, y pasar 5 días en la zona, realizando los recorridos y captando las mejores imágenes de la aventura, con las cuales se hará un reportaje del lugar y se invitara al público a visitarlo, resaltando las ofertas de entretenimiento disponibles.
Detalle costos	\$ 750.000 movilización, alojamiento, transporte interno, alimentación del personal técnico, durante 5 días para realización del programa.
Cantidad	1 programa, transmitido 5 veces en un mes, esta inversión es el lanzamiento del sitio.

Fuente. Esta investigación

Cuadro 19. Estrategia de comunicación y publicidad 3

Ítem	Detalle
Estrategia	PAUTA PUBLICITARIA EN FAN PAGE “SOY DE NARIÑO”, “SUEÑO DE LOS ANDES”, “AQUÍ VOY”
Justificación	Los turistas visitan virtualmente este tipo de espacios virtuales de la región, (blogs o fan page) para conocer nuevos destinos y sobretodo para enterarse de las opiniones de otros visitantes ó calificaciones; para tomar la decisión de compra del servicio. Las paginas mencionadas son las más visitadas en la categoría ecoturismo, con un flujo de visitas de más de 25 mil viajeros, 4 mil y 7 mil respectivamente
Segmento (s) a quien está dirigido	Turistas de aventura, Ecológico y científico, Excursionistas
Detalle de la estrategia	Pautar banners de Finca Silvestre en estos espacios, para llegar al segmento objetivo.
Detalle costos	\$ 2.000.000 pautas mensuales en las 3 fan pages o blogs.
Cantidad	3 pautas de banners en fan pages o blogs especializados de turismo.

Fuente. Esta investigación

10.3 ESTRATEGIAS DE PROMOCION

Cuadro 20. Estrategia de promoción No 1

Ítem	Detalle
Estrategia	REDES SOCIALES DEL GRUPO HIJOS DE MAMAJUANA
Justificación	Grupo de jóvenes exploradores de la región que se encarga de hacer notas de lugares de interés, exploración del territorio y guianza turística.
Segmento (s) a quien está dirigido	Turistas de aventura, Ecológico y científico, Excursionistas.
Detalle de la estrategia	El grupo cuenta con una fan page y un canal de youtube, son reconocidos en la zona por las exploraciones y el conocimiento de la misma, ideando rutas atractivas para los visitantes. Por lo tanto sus espacios en redes sociales se convierten para la Finca Silvestre en canales de promoción para la difusión del conocimiento de la finca. Por otro lado los jóvenes realizaran las labores de guianza dentro de la finca por lo cual también percibirán ingresos
Detalle costos	\$ 0 los miembros del grupo Hijos de Mamajuana serán contratados para las guanzas turísticas de los servicios ofertados, en contraprestación por su promoción.
Cantidad	fan page aliado https://www.facebook.com/hijosdemamajuana y canal aliado https://www.youtube.com/channel/UCDo1q4HXfGNnZGjIPwAmXWg

Fuente. Esta investigación

Cuadro 21. Estrategia de promoción No 2

Ítem	Detalle
Estrategia	Pertenecer a las redes turísticas
Justificación	Las administraciones municipales de El Tablón de Gómez y Pasto, al igual que la Gobernación, han considerado de gran importancia el sector turismo como una fuente de generación de ingresos para la región.
Segmento (s) a quien está dirigido	Turistas de aventura, Ecológico y científico, Excursionistas de orden local, regional y nacional.
Detalle de la estrategia	Asistir a las reuniones y actividades del sector Turismo, organizadas por alcaldías y gobernación departamental. Eventos feriales y ruedas de negocios.
Detalle costos	\$ 0 las entidades patrocinan publicaciones, indicando las rutas turísticas por subregiones del departamento de Nariño.
Cantidad	1 publicación al año.

Fuente. Esta investigación

10.4 ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Las estrategias de servicio representan la forma como la Finca Silvestre se relacionará con los segmentos de mercado identificados anteriormente, así mismo facilitarán la interacción persona a persona y propiciará la creación de comunidades. Por otro lado serán un medio de retroalimentación considerada como oportunidad de mejora para crear y personalizar las alternativas ofrecidas en la propuesta de valor.

Cuadro 22. Estrategia de Servicio No 1

Ítem	Detalle
Estrategia	Creación de comunidades a través de las redes sociales.
Justificación	Seguidores de la página y redes sociales de la finca y su interacción a través de las mismas, facilitaran los medios de fidelización, haciendo de estos espacios ambientes de cocreación de nuevos planes y rutas.
Segmento (s) a quien está dirigido	Turistas de aventura, Ecológico y científico, Excursionistas de orden local, regional y nacional.
Detalle de la estrategia	Los encargados de la estrategia, asignados por Finca Silvestre, alimentarán diariamente las redes sociales, con fotos, información promocional, fomentando a los visitantes a la calificación de la finca, promoviendo la participación en temas de interés relacionados con la zona, actividades, campañas, eventos, entre otros.
Detalle costos	0 las redes sociales y la creación de comunidades las manejará el Gerente
Cantidad	1 publicación al año.

Fuente. Esta investigación

Cuadro 23. Estrategia de Servicio No 2

Ítem	Detalle
Estrategia	Creación de Correo para atención al cliente y un buzón de sugerencias.
Justificación	Los clientes atendidos, deben sentir que son importantes para la Finca Silvestre, por lo tanto su opinión es la más importante de todas.
Segmento (s) a quien está dirigido	Turistas de aventura, Ecológico y científico, Excursionistas de orden local, regional y nacional.

Detalle de la estrategia	<p>Se ubicará un buzón de sugerencias en la zona de caja, donde los clientes pueden calificar el servicio y reportar cualquier inconveniente o anomalía en la prestación del mismo, así mismo pueden expresar ideas de mejoramiento, con datos personales y como políticas estas deben contestarse al interesado en 48 horas.</p> <p>La misma política aplica para el correo electrónico.</p>
Detalle costos	\$0 lo contestará el Gerente y/o la Secretaria
Cantidad	1 buzón de sugerencias y 1 correo tuopinion@fincasilvestre.com

Fuente. Esta investigación

11. ACTIVIDADES Y RECURSOS CLAVES

El éxito del funcionamiento de la Finca Agroturística Silvestre, está fundamentado en la capacidad de la misma para satisfacer las expectativas de los clientes y convertirse en generadores de alegrías y aliviadores de frustraciones de sus visitantes.

En consecuencia de lo anterior, es indispensable contar con recursos que proporcionen las condiciones, los medios y los elementos para producir bienes y servicios acordes a la propuesta de valor. Para ello la Finca Agroturística Silvestre requiere:

11.1 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS REFERENCIADOS EN LA PROPUESTA DE VALOR

Cuadro 24. Características técnicas del Salón de eventos “El Gran Guayabo”

Características Técnicas del servicio	Descripción
Descripción del servicio	Salón de eventos El Gran Guayabo
Servicio	Espacio para reuniones sociales y zona de alimentación.
Condiciones	Se cobra por evento alquiler del lugar. Capacidad para 100 personas máximo. Según acomodación.
Usos	Alimentación y esparcimiento

Fuente. Esta investigación

Cuadro 25. Características técnicas Mirador El Tominejo

Características Técnicas del servicio	Descripción
Descripción del servicio	Punto estratégico, para avistamiento de la zona, toma de fotografías.
Servicio	Espacio diseñado para apreciar la vista de la zona, contemplar su geografía, su fauna y flora. Las personas pueden tomar fotografías de su propia aventura.
Condiciones	Es un área común, está incluido dentro del paquete básico que cancela cada visitante y puede hacer uso

	de él las veces que quiera durante su permanencia
Usos	Toma de fotografías y esparcimiento.

Fuente. Esta investigación

Cuadro 26. Características técnicas balneario El Estanque del Gorrión

Características Técnicas del servicio	Descripción
Descripción del servicio	Balneario el Estanque del Gorrión, consta de dos piscinas artificiales construidas en la pendiente del terreno, la diferencia de alturas y sus estructuras con terminados rústicos imita una cascada.
Servicio	Espacio para que los visitantes puedan relajarse
Condiciones	Capacidad hasta de 20 personas al día
Usos	Esparcimiento

Fuente. Esta investigación

Cuadro 27. Características técnicas zona de aprendizaje

Características Técnicas del servicio	Descripción
Descripción del servicio	En esta zona se aprende sobre el beneficio del café, producción de mermelada de naranja y dulce de café, también se puede conocer la PTAR y la planta generadora de Energía Solar
Servicio	Espacio para conocimiento
Condiciones	Apreciar procesos,
Usos	Esparcimiento

Fuente. Esta investigación

Cuadro 28. Características técnicas Café

Características Técnicas del producto	Descripción
Descripción del producto	Producto artesanal producido a pequeña escala con propósitos demostrativos.
Producto	Producto regional tostado y molido, orgánico
Condiciones	Producto en polvo, empacado por libras
Usos	Preparar y consumir como bebida caliente.

Fuente. Esta investigación

Cuadro 29. Características técnicas Dulce de Café

Características Técnicas del producto	Descripción
Descripción del producto	Producto artesanal producido a pequeña escala con propósitos demostrativos.

Producto	Producto regional a partir de la concentración de azúcar en leche y café orgánico.
Condiciones	Producto empacado
Usos	Postre para consumo directo, solo o acompañado.

Fuente. Esta investigación

Cuadro 30. Características técnicas Mermelada de Naranja

Características Técnicas del producto	Descripción
Descripción del producto	Producto artesanal producido a pequeña escala con propósitos demostrativos.
Producto	Producto regional a partir de la concentración de azúcar y pulpa de naranja
Condiciones	Producto empacado
Usos	Para consumo directo, solo o acompañado.

Fuente. Esta investigación

Cuadro 31. Características técnicas de Zona Ecológica

Características Técnicas del servicio	Descripción
Descripción del servicio	La zona ecológica se compone de una reserva forestal y un parque temático.
Servicio	Espacio para conocimiento en especies de árboles, aves y otras especies de fauna y flora.
Condiciones	Recorrido básico
Usos	Para consumo directo, solo o acompañado.

Fuente. Esta investigación

Cuadro 32. Características técnicas de Zona de Camping

Características Técnicas del servicio	Descripción
Descripción del servicio	La Fogata del Indio
Servicio	Es un espacio para ubicación de tiendas de camping, en lugares apropiados y seguros.
Condiciones	Tiene una pendiente de 25°
Usos	Montar tiendas de camping y fogatas capacidad para 100 con un área de 10 metros cuadrados

Fuente. Esta investigación

Cuadro 33. Características técnicas de cultivos orgánicos

Características Técnicas del servicio	Descripción
--	--------------------

Descripción del servicio	El labriego, es un espacio destinado para producir la tierra y obtener
Servicio	Es un espacio para ubicación de tiendas de camping, en lugares apropiados y seguros.
Condiciones	Tiene una pendiente de 25°
Usos	Montar tiendas de camping y fogatas capacidad para 100 con un área de 10 metros cuadrados

Fuente. Esta investigación

Cuadro 34. Características técnicas de Tienda de souvenirs El Trueque

Características Técnicas del servicio	Descripción
Descripción del servicio	El Trueque
Servicio	Tienda de productos y souvenirs artesanales.
Condiciones	Variedad de artículos de la marca Silvestre
Usos	Dependiendo de la naturaleza del artículo.

Fuente. Esta investigación

Cuadro 35. Características técnicas de Rutas de aventura

Características Técnicas del servicio	Descripción
Descripción del servicio	Rutas de aventura
Servicio	Guianza turística a sitios alejados
Condiciones	Acompañamiento a personas que deseen visitar sitios nuevos
Usos	Entretenimiento, aventura, actividad de alta exigencia física

Fuente. Esta investigación

11.2 FICHAS TÉCNICAS

11.2.1 Ficha técnica General de la Finca Silvestre


Cuadro 36. Ficha Técnica 1

	FICHA TECNICA 1		
Preparado por: MATEO ERAZO	Aprobado por: MATEO ERAZO	Fecha: FEBRERO 2017	Versión: 0
NOMBRE DEL SERVICIO	FINCA AGROTURÍSTICA SILVESTRE		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	La Finca Agroturística Silvestre, tiene como finalidad reunir en un solo sitio alternativas de recreación y esparcimiento, con opciones diferentes conforme a la edad y a los intereses de sus visitantes.		
LUGAR	La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.		
SERVICIOS	<p> ZONA RECREATIVA: - ZONA DE CAMPING FOGATA DEL INDIIO, SALON DE EVENTOS EL GRAN GUAYABO, RESTAURANTE EL MIRADOR (EN CONCESION), MIRADOR, BALNEARIO MANANTIAL EL ESTANQUE DEL GORRION. ZONA DE APRENDIZAJE: BENEFICIO DEL CAFÉ, PRODUCCION DE DULCE DE CAFÉ, PRODUCCIÓN DE MERMELADA DE NARANJA, PTAR, PLANTA GENERADORA DE ENERGIA SOLAR. ZONA ECOLOGICA: RESERVA FORESTAL CORAZON ADENTRO, PARQUE TEMATICO FANTASIA NATURAL CULTIVOS ORGÁNICOS TIENDA DE SUIVENIRES EL TRUEQUE. RUTAS DE AVENTURA: VISITA A LAGUNA DEL SILENCIO, VISITA A LAS AGUAS TIBIAS, VISITA AL TEMPLO DE ACUAPERTE, VISITA AL PANTEON DEL REY, VISITA A LAS 3 CASCADAS, VISITA AL ESTADERO NUEVO ARCO IRIS, VISITA AL CAÑON DE ROSAPAMBA, EVENTOS DE LAS MESAS NARIÑO </p>		
FOTO DEL PRODUCTO			

Fuente. Esta investigación

11.2.2 Zona Recreativa



Cuadro 37. Ficha Técnica 2

 <p>Silvestre FINCA AGROECOLÓGICA</p>	FICHA TECNICA 2		
Preparado por: MATEO ERAZO	Aprobado por: MATEO ERAZO	Fecha: FEBRERO 2017	Versión: 0
NOMBRE DEL SERVICIO	ZONA RECREATIVA		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Denominada así no solo por la diversión y el esparcimiento, sino porque su ambiente es propicio para la creación el conocimiento, conexión consigo mismo, la naturaleza y la cultura.		
LUGAR	La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.		
SERVICIOS	SALON DE EVENTOS EL GRAN GUAYABO MIRADOR EL TIMONEJO BALNEARIO EL ESTANQUE DEL GORRIÓN		
FOTO DEL PRODUCTO	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>		

Fuente. Esta investigación

11.2.3 Salón de Eventos “El Gran Guayabo”



Cuadro 38. Ficha Técnica 3

 <p>Silvestre FINCA AGROTURÍSTICA</p>	<p>FICHA TECNICA 3</p>		
<p>Preparado por: MATEO ERAZO</p>	<p>Aprobado por: MATEO ERAZO</p>	<p>Fecha: FEBRERO 2017</p>	<p>Versión: 0</p>
<p>NOMBRE DEL SERVICIO</p>	<p>SALON DE EVENTOS EL GRAN GUAYABO</p>		
<p>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</p>	<p>Espacio con estructura artesanal (Guadua, tipo Maloca), utilizada para la realización de eventos y a manera de alquiler para uso de comedor del restaurante El Mirador. Con capacidad para 100 personas, en montaje de 25 mesas, de 4 puestos o menor capacidad en otro tipo de montajes (U, T, Espina de pescado).</p>		
<p>LUGAR</p>	<p>La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.</p>		
<p>SERVICIOS</p>	<p>Comedor, salón de eventos, Alquiler de equipo de medios audiovisuales, alquiler de mesas y sillas para eventos.</p>		
<p>FOTO DEL PRODUCTO</p>			

Fuente. Esta investigación

11.2.4 El Mirador Tominejo



Cuadro 39. Ficha Técnica 4

 <p>Silvestre FINCA AGROTURÍSTICA <small>Porque la diferencia siempre es una ventaja Por eso somos un privilegio</small></p>	FICHA TECNICA 4		
Preparado por: MATEO ERAZO	Aprobado por: MATEO ERAZO	Fecha: FEBRERO 2017	Versión: 0
NOMBRE DEL SERVICIO	MIRADOR DEL TOMINEJO		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Estructura artesanal (Guadua), ubicada en un punto estrategico con vista privilegiada a la zona y a fincas cafeteras circundantes.		
LUGAR	La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.		
SERVICIOS	Punto de esparcimiento donde la gente puede tomar imágenes por su propia cuenta de la espectacular vista desde y del lugar		
FOTO DEL PRODUCTO			

Fuente. Esta investigación

11.2.5 Balneario “El Estanque del Gorrión”

Cuadro 40. Ficha Técnica 5

 <p>Silvestre FINCA AGROTURÍSTICA</p>	FICHA TECNICA 5		
Preparado por: MATEO ERAZO	Aprobado por: MATEO ERAZO	Fecha: FEBRERO 2017	Versión: 0
NOMBRE DEL SERVICIO	BALNEARIO EL ESTANQUE DEL GORRIÓN		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Centro de entretenimiento acuático, que consta de 2 piscinas artificiales construidas en la pendiente del terreno, la diferencia de alturas y sus estructuras con terminados rústicos imita una cascada, alimentada por el agua del manantial que se encuentra en la reserva forestal corazón adentro perteneciente a la finca.		
LUGAR	La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.		
SERVICIOS	Recreación y esparcimiento.		
FOTO DEL PRODUCTO			

Fuente. Esta investigación

11.2.6 Zona de Aprendizaje “Así Damos Valor Agregado al Campo”



Cuadro 41. Ficha Técnica 6

 <p>Silvestre FINCA AGRO TURÍSTICA</p>	FICHA TECNICA 6		
Preparado por: MATEO ERAZO	Aprobado por: MATEO ERAZO	Fecha: FEBRERO 2017	Versión: 0
NOMBRE DEL SERVICIO	ZONA DE APRENDIZAJE, " ASI DAMOS VALOR AGREGADO AL CAMPO "		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	“Así damos valor agregado al campo”, en este espacio el turista conoce las estrategias de aprovechamiento de los recursos de manera sostenible y amigable con el ambiente.		
LUGAR	La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.		
SERVICIOS	VISITA A LA ZONA DE PRODUCCION DE: BENEFICIO DEL CAFÉ - EL AROMA DE LA PAZ PRODUCCION DULCE DE CAFÉ – EL MANJAR DE LA MESETA PRODUCCION MERMELADA DE NARANJA VISITA ADICIONAL A LA PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES Y A LA PLANTA GENERADORA DE ENERGIA SOLAR		
FOTO DEL PRODUCTO			

Fuente. Esta investigación

11.2.7 Café Silvestre



Cuadro 42. Ficha Técnica 7

 <p>Silvestre FINCA AGRÍCOLA</p>	FICHA TECNICA 7		PROGRAMA DE BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA -BPM F-001																																																																												
Preparado por: Mateo Erazo	Aprobado por: Mateo Erazo	Fecha: Marzo 2017	Version: 0																																																																												
NOMBRE DEL PRODUCTO	CAFÉ SILVESTRE - El aroma de la Paz																																																																														
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Café obtenido en la Finca, de variedad Arábigo y Castillo, producido de manera orgánica y procesado de manera artesanal con fines demostrativos, conservando sus mejores características de aroma y sabor.																																																																														
LUGAR DE ELABORACION	La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.																																																																														
COMPOSICION NUTRICIONAL	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="4" style="text-align: center;">Información Nutricional Café Orgánico</th> </tr> <tr> <td colspan="4">Tamaño de porción 100 g</td> </tr> <tr> <th colspan="4" style="text-align: left;">Cantidad por porción</th> </tr> <tr> <td>Calorías</td> <td>315</td> <td>Calorías de grasa</td> <td>52,40</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">Valor diario*</td> <td></td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grasa Total</td> <td>13,10g</td> <td></td> <td>20 %</td> </tr> <tr> <td>Grasa Saturada</td> <td>5,16 g</td> <td></td> <td>25 %</td> </tr> <tr> <td>Grasa Monoinsaturada</td> <td>1,07 g</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grasa Poliinsaturada</td> <td>5,13 g</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grasa Trans</td> <td>0 g</td> <td>0,99 g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Colesterol</td> <td>0 mg</td> <td></td> <td>0 %</td> </tr> <tr> <td>Sodio</td> <td>12 mg</td> <td></td> <td>0,5 %</td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos Totales</td> <td>6,70</td> <td></td> <td>2,23 %</td> </tr> <tr> <td>Fibra Dietaria</td> <td>0</td> <td></td> <td>0 %</td> </tr> <tr> <td>Azúcares</td> <td>6,7 g</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Proteína</td> <td>13,5 g</td> <td></td> <td>6,9 %</td> </tr> <tr> <td>Vitamina A</td> <td>0 %</td> <td>Vitamina C</td> <td>2,7 %</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B6</td> <td>0 %</td> <td>Vitamina D</td> <td>0 %</td> </tr> <tr> <td>Magnesio</td> <td>201 mg</td> <td>Potasio</td> <td>1653 mg</td> </tr> </tbody> </table>			Información Nutricional Café Orgánico				Tamaño de porción 100 g				Cantidad por porción				Calorías	315	Calorías de grasa	52,40			Valor diario*		Grasa Total	13,10g		20 %	Grasa Saturada	5,16 g		25 %	Grasa Monoinsaturada	1,07 g			Grasa Poliinsaturada	5,13 g			Grasa Trans	0 g	0,99 g		Colesterol	0 mg		0 %	Sodio	12 mg		0,5 %	Carbohidratos Totales	6,70		2,23 %	Fibra Dietaria	0		0 %	Azúcares	6,7 g			Proteína	13,5 g		6,9 %	Vitamina A	0 %	Vitamina C	2,7 %	Vitamina B6	0 %	Vitamina D	0 %	Magnesio	201 mg	Potasio	1653 mg
Información Nutricional Café Orgánico																																																																															
Tamaño de porción 100 g																																																																															
Cantidad por porción																																																																															
Calorías	315	Calorías de grasa	52,40																																																																												
		Valor diario*																																																																													
Grasa Total	13,10g		20 %																																																																												
Grasa Saturada	5,16 g		25 %																																																																												
Grasa Monoinsaturada	1,07 g																																																																														
Grasa Poliinsaturada	5,13 g																																																																														
Grasa Trans	0 g	0,99 g																																																																													
Colesterol	0 mg		0 %																																																																												
Sodio	12 mg		0,5 %																																																																												
Carbohidratos Totales	6,70		2,23 %																																																																												
Fibra Dietaria	0		0 %																																																																												
Azúcares	6,7 g																																																																														
Proteína	13,5 g		6,9 %																																																																												
Vitamina A	0 %	Vitamina C	2,7 %																																																																												
Vitamina B6	0 %	Vitamina D	0 %																																																																												
Magnesio	201 mg	Potasio	1653 mg																																																																												
PRESENTACION Y EMPAQUES	Empacado en Polipropileno Biorientado de 30 micras, metalizado																																																																														
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	Olor: Característico a Café Tostado Color: Marrón Oscuro y brillante Sabor: Ligeramente ácido. Trazas amargas características. Textura: Particulado suelto y seco																																																																														
FOTO DEL PRODUCTO																																																																															

Fuente. Esta investigación

11.2.8 Dulce de Café “El Manjar de la Meseta”



Cuadro 43. Ficha Técnica 8

 <p>Silvestre FINCA AGROPECUARIA</p>	FICHA TECNICA 8		PROGRAMA DE BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA –BPM F-001																																																																																
Preparado por: Mateo Erazo	Aprobado por: Mateo Erazo	Fecha: Marzo 2017	Version: 0																																																																																
NOMBRE DEL PRODUCTO	DULCE DE CAFÉ - EL MANJAR DE LA MESETA																																																																																		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Dulce de café, obtenido de manera artesanal con fines demostrativos, considerado como un buen postre para consumir de inmediato, sólo o puede acompañarse con leche, galletas u otro producto de su preferencia.																																																																																		
LUGAR DE ELABORACION	La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.																																																																																		
COMPOSICION NUTRICIONAL	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="4" style="text-align: center;">Información Nutricional Dulce de Café</th> </tr> <tr> <td colspan="4">Tamaño de la porción 100 g</td> </tr> <tr> <td colspan="4">Porciones por envase 2,5</td> </tr> <tr> <th colspan="2" style="text-align: left;">Cantidad por porción</th> <th colspan="2"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Calorías</td> <td style="text-align: right;">334</td> <td>Calorías de grasa</td> <td style="text-align: right;">49</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">Valor diario*</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grasa Total</td> <td style="text-align: right;">7 g</td> <td style="text-align: right;">10</td> <td style="text-align: right;">%</td> </tr> <tr> <td>Grasa Saturada</td> <td style="text-align: right;">4,5 g</td> <td style="text-align: right;">0</td> <td style="text-align: right;">%</td> </tr> <tr> <td>Grasa Monoinsaturada</td> <td style="text-align: right;">2,1 g</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grasa Poliinsaturada</td> <td style="text-align: right;">0,4 g</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grasa Trans</td> <td style="text-align: right;">0 g</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Colesterol</td> <td style="text-align: right;">29 mg</td> <td style="text-align: right;">9,6</td> <td style="text-align: right;">%</td> </tr> <tr> <td>Sodio</td> <td style="text-align: right;">129 mg</td> <td style="text-align: right;">5,32</td> <td style="text-align: right;">%</td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos Totales</td> <td style="text-align: right;">70,7 g</td> <td style="text-align: right;">23</td> <td style="text-align: right;">%</td> </tr> <tr> <td>Fibra Dietaria</td> <td style="text-align: right;">0,7 g</td> <td style="text-align: right;">2,8</td> <td style="text-align: right;">%</td> </tr> <tr> <td>Azúcares</td> <td style="text-align: right;">70,7 g</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Proteína</td> <td style="text-align: right;">0,48 g</td> <td style="text-align: right;">0,3</td> <td style="text-align: right;">%</td> </tr> <tr> <td>Vitamina A</td> <td style="text-align: right;">2671 IU</td> <td>Vitamina C</td> <td style="text-align: right;">2,6 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B7</td> <td style="text-align: right;">89,1 mg</td> <td>Vitamina B2</td> <td style="text-align: right;">0,41 mg</td> </tr> <tr> <td>Calcio</td> <td style="text-align: right;">251 mg</td> <td>Potasio</td> <td style="text-align: right;">350 mg</td> </tr> </tbody> </table>			Información Nutricional Dulce de Café				Tamaño de la porción 100 g				Porciones por envase 2,5				Cantidad por porción				Calorías	334	Calorías de grasa	49			Valor diario*		Grasa Total	7 g	10	%	Grasa Saturada	4,5 g	0	%	Grasa Monoinsaturada	2,1 g			Grasa Poliinsaturada	0,4 g			Grasa Trans	0 g			Colesterol	29 mg	9,6	%	Sodio	129 mg	5,32	%	Carbohidratos Totales	70,7 g	23	%	Fibra Dietaria	0,7 g	2,8	%	Azúcares	70,7 g			Proteína	0,48 g	0,3	%	Vitamina A	2671 IU	Vitamina C	2,6 mg	Vitamina B7	89,1 mg	Vitamina B2	0,41 mg	Calcio	251 mg	Potasio	350 mg
Información Nutricional Dulce de Café																																																																																			
Tamaño de la porción 100 g																																																																																			
Porciones por envase 2,5																																																																																			
Cantidad por porción																																																																																			
Calorías	334	Calorías de grasa	49																																																																																
		Valor diario*																																																																																	
Grasa Total	7 g	10	%																																																																																
Grasa Saturada	4,5 g	0	%																																																																																
Grasa Monoinsaturada	2,1 g																																																																																		
Grasa Poliinsaturada	0,4 g																																																																																		
Grasa Trans	0 g																																																																																		
Colesterol	29 mg	9,6	%																																																																																
Sodio	129 mg	5,32	%																																																																																
Carbohidratos Totales	70,7 g	23	%																																																																																
Fibra Dietaria	0,7 g	2,8	%																																																																																
Azúcares	70,7 g																																																																																		
Proteína	0,48 g	0,3	%																																																																																
Vitamina A	2671 IU	Vitamina C	2,6 mg																																																																																
Vitamina B7	89,1 mg	Vitamina B2	0,41 mg																																																																																
Calcio	251 mg	Potasio	350 mg																																																																																
PRESENTACION Y EMPAQUES	Envase de vidrio con tapa dorada, con capacidad de 250 g																																																																																		
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	Olor: Característico Color: Marrón Oscuro y brillante Sabor: dulce, con trazas amargas características. Textura: pastoso, uniforme y blando																																																																																		
FOTO DEL PRODUCTO																																																																																			

Fuente. Esta investigación

11.2.9 Mermelada de Naranja



Cuadro 44. Ficha Técnica 9

	FICHA TECNICA 9		PROGRAMA DE BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA –BPM F-001																																																																																
Preparado por: Mateo Erazo	Aprobado por: Mateo Erazo	Fecha: Marzo 2017	Version: 0																																																																																
NOMBRE DEL PRODUCTO	MERMELADA DE NARANJA SILVESTRE																																																																																		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Producto dulce, a partir de la concentración de pulpa fresca de naranja con azúcar. Como postre para consumo directo o acompañado de otros productos.																																																																																		
LUGAR DE ELABORACION	La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.																																																																																		
COMPOSICION NUTRICIONAL	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="4" style="text-align: left;">Información Nutricional Mermelada Naranja</th> </tr> <tr> <td colspan="4">Tamaño de la porción 100 g</td> </tr> <tr> <td colspan="4">Porciones por envase 2,5</td> </tr> <tr> <th colspan="2" style="text-align: left;">Cantidad por porción</th> <th colspan="2"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Calorías</td> <td style="text-align: right;">256</td> <td>Calorías de grasa</td> <td style="text-align: right;">0</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">Valor diario*</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grasa Total</td> <td style="text-align: right;">0 g</td> <td></td> <td style="text-align: right;">0,00 %</td> </tr> <tr> <td>Grasa Saturada</td> <td style="text-align: right;">0 g</td> <td></td> <td style="text-align: right;">0 %</td> </tr> <tr> <td>Grasa Monoinsaturada</td> <td style="text-align: right;">0 g</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grasa Poliinsaturada</td> <td style="text-align: right;">0 g</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Grasa Trans</td> <td style="text-align: right;">0 g</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Colesterol</td> <td style="text-align: right;">0 mg</td> <td></td> <td style="text-align: right;">0 %</td> </tr> <tr> <td>Sodio</td> <td style="text-align: right;">11 mg</td> <td></td> <td style="text-align: right;">0,45 %</td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos Totales</td> <td style="text-align: right;">63,8 g</td> <td></td> <td style="text-align: right;">21,12 %</td> </tr> <tr> <td>Fibra Dietaria</td> <td style="text-align: right;">0,2 g</td> <td></td> <td style="text-align: right;">0,8 %</td> </tr> <tr> <td>Azúcares</td> <td style="text-align: right;">63,6 g</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Proteína</td> <td style="text-align: right;">0,38 g</td> <td></td> <td style="text-align: right;">0,24 %</td> </tr> <tr> <td>Vitamina A</td> <td style="text-align: right;">3,18 µg</td> <td>Vitamina C</td> <td style="text-align: right;">4 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B1</td> <td style="text-align: right;">0 mg</td> <td>Vitamina D</td> <td style="text-align: right;">0 %</td> </tr> <tr> <td>Calcio</td> <td style="text-align: right;">32 mg</td> <td>Hierro</td> <td style="text-align: right;">53 mg</td> </tr> </tbody> </table>			Información Nutricional Mermelada Naranja				Tamaño de la porción 100 g				Porciones por envase 2,5				Cantidad por porción				Calorías	256	Calorías de grasa	0			Valor diario*		Grasa Total	0 g		0,00 %	Grasa Saturada	0 g		0 %	Grasa Monoinsaturada	0 g			Grasa Poliinsaturada	0 g			Grasa Trans	0 g			Colesterol	0 mg		0 %	Sodio	11 mg		0,45 %	Carbohidratos Totales	63,8 g		21,12 %	Fibra Dietaria	0,2 g		0,8 %	Azúcares	63,6 g			Proteína	0,38 g		0,24 %	Vitamina A	3,18 µg	Vitamina C	4 mg	Vitamina B1	0 mg	Vitamina D	0 %	Calcio	32 mg	Hierro	53 mg
Información Nutricional Mermelada Naranja																																																																																			
Tamaño de la porción 100 g																																																																																			
Porciones por envase 2,5																																																																																			
Cantidad por porción																																																																																			
Calorías	256	Calorías de grasa	0																																																																																
		Valor diario*																																																																																	
Grasa Total	0 g		0,00 %																																																																																
Grasa Saturada	0 g		0 %																																																																																
Grasa Monoinsaturada	0 g																																																																																		
Grasa Poliinsaturada	0 g																																																																																		
Grasa Trans	0 g																																																																																		
Colesterol	0 mg		0 %																																																																																
Sodio	11 mg		0,45 %																																																																																
Carbohidratos Totales	63,8 g		21,12 %																																																																																
Fibra Dietaria	0,2 g		0,8 %																																																																																
Azúcares	63,6 g																																																																																		
Proteína	0,38 g		0,24 %																																																																																
Vitamina A	3,18 µg	Vitamina C	4 mg																																																																																
Vitamina B1	0 mg	Vitamina D	0 %																																																																																
Calcio	32 mg	Hierro	53 mg																																																																																
PRESENTACION Y EMPAQUES	Envase de vidrio con tapa dorada, con capacidad de 250 g																																																																																		
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	Olor: Característico a Naranja Color: Amarillo traslúcido y brillante Sabor: dulce y ligeramente ácido. Textura: gelificada, no firme, suave y brillante																																																																																		
FOTO DEL PRODUCTO																																																																																			

Fuente. Esta investigación

11.2.10 Zona Ecológica




Cuadro 45. Ficha Técnica 10

	FICHA TECNICA 10		
Preparado por: MATEO ERAZO	Aprobado por: MATEO ERAZO	Fecha: FEBRERO 2017	Versión: 0
NOMBRE DEL SERVICIO	ZONA ECOLOGICA		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	En esta área de la finca se puede apreciar ecosistema de bosque nativo, para conocimiento en especies de árboles, aves y otras especies de fauna y flora.		
LUGAR	La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.		
SERVICIOS	RESERVA FORESTAL CORAZON ADENTRO PARQUE TEMATICO FANTASIA NATURAL		
FOTO DEL PRODUCTO			

Fuente. Esta investigación

11.2.11 Reserva forestal corazon adentro

Cuadro 46. Ficha Técnica 11

 <p>Silvestre FINCA LAS MESAS</p>	FICHA TECNICA 11		
Preparado por: MATEO ERAZO	Aprobado por: MATEO ERAZO	Fecha: FEBRERO 2017	Versión: 0
NOMBRE DEL SERVICIO	RESERVA FORESTAL CORAZON ADENTRO		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	La reserva forestal cuenta con un area de 1 ha, destinada a la proteccion de especies de flora y fauna nativas. Y brindando proteccion al nacimiento de agua, el cual es fundamental para el sostenuimiento de la finca.		
LUGAR	La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.		
SERVICIOS	VISITA GUIADA, AVISTAMIENTO DE FLORA Y FAUNA NATIVAS, CAPTURAS FOTOGRAFICAS, CAPACITACION EN MANEJO Y PRESERVACION DE RESERVAS FORESTALES Y SU IMPORTANCIA PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE.		
FOTO DEL PRODUCTO	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>		

Fuente. Esta investigación

11.2.12 Parque temático fantasía natural



Cuadro 47. Ficha Técnica 12

 <p>Silvestre FINCA AGROECOLÓGICA</p>	FICHA TECNICA 12		
Preparado por: MATEO ERAZO	Aprobado por: MATEO ERAZO	Fecha: FEBRERO 2017	Versión: 0
NOMBRE DEL SERVICIO	PARQUE TEMATICO FANTASIA NATURAL		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	<p>Entre la reserva forestal Corazon aderntro y los cultivos organicos El labriego, estan construidas estructuras colgantes entre los arboles con el fin de no afectar el ecosistema y evitar la compactacion del suelo, formando un hermoso parque fantastico, desde donde se podra apreciar criaturas miticas artificiales como duendecillos, hadas, elfos, entre otros, animados con energia solar, ademas del avistamiento de especies de flora y fauna nativos. De esta manera ofrecemos una experiencia unica de inmersion en un ambiente natural sin destruirlo.</p>		
LUGAR	<p>La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.</p>		
SERVICIOS	<p>VISITA GUIADA, AVISTAMIENTO DE FLORA Y FAUNA NATIVAS Y DE CRIATURAS MAGICAS ANIMADAS, CAPTURAS FOTOGRAFICAS, CAPACITACION EN MANEJO Y PRESERVACION DE RESERVAS FORESTALES Y SU IMPORTANCIA PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE.</p>		
FOTO DEL PRODUCTO			

Fuente. Esta investigación

11.2.13 Zona de camping la fogata del indio

Cuadro 48. Ficha Técnica 13

 <p>Silvestre FINCA AGROTURÍSTICA</p>	FICHA TECNICA 13		
Preparado por: MATEO ERAZO	Aprobado por: MATEO ERAZO	Fecha: FEBRERO 2017	Versión: 0
NOMBRE DEL SERVICIO	ZONA CAMPING LA FOGATA DEL INDIO		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Espacio disponible para armar tiendas de camping con capacidad para 100 tiendas, con un espacio aproximado de 3 m ² para cada tienda, comoda unidad sanitaria, espacio diseñado para fogatas grupales, generalmente acompañadas por cuenteros y grupos musicales, ubicado en la parte central de la zona de campnig.		
LUGAR	La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.		
SERVICIOS	Alquiler de espacio para tienda de campamento, bateria sanitaria, entretenimiento fogata cuenteros y grupos musicales.		
FOTO DEL PRODUCTO			

Fuente. Esta investigación

11.2.14 Cultivos orgánicos el labriego

Cuadro 49. Ficha Técnica 14

 <p>Silvestre FINCA AGROECOLÓGICA</p>	FICHA TECNICA 14		
Preparado por: MATEO ERAZO	Aprobado por: MATEO ERAZO	Fecha: FEBRERO 2017	Versión: 0
NOMBRE DEL SERVICIO	CULTIVOS ORGANICOS EL LABRIEGO		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Cultivos organicos de café, frutales (níspero, limón, naranja, aguacate, piña, mango, tomate, bananos y guayaba).		
LUGAR	La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.		
SERVICIOS	VISITA GUIADA, COSECHA DE FRUTOS (menor a 0.5 Kg de producto), INTERACCION CON CAMPESINOS ENCARGADOS DEL MANEJO DE LOS CULTIVOS .		
FOTO DEL PRODUCTO			

Fuente. Esta investigación

11.2.15 Tienda de Suvenires El Trueque

Cuadro 50. Ficha Técnica 15

 <p>Silvestre FINCA AGROINDUSTRIAL</p>	<p>FICHA TECNICA 15</p>		
<p>Preparado por: MATEO ERAZO</p>	<p>Aprobado por: MATEO ERAZO</p>	<p>Fecha: FEBRERO 2017</p>	<p>Versión: 0</p>
<p>NOMBRE DEL SERVICIO</p>	<p>TIENDA DE SUVENIRES- EL TRUEQUE</p>		
<p>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</p>	<p>Espacio diseñado para la venta de los productos derivados de procesos agroindustriales responsables con el medio ambiente efectuados en la finca. Además de un sinfín de artesanías y detalles elaborados por habitantes del corregimiento de Las Mesas.</p>		
<p>LUGAR</p>	<p>La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.</p>		
<p>SERVICIOS</p>	<p>VENTA DE SUVENIRES</p>		
<p>FOTO DEL PRODUCTO</p>			

Fuente. Esta investigación

11.2.16 Rutas de Aventura

Cuadro 51. Ficha Técnica 16

 <p>Silvestre FINCA AGROTURISTICA</p>	<p>FICHA TECNICA 16</p>		
<p>Preparado por: MATEO ERAZO</p>	<p>Aprobado por: MATEO ERAZO</p>	<p>Fecha: FEBRERO 2017</p>	<p>Versión: 0</p>
<p>NOMBRE DEL SERVICIO</p>	<p>RUTAS DE AVENTURA</p>		
<p>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</p>	<p>Las Mesas Nariño cuenta con gran patrimonio ambiental y cultural, espacios apropiados para el turismo de aventura, consistente en recorridos no tradicionales, que implican asumir riesgos y determinar extrategias de supervivencia y superacion de obstaculos, con un grado medio de exigencia fisica y mentalidad de aventurero para lograrlo.</p>		
<p>LUGAR</p>	<p>La vereda Doña Juana del municipio EL Tablón de Gómez, La finca estará ubicada a 15 minutos del casco urbano del corregimiento de Las Mesas, localizada a 1°27'44.4"N y 77°02'39.0"W a 1350 m.s.n.m.</p>		
<p>SERVICIOS</p>	<p>SERVICIO DE GUIANZA TURISTICA TRANSPORTE INCLUIDO A LOS LUGARES DE: LAGUNA DEL SILENCIO, LAS AGUAS TIBIAS, AL TEMPLO DE ACUAPERTE, AL PANTEON DEL REY, A LAS 3 CASCADAS, AL ESTADERO NUEVO ARCO IRIS, AL CAÑON DE ROSAPAMBA, EVENTOS DE LAS MESAS NARIÑO.</p>		
<p>FOTO DEL PRODUCTO</p>			

Fuente. Esta investigación





11.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

La Finca Silvestre ha determinado los tiempos mínimos de atención y de respuesta a los clientes, con el propósito de cumplir las expectativas de los visitantes y por supuesto de cerrar ventas On Line de las diferentes ofertas presentadas a través de la página y las redes sociales.

Es importante por lo tanto disponer de la información inmediata de proveedores, personal de apoyo y realizar una completa planeación del servicio.

A continuación se presenta una descripción del proceso general de solicitud de servicios de la Finca Silvestre





Cuadro 52. Flujoograma General de acceso a los servicios

Entidad:		RESUMEN							
		SIMBOLO		ACTUAL	PROPUESTO	DIF			
Dependencia:		Nº. Operaciones		3	NA	0			
		Nº. Transporte		2	NA	0			
Lugar:		Nº. Demoras		4	NA	0			
		Nº. Almacenajes		0	NA	0			
Fecha:		Nº. Inspecciones		1	NA	0			
		Nº. Total Pasos		10	NA	0			
Procedimiento:		Tiempo		624	NA	0			
ACCESO A SERVICIOS FINCA SILVESTRE		Distancia			NA	0			
Paso Nº.	Etapas del Procedimiento	Operación	Transporte	Demora	Almacenar	Inspección	Distancia	Tiempo (minutos)	Acción a tomar
				D					
1	CONTACTO INICIAL	X					0	2	VENDEDOR
2	SELECCIÓN DE SERVICIOS			X			0	2	CLIENTE
3	CALCULO DE RUTAS Y TIEMPOS			X			0	20	PAGINA WEB
4	COTIZACION DE TARIFAS	X					0	60	PAGINA WEB
5	SELECCIÓN DE FECHAS			X			0	5	CLIENTE
6	PAGO DE SERVICIOS			X			0	5	CLIENTE
7	CONFIRMACION DE SERVICIOS	X					0	5	VENDEDOR
8	EJECUCION DE SERVICIOS		X				SEGÚN RUTA	480*	GUIAS
9	PASEO POR TIENDA DE SUVENIRES		X				30 M	20	VENDEDOR
10	EVALUACION DEL SERVICIO					X	0	5	CLIENTE

Fuente. Esta investigación

Adicionalmente se describe a cabalidad los procesos productivos del café orgánico, mermelada y dulce de café.

Cuadro 53. Flujograma Proceso de Café Orgánico Tostado y Molido

Entidad:		RESUMEN							
		SIMBOLO		ACTUAL	PROPUESTO	DIF			
Dependencia:		Nº. Operaciones		6	NA	0			
		Nº. Transporte		1	NA	0			
Lugar:		Nº. Demoras		3	NA	0			
		Nº. Almacenajes		2	NA	0			
Fecha:		Nº. Inspecciones		2	NA	0			
		Nº. Total Pasos		12	NA	0			
Procedimiento:		Tiempo		30	NA	0			
PRODUCCION DE CAFÉ ORGANICO TOSTADO Y MOLIDO		Distancia			NA	0			
Paso Nº.	Etapas del Procedimiento	Operación	Transporte	Demora	Almacenar	Inspección	Distancia	Tiempo (minutos)	Acción a tomar
				D					
1	RECEPCION MATERIA PRIMA					X	2 m		OPERARIO
2	DESPULPADO	X					0 m		OPERARIO
3	FERMENTACION			X			2 m		OPERARIO
4	LAVADO	X					0 m		OPERARIO
5	SECADO			X			3 m		OPERARIO
6	ALMACENAMIENTO				X		3 m		OPERARIO
7	TRILLADO	X					0 m		OPERARIO
8	TOSTION	X					5 m		OPERARIO
9	ENFRIAMIENTO			X			5 m		OPERARIO
10	MOLIENDA	X					0 m		OPERARIO
11	EMPAQUE	X				X	5 m		OPERARIO
12	ALMACENAMIENTO		X		X		5 m		OPERARIO





Fuente. Esta investigación

Cuadro 54. Flujograma Proceso de Dulce de Café

Entidad:		RESUMEN							
		SIMBOLO		ACTUAL	PROPUESTO	DIF			
Dependencia:		Nº. Operaciones		3	NA	0			
		Nº. Transporte		1	NA	0			
Lugar:		Nº. Demoras		3	NA	0			
		Nº. Almacenes		1	NA	0			
Fecha:		Nº. Inspecciones		4	NA	0			
		Nº. Total Pasos		11	NA	0			
Procedimiento:		Tiempo		11781 MIN	NA	0			
DULCE DE CAFE		Distancia		14 m	NA	0			
Paso Nº.	Etapas del Procedimiento	Operación	Transporte	Demora	Almacenar	Inspección	Distancia (Metros)	Tiempo (minutos)	Acción a tomar
		○	➔	D	△	□			
1	RECEPCION DE MATERIA PRIMA					X	0	5	OPERARIO
2	PRUEBAS DE PLATAFORMA					X	2	15	OPERARIO
3	FILTRACIÓN	X					2	10	OPERARIO
4	PESAJE DE INGREDIENTES					X	0	10	OPERARIO
5	CALENTAMIENTO			X			2	20	OPERARIO
6	ADICION INGREDIENTES	X					0	1	OPERARIO
7	REDUCCIÓN Y AGITACIÓN CONSTANTE			X			0	120	OPERARIO
8	PRUEBA DE CONSISTENCIA					X	0	5	OPERARIO
9	ENFRIAMIENTO		X	X			0	15	OPERARIO
10	ENVASE	X					3	60	OPERARIO
11	ALMACENAMIENTO				X		5	11520	OPERARIO

Fuente. Esta investigación

Cuadro 55. Flujograma Proceso de Mermelada de Naranja

Entidad:		RESUMEN							
		SIMBOLO		ACTUAL	PROPUESTO	DIF			
Dependencia:	Nº. Operaciones			3	NA	0			
	Nº. Transporte			1	NA	0			
Lugar:	Nº. Demoras			3	NA	0			
	Nº. Almacenajes			1	NA	0			
Fecha:	Nº. Inspecciones			4	NA	0			
	Nº. Total Pasos			11	NA	0			
Procedimiento:	Tiempo			11836 MIN	NA	0			
MERMELADA DE NARANJA	Distancia			14 m	NA	0			
Paso Nº.	Etapas del Procedimiento	Operación 	Transporte 	Demora D	Almacenar 	Inspección 	Distancia (Metros)	Tiempo (minutos)	Acción a tomar
1	RECEPCION DE MATERIA PRIMA					X	0	5	OPERARIO
2	EXTRACCIÓN DE JUGO PRENSADO					X	2	60	OPERARIO
3	FILTRACIÓN	X					2	20	OPERARIO
4	PESAJE DE INGREDIENTES					X	0	10	OPERARIO
5	CALENTAMIENTO			X			2	20	OPERARIO
6	ADICION INGREDIENTES	X					0	1	OPERARIO
7	REDUCCIÓN Y AGITACIÓN CONSTANTE			X			0	120	OPERARIO
8	PRUEBA DE CONSISTENCIA					X	0	5	OPERARIO
9	ENFRIAMIENTO		X	X			0	15	OPERARIO
10	ENVASE	X					3	60	OPERARIO
11	ALMACENAMIENTO				X		5	11520	OPERARIO

Fuente. Esta investigación

11.4 MAPA DE LA FINCA, DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS Y SERVICIOS

Figura 8. Mapa de la Finca, Distribución de áreas y servicios



Fuente. Esta investigación

11.5 CAPACIDAD INSTALADA

De acuerdo a la propuesta de valor, se han identificado varias líneas de ventas de servicio, sin embargo, el sostenimiento de la finca Silvestre, estará determinado por las siguientes cinco líneas de servicio:

Cuadro 56. Capacidad Instalada zona de Camping

PERIODO	CANTIDAD DE PRODUCTO
1 fin de semana	28carpas
1 mes	112 carpas
1 año	1500 carpas

Fuente. Esta investigación

Cuadro 57. Capacidad Instalada Rutas de Aventura

PERIODO	CANTIDAD DE PRODUCTO
1 mes	1 Mensualidad
1 año	12 Mensualidades

Fuente. Esta investigación

Cuadro 58. Capacidad Instalada Suvenires

PERIODO	CANTIDAD DE PRODUCTO
1 día	5 Unidades
1 mes	150 Unidades
1 año	2000 Unidades

Fuente. Esta investigación

Cuadro 59. Capacidad Paquete Básico

PERIODO	CANTIDAD DE PRODUCTO
1 día	11 personas
1 mes	330 personas
1 año	3960 personas

Fuente. Esta investigación

11.6 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Cuadro 60. Necesidades y requerimientos

EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	CANTIDAD	PRESENTACIÓN	PROVEEDOR	PRECIOS	TOTAL
EQUIPO DE MEDIOS AUDIOVISUALES	1	UNIDAD	EPSON + LG	3.000.000	3.000.000
HIDROBOMBA	1	UNIDAD	EVANS	2.000.000	2.000.000
PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUA	1	UNIDAD	IDE TECH	20.000.000	20.000.000
DESPULPADORA	1	UNIDAD	JAVAR	250.000	250.000
TRILLADORA DE CAFÉ	1	UNIDAD	CI TALSA	2.200.000	2.200.000
TOSTADORA DE CAFÉ	1	UNIDAD	CI TALSA	2.200.000	2.200.000
MOLINO DE CAFÉ	1	UNIDAD	CI TALSA	2.200.000	2.200.000
LOTEADORA	1	UNIDAD	GOMEZ MEJIA Y CIA	439.000	439.000
MARMITA	2	UNIDAD	JAVAR	3.500.000	7.000.000
PIPETA	1	UNIDAD	LABEXCO	200.000	200.000
REFRACTOMETRO	1	UNIDAD	LABEXCO	159.000	159.000
PLANTA GENERADORA DE ENERGIA SOLAR	1	UNIDAD	SOLAR ENERGY POWER	20.000.000	20.000.000
GUADAÑADORA	1	UNIDAD	HUSQVARNA	300.000	300.000
EQUIPO DE RECOLECCIÓN	3	UNIDAD	CENICAFE	8.000	24.000
MAQUINA REGISTRADORA	1	UNIDAD	CASIO	470.000	470.000
GPS	2	UNIDAD	SPIA GPS	379.000	758.000
RADIOTELEFONO	2	UNIDAD	MOTOROLA	149.000	298.000
MOBILIARIO	CANTIDAD	PRESENTACIÓN	PROVEEDOR	PRECIOS	TOTAL
SILLAS	100	UNIDAD	RIMAX	20.000	2.000.000
MESAS	25	UNIDAD	RIMAX	80.000	2.000.000
ESCRITORIOS	3	UNIDAD	MADERAS JB	120.000	360.000
SILLAS ERGONOMICAS	3	UNIDAD	MADERAS JB	90.000	270.000
MESAS OFICINA	2	UNIDAD	MADERAS JB	80.000	160.000
ARCHIVADOR VERTICAL	1	UNIDAD	MADERAS JB	286.845	286.845
ESTANTERIA	3	UNIDAD	MADERAS JB	120.000	360.000
EQUIPO DE OFICINA	CANTIDAD	PRESENTACIÓN	PROVEEDOR	PRECIOS	TOTAL
TELEVISOR	1	UNIDAD	LG	800.000	800.000
TELEFONO	1	UNIDAD	LG	140.000	140.000
COMPUTADORES	3	UNIDAD	DELL	1.200.000	3.600.000
IMPRESORA	1	UNIDAD	EPSON	600.000	600.000
MATERIA PRIMA – INSUMOS CARACTERISTICAS	CANTIDAD	PRESENTACIÓN	PROVEEDOR	PRECIOS	TOTAL
PAQUETE BIOP 30 MICRAS METALIZADO	30.000	Unidades	OFIMAX	500	15.000.000
CAFÉ	50	Kilos	FINCA SILVESTRE	8.000	400.000
FRASCO VIDRIO	1000	Unidades	EMPAQUES DE COLOMBIA	2.500	2.500.000

PULPA DE NARANJA	50	Kilos	FINCA SILVESTRE	610	30.500
AZUCAR	50	Kilos	ALKOSTO	2.300	115.000
PECTINA	10	Kilos	QUIMICOS DEL SUR	1.600	16.000
ETIQUETA	1000	Unidades	OFIXPRES	100	100.000
LECHE	50	Litros	ASOCIACION PRODUCTORES EL TABLON DE GOMEZ	960	48.000
BICARBONATO	10	Kilos	OSA	4.980	49.800
CANELA	1	Kilos	EL REY	27.991	27.991
MANO DE OBRA REQUERIDA	CANTIDAD	PRESENTACIÓN	PROVEEDOR	PRECIOS	TOTAL
SERVICIOS GENERALES	1	PERSONAS	NO APLICA	740.000	8.880.000
GUIAS	3	PERSONAS	NO APLICA	740.000	26.640.000
TECNICOS PRODUCCION	2	PERSONAS	NO APLICA	740.000	17.760.000
JORNALEROS	6	PERSONAS	NO APLICA	2.375.000	14.250.000
ADECUACIONES FÍSICAS/ ELÉCTRICAS	CANTIDAD	PRESENTACIÓN	PROVEEDOR	PRECIOS	TOTAL
INFRAESTRUCTURA	1	Modificación física de los espacios	ARQUITECTO	80.000.000	80.000.000
AGUA	1	Adecuaciones	INGENIERO CIVIL	20.000.000	20.000.000
ELECTRICAS	1	Instalación y habilitación de puntos eléctricos	INGENIERO ELECTRICISTA	20.000.000	20.000.000
TECNOLOGICAS	1	Instalación de puntos de apoyo tecnológico	TECNICOS	10.000.000	10.000.000

12. MODELO ORGANIZACIONAL

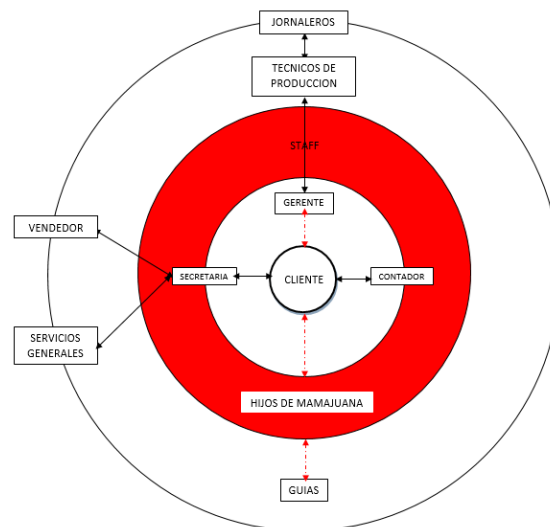
Finca Silvestre es una empresa de servicios turísticos agrosostenibles, perteneciente al sector servicios, encargada de ofertar actividades y lugares de esparcimiento, conocimiento, recreación para los visitantes.

En el presente capítulo se especifican las alianzas claves del modelo de negocios planteado, sin las cuales no se alcanza las cifras presupuestadas. Del mismo modo se presentan algunas variables del entorno que pueden incidir directamente en la actividad del modelo de negocio. Estableciendo actividades a corto, mediano y largo plazo.

12.1 ORGANIGRAMA

Para Finca Silvestre, es de vital importancia generar un conocimiento y creación de conciencia por el medio ambiente, por la tierra en la que se habita y es indispensable para ello, lograr el compromiso de su equipo de trabajo. A continuación se presenta el modelo jerárquico y funcional de Finca Silvestre

Figura 9. Organigrama



Fuente. Este trabajo

La logística está enfocada a la satisfacción del cliente, razón por la cual este, encabeza el organigrama, dado que es la principal razón de ser de la empresa la satisfacción total del mismo. En segunda línea está la línea gerencial, encabezada por su Gerente y su grupo de apoyo como son la Secretaria y el contador, en una tercera línea de Staff, se encuentra el grupo Hijos de Mamajuana, quienes se

encargan como aliados de la publicidad y de la guianza en los servicios de rutas de aventura. La cuarta y última línea comprende la línea operativa y logística para la prestación del servicio conformada por las áreas de: producción en cultivos y derivados agroindustriales orgánicos, área comercial y de servicios generales y guías internos de la finca. Manejando una línea jerárquica desde la Gerencia hacia las demás líneas de manera descendente, por otra parte entre áreas según la línea de manera transversal, garantizando eficiencia en la prestación de los servicios.

12.1.1 Personal Requerido. Como se evidencio en el organigrama anterior, los cargos necesarios para el funcionamiento mínimo de la empresa son:

Cuadro 61. Requerimientos de personal

Cargo	GERENTE
Perfil requerido	Ingeniero agroindustrial – diplomado en modelo de negocios innovadores Conocimientos de la zona de influencia
Objetivo del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la empresa • Desarrollar el plan estratégico para el cumplimiento de los objetivos planteados y presupuestados • Establecer alianzas estratégicas que favorezcan la actividad en la zona
Cargo	CONTADOR
Perfil requerido	Contador con tarjeta profesional
Objetivo del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la información actualizada • Cumplir el calendario tributario • Asesorar al gerente en toma de decisiones que afecten su área
Cargo	SECRETARIA
Perfil requerido	Técnico en Secretariado
Objetivo del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar labores secretariales, • Realizar llamadas telefónicas y • Asistir en otras funciones asignadas
Cargo	HIJOS DE MAMAJUANA
Perfil requerido	Personas del grupo
Objetivo del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la Finca como destino Turístico • Ofertar el portafolio de servicios y eventos de Finca Silvestre • Dirigir la guianza de las rutas de aventura
Cargo	TECNICOS DE PRODUCCIÓN
Perfil requerido	Técnicos Agroindustriales
Objetivo del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar los programas de producción • Verificar stock de materias primas e insumos • Administrar y controlar inventarios físicos • Cumplir la normatividad técnica relacionada
Cargo	VENDEDOR
Perfil requerido	Técnico de ventas
Objetivo del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir el presupuesto de ventas • Promover los servicios de la finca • Realizar cotizaciones • Participar en eventos que la empresa le asigne
Cargo	GUIAS
Perfil requerido	Técnicos en Guianza Turística

Objetivo del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir a los visitantes dentro y fuera de la finca • Atender de primera mano los requerimientos de los visitantes • Solicitar oportunamente lo requerido para cada actividad o ruta
Cargo	SERVICIOS GENERALES
Perfil requerido	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller
Objetivo del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar las labores de adecuación, orden y aseo de cada zona antes y después de cada servicio.

Fuente. Este Trabajo

12.1.2 Aspectos Estratégicos de la Organización

- **Misión:** Finca Silvestre, es una empresa regional, dedicada a la prestación de servicios Turísticos y actividades de esparcimiento con sentido ambiental. Para ello cuenta con personal calificado y alto sentido de pertenencia por su región, su bienestar y cuidado ambiental, son ejes fundamentales para responder a las necesidades del mercado y evolucionar con el entorno de manera sostenible.
- **Visión:** Para el 2020, Finca Silvestre, habilitará 2 fincas más, posicionándose como un complejo agroturístico de alto impacto e interés para la región.
- **Valores:** entre los valores más importantes de la organización se encuentran: respeto por el ambiente, respeto por la cultura, uso responsable de los recursos.

12.2 ALIADOS CLAVE

La empresa Finca Silvestre, estima pertinente en Cuadro alianzas con:

Cuadro 62. Aliados clave

Tipo	Aliado estratégico	Descripción de apoyo
Proveedor	Productores campesinos de las veredas del municipio del Tablón de Gómez y aledaños	Aprovisionamiento permanente de materia prima, seleccionada y de buena calidad, mano de obra calificada
Canales de distribución o comunicación	Hijos de Mama Juana	Publicaciones estratégicas en sus redes sociales Promoción de las actividades de la finca Influenciadores y canales para pautar publicidad.
Entidades de apoyo	Fontur Entidades Gubernamentales Instituciones educativas públicas y privadas Sena Fondo Emprender	Participar en eventos del sector y posicionarse dentro del medio. Gestión de recursos regionales que promuevan las actividades de la zona Campañas ambientales y promoción de la finca como destino para actividades de integración, camping y excursionismo. Capital semilla para iniciar el proyecto. Proporcionar personal Técnico Calificado.
Otro	Empresas de transporte	Facilitar la movilización de visitantes a los diferentes destinos.

Fuente. Este Trabajo

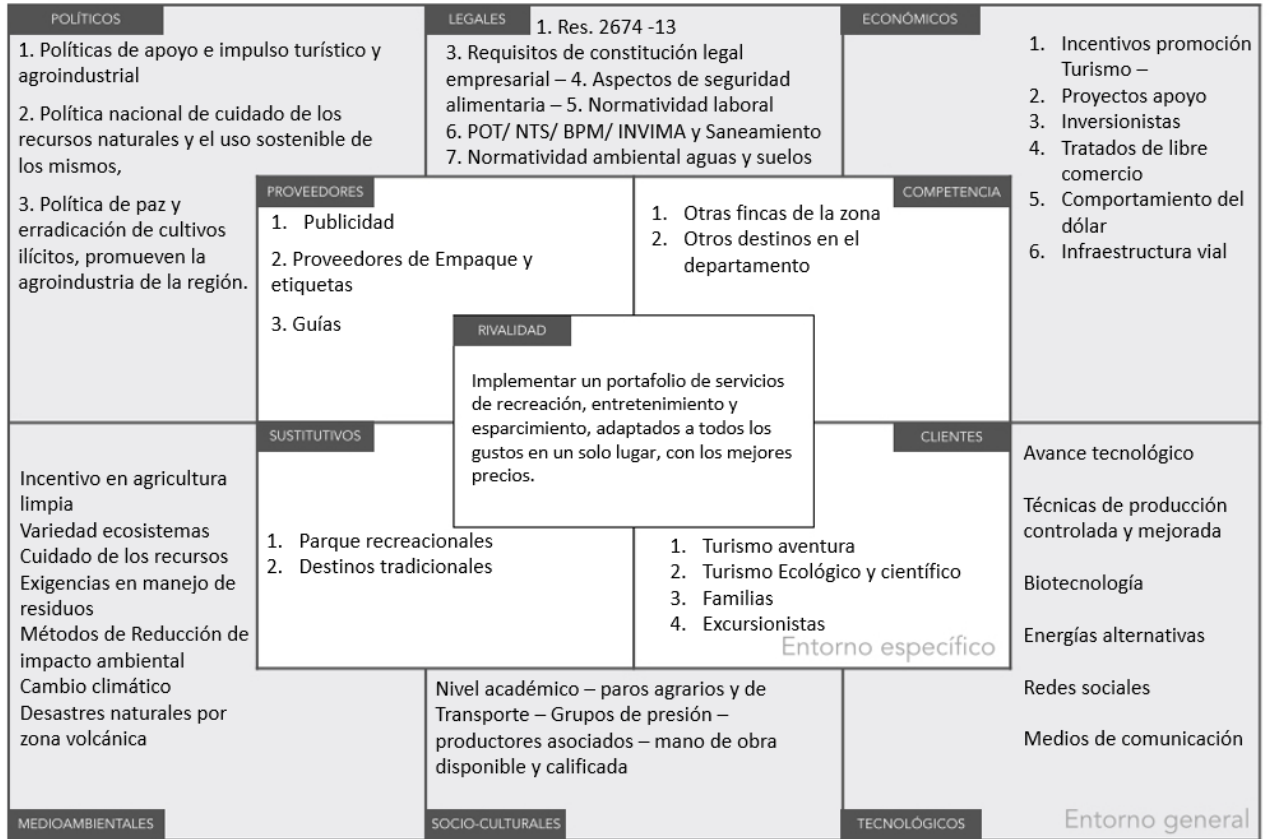
12.3 MATRIZ DE ENTORNOS

Para la Finca Silvestre, hay factores que influyen en el curso de sus actividades que favorecen o perjudican sus actividades. Por lo tanto no considerarlos sería un error de gran magnitud, pues afectaría las cifras de la empresa y pondría en peligro, el desarrollo y sostenibilidad de la misma. También se consideran aspectos legales vigentes, que puedan convertirse en requisitos, restricciones o propulsores de la actividad ejercida.

A continuación se muestra la matriz de Pestel y Porter, en la cual se evalúa el entorno general, específico y rivalidad del entorno.

Cuadro 63. Matriz Pestel y Porter

Análisis del Entorno (PESTEL+Porter)



Diseñado por Advenio www.advenio.es

Esta obra está diseñada bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional

Fuente. Este trabajo

12.4 MATRIZ ERIC

Considerando la matriz de Pestel y Porter, referente al entorno en el cual se desenvuelve la empresa se deben tener en cuenta la estrategia para encontrar un modelo de negocios que pueda sostenerse en el tiempo.

Con lo aprendido en el diplomado, se aplica la matriz de Eric, para encontrar las estrategias que faciliten la labor de la Finca Silvestre.

Cuadro 64. Matriz Eric

Eliminar	Reducir
<ul style="list-style-type: none"> • Eliminar algunos servicios como el hospedaje. • Uso de químicos, saborizantes y conservantes en los productos • El ruido y la contaminación en el ambiente • El rumor de peligro en la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> • Costos de divulgación • Reducir riesgos para realizar las actividades. • Contaminación ambiental y el impacto generado por la producción tradicional.
Incrementar	Crear
<ul style="list-style-type: none"> • Numero de personas visitantes al municipio • Estrategias de Marketing digital para incrementar las visitas • Inversión en fortalecimiento de la web y redes sociales • Inversión en adecuaciones y mejoras 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear actividades y espacios únicos de entretenimiento para todos los gustos • Personalizar el servicio, según sus preferencias. • Crear espacios de conocimiento, mientras se divierten aprendiendo.

Fuente. Este trabajo

12.5 MATRIZ DOFA

Después de una profundización del entorno, Tucks ha tomado las siguientes estrategias desarrolladas en una matriz DOFA, en la cual se resaltan aspectos externos del entorno y las fortalezas y debilidades propias de la empresa.

Cuadro 65. Matriz DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> -Tecnología adaptable a producción artesanal -Personal calificado - la posibilidad de personalizar su aventura -Ubicación geográfica estratégica - Bajo impacto ambiental -Proceso seguro para los trabajadores y visitantes 	<ul style="list-style-type: none"> -Falta de capital de trabajo -Inversión alta -El producto exige fuertes esfuerzos de marketing, lo que aumenta los costos -La exigencia del consumidor en la variedad de productos. -La obtención de materia prima agrícola tiene un precio fluctuante por depender de agentes externos de tipo técnico y ambiental para la producción.
OPORTUNIDADES	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> -Disponibilidad de Redes sociales -Creciente tendencia por el cuidado del ambiente -Auge del turismo como fuente económica de los territorios -Disponibilidad de materia prima y mano de obra en la región -Alianzas estratégicas -Políticas impulso agroindustrial y emprendimiento, -Política ambientales y negocios sostenibles -Tratados de paz con grupos de presión -Políticas educativas en las instituciones orientadas a la conservación del medio ambiente 	<p>Promoción de la Finca a través de medios virtuales.</p> <p>Lanzamiento de página web y redes sociales para acercarse a la población segmentada.</p> <p>Programa Televisivo de lanzamiento en los canales regionales para divulgar las actividades disponibles en la finca Silvestre.</p> <p>Autoabastecimiento de productos orgánicos para la elaboración de derivados en la tienda de suvenires</p> <p>Promover las actividades de preservación de los recursos y en las campañas adelantadas por las entidades estatales en esa materia.</p>	<p>Divulgar entre la comunidad estudiantil la existencia de Finca Silvestre, para fortalecer el Voz a Voz y generar alternativas para la familia y los amigos.</p> <p>Usar los canales del grupo aliado Hijos de Mamajuana</p> <p>Establecer una línea de atención al cliente y un correo electrónico, quejas y reclamos.</p> <p>Invitar a otras fincas de la región a imitar la labor, para trabajar aliados en busca de mayores ingresos para la región.</p> <p>Pautar banners publicitarios en blogs, fan pages y otras relacionadas o categorizadas en ecoturismo.</p>
AMENAZAS	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> -Las exigencias normativas implican inversiones demasiado altas para cumplir con los requerimientos. -Posicionamiento de otros destinos tradicionales. -Riesgos ambientales y naturales -Riesgos de paros que afecten la actividad del entorno -Infraestructura vial -Altos impuestos 	<p>Participar en proyectos de implementación y mejoramiento de la cadena turística.</p> <p>Adecuaciones físicas conforme a la normatividad vigente</p> <p>Capacitación del personal conforme a la normatividad vigente</p> <p>Revisión permanente de los servicios para identificar oportunamente posibles mejoras en la prestación del mismo</p>	<p>Promover campañas de divulgación cultural y ambiental, que unan a los habitantes de la región en la búsqueda de oportunidades para todos.</p>

Fuente. Este trabajo

12.6 ASPECTOS LEGALES

La Finca Silvestre, es una empresa que por sus características se clasifica como una microempresa, con personería jurídica, tipo Sociedad por Acciones Simplificada con único accionista. Por su actividad está en el sector servicios. Para consolidarla es necesario realizar los siguientes trámites:

Cuadro 66. Aspectos Legales

Tipo de sociedad a constituir Ventajas		Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S	
		<ul style="list-style-type: none"> Se puede constituir con único accionista Se responde hasta por el monto de los aportes sin comprometer el patrimonio Aspectos tributarios favorables. 	
Trámites a realizar		Costos	
Certificado de homonimia			\$ 0
Trámite de Nit y Rut			\$ 0
Registro Mercantil			\$ 72.000
Registro de libros			\$ 25.000
Tramites Alcaldía Municipal			
	ICA		\$ 50.000
	Avisos		\$ 737.717
	Uso de suelo		\$ 0
Bomberos			\$ 50.000
Sayco y Acinpro			\$ 60.000
Registro ante el Invima			\$ 9.000.000
Gobernación Registros de Derechos			\$ 75.800
Resolución de Facturación			\$ 0
Registro de Marca			\$ 840.000
Código de Barras			\$ 369.000
Inscripción a sistema General Salud y Seguridad Social			-
Capacitación de BPM y Bioseguridad			\$ 0
Registro ante ICBF, SENA Y caja compensación			\$ 0
Normatividad legal vigente del modelo de negocio			
<ul style="list-style-type: none"> Constitución política de Colombia 1991: Derechos y Deberes de los Colombianos Ley 344 de 1996: Proyectos de incubadoras asociadas al SENA Ley 50 de 1999: promoción y reactivación empresarial Ley 789 de 2002: Código sustantivo del trabajo Decreto 934 – 2003: Funcionamiento del Fondo Emprender Ley 1014 de 2006: Fomento de la cultura de emprendimiento Código de Comercio: Constitución de empresas y formas legales de comercio Decreto 1074 de 2015: Decreto único Reglamentario del Sector Comercio, Industrial y Turismo Decreto 297 de 2016: exención IVA para Servicios Turísticos Decreto 1558 de 2012: regulación de actividad turística Resolución 135 de 2016: código de ética de la profesión de Guianza Turística Decreto 174 de 2001: regulación de transporte especial de pasajeros NTS TS 004 Gastronomía y bares NTS TS 005 Transporte Terrestre de Turistas NTS TS 006 Sedes para eventos, congresos, ferias y convenciones Resolución 2674 de 2013: Reglamento higiénico para establecimientos de alimentos 			

Fuente. Este trabajo

13. ANÁLISIS FINANCIERO

El modelo de negocios para la Finca Agroturística Silvestre, requiere de estudios financieros minuciosos, que ayuden a medir la sensibilidad del proyecto. Se inicia perfilando la demanda del servicio y proyectando el volumen de ventas por cada año. Los incrementos anuales tienen un comportamiento conservador, el cual estima un crecimiento de solo el 5%, reduciendo el riesgo de error. Una vez predispuesto el comportamiento de proyecciones de ventas, costos y gastos, se procede a establecer herramientas de análisis como el balance general, estado de pérdidas y ganancias, entre otros, para ser sometidos a evaluación financiera.

13.1 PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

A continuación se describe al detalle el plan de inversión y sus fuentes de financiación, un 38.9% del monto será financiado por el Fondo Emprender y un 61% restante por aportes propios y otras fuentes de financiación.

Cuadro 66. Plan de inversión y Financiación

Rubro	Fondo Emprender	Emprendedor	Valor
1. Capital de trabajo			
1.1 Efectivo	0	7.208.631	7.208.6319
1.2 Cartera	0	0	0
1.3 Inventario de materia prima	0	10.999.209	10.999.209
1.4 Inventario de producto en proceso	0	0	0
1.5 Inventario producto terminado	0	5.529.728	5.529.728
Subtotal	0	23.737.568	23.737.568
2. Activos fijos	0	0	0
2.1 Terrenos	0	60.000.000	60.000.000
2.2 Adecuaciones	60.000.000	30.000.000	90.000.000
2.3 Maquinaria y equipo	64.358.000	0	64.358.000
2.4 Muebles y enseres	1.076.845	0	1.076.845
2.5 Equipos de transporte	0	0	0
2.6 Equipos de oficina	5.140.000	0	5.140.000
2.7 Semovientes pie de cría	0	0	0
2.8 Cultivos permanentes	0	0	0
Subtotal	130.574.845	90.000.000	220.574.845
3. Diferidos (gastos de puesta en marcha)	0	13.407.000	13.407.000
Total	130.574.845	127.144.568	257.719.413

Fuente. Este Trabajo

El modelo de negocios requiere una inversión de \$ 257.719.413, de los cuales un 9.2% corresponde a capital de trabajo para soportar cartera, materia prima, inventario de producto terminado y efectivo. El 85% de la inversión corresponde a activos fijos entre los cuales se estima maquinaria, equipos y adecuaciones. El 5,8% restante corresponde a gastos diferidos de puesta en marcha y legalización de la empresa.

13.1.1 Inversiones en Activos Fijos. Los activos fijos requeridos para este modelo de negocios son:

Cuadro 67. Inversiones en Activos Fijos

16. Inversiones fijas (1)				
Rubro	Unidad	Cantidad	Precio	Total
1. TERRENOS Y CONSTRUCCIONES				
1.1 Terrenos	Unidad	1,00	60.000.000	60.000.000
1.2 Adecuaciones	Unidad	1,00	90.000.000	90.000.000
Subtotal				150.000.000
2. MAQUINARIA Y EQUIPOS	Unidad	Cantidad	Precio	Total
EQUIPO DE MEDIOS AUDIOVISUALES	Unidad	1	3.000.000	3.000.000
SILLAS	Unidad	100	20.000	2.000.000
MESAS	Unidad	25	80.000	2.000.000
HIDROBOMBA	Unidad	1	2.000.000	2.000.000
PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUA	Unidad	1	19.000.000	19.000.000
DESPULPADORA	Unidad	1	250.000	250.000
TRILLADORA DE CAFÉ	Unidad	1	2.200.000	2.200.000
TOSTADORA DE CAFÉ	Unidad	1	2.200.000	2.200.000
MOLINO DE CAFÉ	Unidad	1	2.200.000	2.200.000
LOTEADORA	Unidad	1	439.000	439.000
MARMITAS	Unidad	2	3.500.000	7.000.000
PIPETA	Unidad	1	200.000	200.000
REFRACTOMETRO	Unidad	1	159.000	159.000
PLANTA GENERADORA DE ENERGIA SOLAR	Unidad	1	19.500.000	19.500.000
GUADAÑADORA	Unidad	1	300.000	300.000
EQUIPO DE RECOLECCION	Unidad	3	8.000	24.000
ESTANTERIA	Unidad	3	120.000	360.000
MAQUINA REGISTRADORA	Unidad	1	470.000	470.000
GPS	Unidad	2	379.000	758.000
RADIOTELEFONO	Unidad	2	149.000	298.000
Subtotal				64.358.000
3. MUEBLES Y ENSERES	Unidad	Cantidad	Precio	Total
ESCRITORIO	Unidad	3	120.000	360.000
MESAS	Unidad	2	80.000	160.000
SILLAS	Unidad	3	90.000	270.000
ARCHIVADOR VERTICAL	Unidad	1	286.845	286.845
Subtotal				1.076.845
4. EQUIPOS DE OFICINA	Unidad	Cantidad	Precio	Total

TELEVISOR	Unidad	1	800.000	800.000
TELEFONO	Unidad	1	140.000	140.000
COMPUTADORES	Unidad	3	1.200.000	3.600.000
IMPRESORA	Unidad	1	600.000	600.000
Subtotal				5.140.000
5. SEMOVIENTES PIE DE CRIA	Unidad	Cantidad	Precio	Total
				0
Subtotal				0
6. CULTIVOS PERMANENTES	Unidad	Cantidad	Precio	Total
				0
Subtotal				0
Total				220.574.845

(1). Detalle el valor de cada una de las inversiones fijas del proyecto de acuerdo a su clasificación.

Fuente. Este trabajo

13.1.2 Inversiones en Capital de Trabajo. Representa la posibilidad de liquidez desde que se compra la materia prima hasta que se recauda el dinero de las ventas de productos terminados.

Cuadro 68. Inversión en capital de trabajo

Descripción	Rotación (Días)	Inversión
Efectivo	10	7.208.631
Cartera	0	0
Inventario de Materia Prima	30	10.999.209
Inventario de Productos en Proceso	0	0
Inventario de Producto Terminado	10	5.529.728
Total		23.737.568

Fuente. Este trabajo

13.1.3 Inversiones en gastos pre operativos. Son todos los permisos y tramites anteriores a la apertura y puesta en marcha.

Cuadro 69. Inversiones en Gastos pre operativos

13. Inversiones diferidas (Gastos Anticipados) (1).	
Descripción	Valor
Código de barras	400.000
Elaboración prototipos	0
Escrituras y Gastos Notariales	0
Permisos y Licencias	2.000.000
Registro de libros contabilidad	25.000
Registro Mercantil	72.000
Registros, Marcas y Patentes	900.000
Registro Sanitario	9.000.000
Permiso planeación municipal	120.000
Sayco y acimpro	60.000
Bomberos	80.000
Uso del suelo	0
Evento de lanzamiento	750.000
Total	13.407.000

Fuente. Este trabajo.

13.2 PRESUPUESTO

Un presupuesto, es una asunción económica del comportamiento de ciertos sucesos empresariales relacionados con el flujo de dinero, como son las ventas, gastos y costos, y su relación con fuerzas macroeconómicas del entorno. A continuación se presentan al detalle, cada uno de los anteriores, con la descripción o comportamiento cada año.

13.2.1 Supuestos Macroeconómicos

Cuadro 70. Supuestos macroeconómicos

Variables Macroeconómicas	2017	2018	2019	2020	2021
Inflación	4,00%	3,25%	3,01%	3,02%	3,02%
Devaluación	8,00%	2,28%	4,55%	-2,74%	0,87%
PAGG	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
IPP	4,00%	3,25%	3,01%	3,02%	3,02%
Crecimiento PIB	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DTF T.A.	8,63%	7,94%	7,08%	6,33%	5,59%

Fuente. Este Trabajo

13.2.2 Presupuesto de ingresos. En este numeral se relaciona el comportamiento de precios, cantidades producidas e ingresos operacionales anuales, durante los primeros cinco años de operación. Considerando un escenario pesimista de un 20% en reducción de ventas. Los incrementos en precios son de aproximadamente un 3.12%, con respecto al año inmediatamente anterior.

Cuadro 71. Proyección de precios por producto

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ZONA DE CAMPING	20.000	20.651	21.273	21.915	22.576
RUTAS DE AVENTURA	100.000	103.254	106.364	109.574	112.881
SUVENIRES	37.000	38.204	39.355	40.542	41.766
PAQUETE BASICO	10.000	10.325	10.636	10.957	11.288
SERVICIO DE ALIMENTACION - CONCESION	300.000	309.763	319.092	328.723	338.644
Total	467.000	472.435	477.628	482.989	488.512

Fuente. Este trabajo

Cuadro 72. Proyección de ventas en cantidades

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ZONA DE CAMPING	1.500	1.575	1.654	1.736	1.823
RUTAS DE AVENTURA	3.000	3.150	3.308	3.473	3.647
SUVENIRES	2.000	2.100	2.205	2.315	2.431
PAQUETE BASICO	2.500	2.625	2.756	2.894	3.039
SERVICIO DE ALIMENTACION – CONCESION	12	12	12	12	12
Total	9.012	9.462	9.935	10.431	10.952

Fuente. Este trabajo

Cuadro 73. Proyección de ingresos operacionales

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ZONA DE CAMPING	22.500.000	24.393.868	26.384.951	28.540.341	30.871.806
RUTAS DE AVENTURA	240.000.000	260.201.259	281.439.477	304.430.307	329.299.262
SUVENIRES	70.000.000	75.892.034	82.086.514	88.792.173	96.045.618
PAQUETE BASICO	12.500.000	13.552.149	14.658.306	15.855.745	17.151.003
SERVICIO DE ALIMENTACION – CONCESION	3.000.000	3.097.634	3.190.924	3.287.229	3.386.441
Total	348.000.000	377.136.943	407.760.171	440.905.796	476.754.130

Fuente. Este trabajo

13.2.3 Presupuesto de costos de producción o de prestación del servicio. En las siguientes Cuadros se describen los costos de producción o prestación de servicios en la Finca Silvestre

Cuadro 74. Costo unitario de materias primas e insumos para zona de Camping

Materia Prima e insumos (3)	Unidad	Cantidad	Valor Unitario Año1	Valor Total Año1
LEÑA DE LA FINCA	Unidad	1,00	400	400,0
IMPLEMENTOS DE ASEO	Unidad	1,00	3500	3.500,0
AGUA	Unidad	1,00	800	800,0
Total Costo unitario de materias primas e insumos				4.700,0

Fuente. Este trabajo

Cuadro 75. Costo unitario de materias primas e insumos para rutas de aventura

Materia Prima e insumos	Unidad	Cantidad	Valor Unitario Año1	Valor Total Año1
TRANSPORTE	UNIDAD	1,00	15000	15.000,0
COMIDA	UNIDAD	1,00	10000	10.000,0
Total Costo unitario de materias primas e insumos				25.000,0

Fuente. Este trabajo

Cuadro 76. Costo unitario de materias primas e insumos para suvenires

Materia Prima e insumos	Unidad	Cantidad	Valor Unitario Año1	Valor Total Año1
PAQUETE BIOP 30 MICRAS METALIZADO	Unidad	1,00	500	500,0
CAFÉ	LIBRA	1,00	4000	4.000,0
FRASCO DE VIDRIO	Unidad	1,00	2500	2.500,0
PULPA DE NARANJA	GRAMOS	400,00	0,61	244,0
AZUCAR	Unidad	50,00	2,3	115,0
PECTINA	GRAMOS	0,32	1,6	0,5
ETIQUETA	GRAMOS	1,00	100	100,0
FRASCO DE VIDRIO	GRAMOS	1,00	2500	2.500,0
LECHE	GRAMOS	441,00	0,96	423,4
AZUCAR	GRAMOS	88,20	2,3	202,9
CAFÉ	GRAMOS	4,27	74,73	319,1
BICARBONATO	GRAMOS	0,43	4,98	2,1
CANELA	GRAMOS	0,43	27,99	12,0
ETIQUETA	Unidad	1,00	100	100,0
Total Costo unitario de materias primas e insumos				11.019,0

Fuente. Este trabajo

Cuadro 77. Costo unitario de materias primas e insumos para paquete básico

Materia Prima e insumos	Unidad	Cantidad	Valor Unitario Año1	Valor Total Año1
MAPA FINCA	Unidad	1,00	1000	1.000,0
DOTACION RECORRIDO ZONAS PRODUCCION	Unidad	1,00	1161	1.161,0
Total Costo unitario de materias primas e insumo				2.161,0

Fuente. Este trabajo

Cuadro 78. Costo unitario de materias primas e insumos para paquete básico

Materia Prima e insumos	Unidad	Cantidad	Valor Unitario Año1	Valor Total Año1
ALQUILER DE MOBILIARIO	JUEGO	25,00	75000	1.875.000,0
Total Costo unitario de materias primas e insumos				1.875.000,0

Fuente. Este trabajo

- Presupuesto de mano de obra directa: para los 8 meses de actividades del primer año, teniendo en cuenta los pre operativos.

Cuadro 79. Presupuesto de mano de obra directa

Cargo (2)	Año de Vinculación	Salario Mensual unitario	Salario Anual	(*) Prestaciones	Total Año 1
SERVICIOS GENERALES	1	740.000	8.880.000	4.617.600	13.497.600
GUIA 1	1	740.000	8.880.000	4.617.600	13.497.600
GUIA 2	1	400.000	4.800.000	2.496.000	7.296.000
TECNICO EN PRODUCCION 1	1	400.000	4.800.000	2.496.000	2.496.000
TECNICO EN PRODUCCION 2	1	400.000	4.800.000	2.496.000	2.496.000
Total			32.160.000	16.723.200	48.883.200

(*) Factor prestacional 52%

Fuente. Este trabajo.

Cuadro 80. Costo unitario de mano de obra directa

Producto	Duración Proceso Producción (1)	Vr. Unitario de M. de O. Año 1 (2)	Vr. Unitario de M. de O. Año 2	Vr. Unitario de M. de O. Año 3	Vr. Unitario de M. de O. Año 4	Vr. Unitario de M. de O. Año 5
ZONA DE CAMPING	4	5.117,04	5.306,41	5.205,92	5.107,66	5.011,25
RUTAS DE AVENTURA	6	7.675,56	7.959,61	7.808,88	7.661,49	7.516,87
SUVENIRES	4,5	5.756,67	5.969,71	5.856,66	5.746,11	5.637,66
PAQUETE BASICO	4	5.117,04	5.306,41	5.205,92	5.107,66	5.011,25
SERVICIO DE ALIMENTACION DE CONCESION	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	18,5	6.103,88	6.330,17	6.210,67	6.093,79	5.979,10

Fuente. Este trabajo.

- **Presupuesto de Costos indirectos de Fabricación**

Cuadro 81. Costos indirectos de Fabricación

Rubro	Vr. Mensual	Total Año1	Total Año2	Total Año3	Total Año4	Total Año5
- Arrendamiento	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00
- Servicios públicos	200.000	2.400.000	2.478.107,22	2.552.739,02	2.629.783,45	2.709.153,18
- Seguros	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00
- Mantenimiento y reparaciones	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00
- Dotaciones	0	500.000	516.272,34	531.820,63	547.871,55	564.406,91
-	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00
-	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00
- Otros	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Total		2.900.000	2.994.379,56	3.084.559,65	3.177.655,01	3.273.560,09

Fuente. Este trabajo.

13.2.4 Presupuesto de gastos de administración y ventas. En las siguientes Cuadros se parecían los gastos más representativos de la empresa en áreas de administración y ventas. Para el caso del personal se hace con una carga prestacional de 52%. Adicionalmente en cuadros posteriores se encontrará en

detalle el presupuesto de gastos de administración y el presupuesto de ventas.

Cuadro 82. Presupuesto sueldos a empleados de administración y ventas

Cargo (1)	Año de Vinculación	Salario Mensual (3)	Salario Anual	Prestaciones	Total Año 1
1. Administración					
GERENTE	1	900.000	10.800.000	5.616.000	16.416.000
SECRETARIA	1	400.000	4.800.000	2.496.000	7.296.000
Subtotal	2				23.712.000
2. Ventas					
VENDEDOR	1	740.000	8.880.000	4.617.600	13.497.600
Subtotal	1				13.497.600
Total	3				37.209.600

Fuente. Este trabajo.

Cuadro 83. Presupuesto de gastos de administración

Rubro	Vr. Mensual	Total Año1	Total Año2	Total Año3	Total Año4	Total Año5
Sueldos a empleados		23.712.000	24.483.699	25.221.061	25.982.261	26.766.433
Honorarios Contador	300.000	3.600.000	3.717.161	3.829.109	3.944.675	4.063.730
Arrendamientos	0	0	0	0	0	0
Otros impuestos	0	0	0	0	0	0
Servicios Bancarios	30.000	360.000	371.716	382.911	394.468	406.373
Seguros	0	0	0	0	0	0
Servicios Públicos	20.000	240.000	247.811	255.274	262.978	270.915
Suscripciones y afiliaciones	0	0	0	0	0	0
Teléfono, internet, correo	150.000	1.800.000	1.858.580	1.914.554	1.972.338	2.031.865
Suministros de oficina	50.000	600.000	619.527	638.185	657.446	677.288
Otros		0	0	0	0	0
Total		30.312.000	31.298.494	32.241.094	33.214.165	34.216.605

Fuente. Este trabajo.

Cuadro 84. Presupuesto de gastos de ventas

Rubro	Vr. Mensual	Total Año1	Total Año2	Total Año3	Total Año4	Total Año5
Sueldos a empleados		13.497.600	13.936.875	14.356.604	14.789.902	15.236.277
Gastos de distribución		1.802.400	1.861.059	1.917.107	1.974.967	2.034.574
Publicidad	2.000.000	24.000.000	24.781.072	25.527.390	26.297.835	27.091.532
Gastos de representación		0	0	0	0	0
Gastos de viaje		0	0	0	0	0
Otros Gastos en ventas		0	0	0	0	0
Total		39.300.000	40.579.006	41.801.101	43.062.704	44.362.383

Fuente. Este trabajo.

13.3 PROYECCIONES FINANCIERAS

Las proyecciones financieras se usan para predecir el comportamiento de la empresa en los próximos años. Se proyecta en Cuadros siguientes el balance general, estado de resultados y estado de flujo de caja. Los datos obtenidos fueron alcanzados por la utilización del modelo financiero diseñado para FONADE.

13.3.1 Balance General Proyectado. Los balances muestran la situación patrimonial de Finca Silvestre, identificando los recursos con los que cuenta a causa de su actividad y la manera en que estos son aprovechados.

Cuadro 85. Balance General proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	9.890.031	98.379.319	148.533.684	206.959.784	272.280.789	345.144.729
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	10.999.209	10.999.209	11.828.233	12.693.964	13.628.209	14.635.673
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	5.529.728	5.529.728	5.941.843	6.280.527	6.643.669	7.032.778
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	10.725.600	8.044.200	5.362.800	2.681.400	0	0
Total Activo Corriente:	37.144.568	122.952.456	171.666.560	228.615.675	292.552.668	366.813.181
Terrenos	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Construcciones y Edificios	90.000.000	85.500.000	81.000.000	76.500.000	72.000.000	67.500.000
Maquinaria y Equipo de Operación	64.358.000	57.922.200	51.486.400	45.050.600	38.614.800	32.179.000
Muebles y Enseres	1.076.845	969.161	861.476	753.792	646.107	538.423
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	5.140.000	4.112.000	3.084.000	2.056.000	1.028.000	0
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	220.574.845	208.503.361	196.431.876	184.360.392	172.288.907	160.217.423
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	257.719.413	331.455.816	368.098.436	412.976.066	464.841.575	527.030.603
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	24.333.013	28.273.518	33.611.508	39.467.270	46.768.114
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Empezar (Contingente)	130.574.845	130.574.845	130.574.845	130.574.845	130.574.845	130.574.845
PASIVO	130.574.845	154.907.858	158.848.363	164.186.353	170.042.115	177.342.959
Patrimonio						
Capital Social	127.144.568	127.144.568	127.144.568	127.144.568	127.144.568	127.144.568
Reserva Legal Acumulada	0	0	4.940.339	10.680.720	17.504.875	25.517.926
Utilidades Retenidas	0	0	19.761.356	42.722.880	70.019.498	102.071.706
Utilidades del Ejercicio	0	49.403.390	57.403.810	68.241.546	80.130.519	94.953.444
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	127.144.568	176.547.958	209.250.073	248.789.714	294.799.459	349.687.644
PASIVO + PATRIMONIO	257.719.413	331.455.816	368.098.436	412.976.066	464.841.575	527.030.603

Fuente: Cálculos del estudio mediante la utilización del modelo financiero Fondo Empezar

En este ejercicio, se encuentra que la utilidad para todos los años es positiva y con tendencia creciente. En un futuro la empresa proyecta invertir en más adecuaciones e infraestructura y tecnología, para mantener la propuesta de valor y adaptarla a los cambios del entorno.

13.3.2 Estado de Resultados Proyectado

Cuadro 86. Estado de Resultados proyectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	348.000.000	377.136.943	407.760.171	440.905.796	476.754.130
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	186.998.712	201.834.851	214.027.478	227.100.598	241.108.539
Depreciación	12.071.485	12.071.485	12.071.485	12.071.485	12.071.485
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	2.900.000	2.994.380	3.084.560	3.177.655	3.273.560
Utilidad Bruta	146.029.803	160.236.228	178.576.649	198.556.058	220.300.546
Gasto de Ventas	39.300.000	40.579.006	41.801.101	43.062.704	44.362.383
Gastos de Administracion	30.312.000	31.298.494	32.241.094	33.214.165	34.216.605
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	2.681.400	2.681.400	2.681.400	2.681.400	0
Utilidad Operativa	73.736.403	85.677.328	101.853.054	119.597.789	141.721.558
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	73.736.403	85.677.328	101.853.054	119.597.789	141.721.558
Impuestos (35%)	24.333.013	28.273.518	33.611.508	39.467.270	46.768.114
Utilidad Neta Final	49.403.390	57.403.810	68.241.546	80.130.519	94.953.444

Fuente: Cálculos del estudio mediante la utilización del modelo financiero Fondo Emprender

En esta herramienta vemos el comportamiento de la utilidad Neta final con tendencia creciente en cada periodo fiscal.

13.3.3 Estado de flujo de caja proyectado

Cuadro 87. Estado de flujo de caja proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		73.736.403	85.677.328	101.853.054	119.597.789	141.721.558
Depreciaciones		12.071.485	12.071.485	12.071.485	12.071.485	12.071.485
Amortización Gastos		2.681.400	2.681.400	2.681.400	2.681.400	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-24.333.013	-28.273.518	-33.611.508	-39.467.270
Neto Flujo de Caja Operativo		88.489.288	76.097.199	88.332.420	100.739.166	114.325.772
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos ³		0	-829.023	-865.731	-934.246	-1.007.464
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		0	-412.115	-338.684	-363.142	-389.109
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	0	-1.241.138	-1.204.415	-1.297.388	-1.396.574
Inversión en Terrenos	-60.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	-90.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-64.358.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-1.076.845	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-5.140.000	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-220.574.845	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-220.574.845	0	-1.241.138	-1.204.415	-1.297.388	-1.396.574
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	130.574.845					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	-24.701.695	-28.701.905	-34.120.773	-40.065.259
Capital	127.144.568	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	257.719.413	0	-24.701.695	-28.701.905	-34.120.773	-40.065.259
Neto Periodo	37.144.568	88.489.288	50.154.366	58.426.100	65.321.005	72.863.940
Saldo anterior		9.890.031	98.379.319	148.533.684	206.959.784	272.280.789
Saldo siguiente	37.144.568	98.379.319	148.533.684	206.959.784	272.280.789	345.144.729

Fuente: Cálculos del estudio mediante la utilización del modelo financiero Fondo Emprender

13.4 EVALUACION FINANCIERA

13.4.1 Punto de equilibrio. El punto de equilibrio es una herramienta que permite definir, la cantidad de ventas en unidades o dinero, con el cual la empresa puede solventar sus gastos, sin incurrir en pérdidas u obtener ganancias.

- Punto de equilibrio en ingresos

$$\begin{aligned}\text{Punto de equilibrio (\$)} &= \frac{\text{Costos Fijos totales}}{1 - (\text{Costos variables} / \text{Ingresos por ventas})} \\ \text{Punto de equilibrio (\$)} &= \frac{103.695.200}{1 - (155815512,4 / 348000000)} \\ \text{Punto de equilibrio (\$)} &= 187.767.130\end{aligned}$$

- Punto de equilibrio

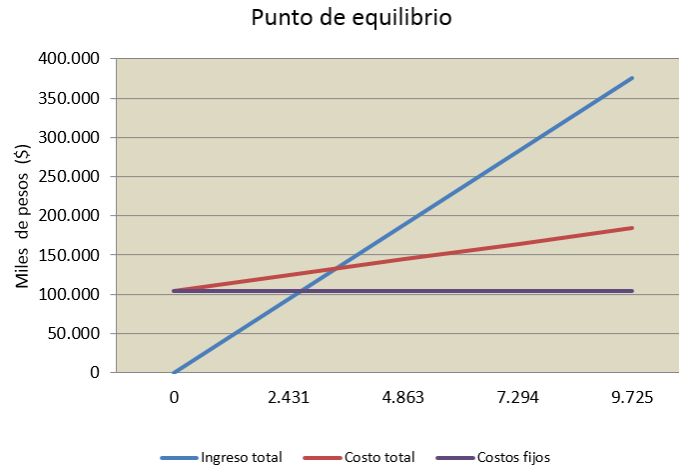
Cuadro 88. Punto de Equilibrio en Cantidades

Producto	Cantidad	Precio	Ingresos
ZONA DE CAMPING	809	15.000	12.140.116
RUTAS DE AVENTURA	1.619	80.000	129.494.572
SUVENIRES	1.079	35.000	37.769.250
PAQUETE BASICO	1.349	5.000	6.744.509
SERVICIO DE ALIMENTACION CONCESION	6	250.000	1.618.682
TOTAL	4.863		187.767.130

Fuente. Este Trabajo

Lo anterior puede representarse gráficamente, identificando ingresos contra cantidades vendidas, conforme a los pronósticos presentados en ventas.

Figura 10. Punto de Equilibrio



Fuente. Este trabajo

13.4.2 Indicadores Financieros.

Se resalta un hecho de la rotación en cartera, dado que la Finca Silvestre, realiza la prestación de servicios con pago anticipado, esto facilita la liquidez de la empresa. Otra ventaja del modelo de negocios es que en la línea productiva, las materias agroindustriales provienen de la zona o de la misma finca incluso y esto facilita el control de calidad de los productos.

El nivel de endeudamiento,

Cuadro 89. Indicadores Financieros

Indicadores Financieros Proyectados					
Liquidez - Razón Corriente	5,05	6,07	6,80	7,41	7,84
Prueba Acida	4	5	6	7	7
Rotacion cartera (días),	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rotación Inventarios (días)	17,1	17,0	16,8	16,6	16,4
Rotacion Proveedores (días)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nivel de Endeudamiento Total	46,7%	43,2%	39,8%	36,6%	33,6%
Concentración Corto Plazo	0	0	0	0	0
Ebitda / Gastos Financieros	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Ebitda / Servicio de Deuda	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Rentabilidad Operacional	21,2%	22,7%	25,0%	27,1%	29,7%
Rentabilidad Neta	14,2%	15,2%	16,7%	18,2%	19,9%
Rentabilidad Patrimonio	28,0%	27,4%	27,4%	27,2%	27,2%
Rentabilidad del Activo	14,9%	15,6%	16,5%	17,2%	18,0%

Fuente. Este trabajo.

13.4.3 Criterios de evaluación y concepto de viabilidad. Todo proyecto debe ser evaluado, mediante métodos establecidos y el análisis de indicadores financieros calculados a partir de la información consignada en el mismo.

Un proyecto es viable técnicamente, cuando existe la capacidad en una organización para asumir los costos a corto, mediano y largo plazo, por otra parte la viabilidad económica se refiere a la capacidad de vender una unidad producida por un mayor valor que el costo de producción de la misma.

A continuación se muestra el flujo de caja para el cálculo de los indicadores de viabilidad del proyecto de la Finca Agroturística Silvestre.

Cuadro 90. Flujo de caja para la aplicación de los criterios de evaluación financiera

Flujo de Caja y Rentabilidad						
Flujo de Operación		88.489.288	76.097.199	88.332.420	100.739.166	114.325.772
Flujo de Inversión	-257.719.413	0	-1.241.138	-1.204.415	-1.297.388	-1.396.574
Flujo de Financiación	257.719.413	0	-24.701.695	-28.701.905	-34.120.773	-40.065.259
Flujo de caja para evaluación	-257.719.413	88.489.288	74.856.061	87.128.005	99.441.778	112.929.199
Flujo de caja descontado	-257.719.413	79.008.293	59.674.793	62.015.993	63.197.048	64.079.060

Fuente. Este Trabajo

Cuadro 91. Criterios de Evaluación Financiera

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	12%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	21,96%
VAN (Valor actual neto)	70.255.774
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,78
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	50,67%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	0 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	0 mes

Fuente. Este Trabajo

CONCLUSIONES

El modelo de negocios para el montaje de una finca agroturística, basada en sistemas de energías limpias y sustentables y, en la transformación y obtención de productos derivados de cultivos orgánicos en la vereda de Doña Juana del Municipio de Tablón de Gómez es viable y de gran atracción para la zona, toda vez que permite crear, captar y generar valor.

La propuesta de valor de Finca Silvestre, resalta la diferenciación de los servicios, según el segmento, dejando disponibles múltiples alternativas para todos los gustos, intereses y edades, cumpliendo con lo desarrollado durante las clases del diplomado.

El segmento de mercado para la Finca Silvestre, se divide en cuatro grupos específicos, a los cuales se dirigen los esfuerzos en publicidad, comunicación y servicio entre otros.

Los recursos y actividades clave en el funcionamiento de la Finca Silvestre, son todos aquellos que facilitan el cumplimiento de la propuesta de valor que es el eje fundamental del modelo de negocios.

Las estrategias de mercadeo más adecuadas para posicionar la Finca Silvestre, son las redes sociales y los medios de comunicación regionales, dado que la primera actividad debe ser posicionarse en la región como nueva alternativa turística, para luego ir expandiendo en otros mercados.

La estructura organizacional de Finca Silvestre, se ha diseñado circular, jerárquica y por cargos en donde se aprecian los flujos de información transversal y vertical, garantizando las actividades básicas de la empresa con eficiencia y oportunidad para satisfacer las necesidades del cliente en todo momento.

El modelo de negocios para la implementación y funcionamiento de la finca Silvestre, reporta una inversión \$ 257.719.413 millones de pesos, con una tasa interna de retorno de 21,96%, superando la tasa mínima aceptable 12%, con un valor actual neto de \$70.255.774 y una etapa improductiva de 4 meses. Dada esta tendencia, es un entorno viable para invertir y poder crecer y sostenerse en el tiempo.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a todo emprendedor, investigar muy bien la idea y su entorno, profundizar en la validación de mercado, porque el modelo de negocios depende totalmente que exista en el entorno personas que estén interesadas en la propuesta de valor con la capacidad de pagar por el producto.

La Universidad debería fortalecer esta temática en los estudiantes, para que sus trabajos de grados sean prácticos y aplicables a la resolución de problemas del entorno.

BIBLIOGRAFÍA

- ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO ANATO. (2016). Compendio de estadísticas turísticas de ANATO. Recuperado de <http://www.anato.org>
- DANE. Encuesta de Gasto en Turismo Interno 2012- 2013. Boletín de Prensa. Bogota – Colombia. 2013. 28 p.
- DOMINGUEZ LAPERAL, Julián. Traducción ¿Cómo Crear tu lienzo Lean? Ed. Innovación Sistemático. Junio. 2012. Pág. 1- 40.
- EXCECyL. Emprendedor qué debes saber sobre Lean Startup. España. 2014. Pág. 1-43.
- FAO y Ministerio de Educación de la Nación. Educación Alimentaria y Nutricional. Libro para el docente 2. Año I. Argentina. 2009. Pág. 1-130.
- FONADE. Herramienta financiera para construir y evaluar el modelo de Negocios. Actualizada 2016. Fondo Emprender SENA, Formato en Excel. 2016.
- FUERTE TORRES, Diana Cristina. Formatos de Área Organizacional y estratégica. Fondo Emprender Sena. Formato en Word. Pasto – Colombia. 2017.
- Gobernación del Departamento de Nariño. Plan Departamental de Desarrollo de Nariño “Nariño, Corazón del mundo 2016-2019”. Recuperado de <https://www.nariño.gov.co>
- GUEVARA, Jair. Plantilla de Formatos de Segmentación de Mercado y Estrategias de Mercado. Fondo Emprender Sena. Formato en Word. Pasto – Colombia. 2017
- ICONTEC. Norma Técnica Colombiana NTC 1486 de 2008. Bogotá. 2008.
- LÓPEZ CERÓN, Hebert Eduardo. Plantilla de Formatos de Producción. Fondo Emprender Sena. Formato en Word. Pasto – Colombia. 2017.
- LÓPEZ CERÓN, Hebert Eduardo. Formatos de Proyección de Producción. Fondo Emprender Sena. Formato en Excel. Pasto – Colombia. 2016.
- Maurya, A. (2014). Running Lean, como iterar de un plan A a un plan que funciona. Editorial Universidad Internacional de la Rioja, S.A. (UNIR). Logroño, España.

MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL; Resolución 719 de 2015. Bogotá. Marzo de 2015. Pág. 16-20.

MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL; Resolución 2674 de 2013. Bogotá. 22 de Julio de 2013. Pág. 1 – 4.

MIRANDA VELA, Armando. Formatos Financieros. Fondo Emprender Sena. Formato en Word. Pasto – Colombia. 2017.

Organización de las Naciones Unidas ONU. (2000). Objetivos de Desarrollo del Milenio ODM. Recuperados de <http://www.un.org/es/index.html>

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). Generación de modelos de negocio. Ediciones Newcomlab.com. Centro de Libros PAPF,S.L.U. Deusto. ISBN: 978-84-234-2841-0. Barcelona-España.

Presidencia de la República. Plan Nacional de Desarrollo de Colombia “Todos por un nuevo país 2014-2018”. Recuperado de <https://www.dnp.gov.co>

Prim, A. (2016). Artículos sobre estrategia online, innovación, lean startp y emprendimiento. *Innokabi*. Recuperado de <http://innokabi.com/>

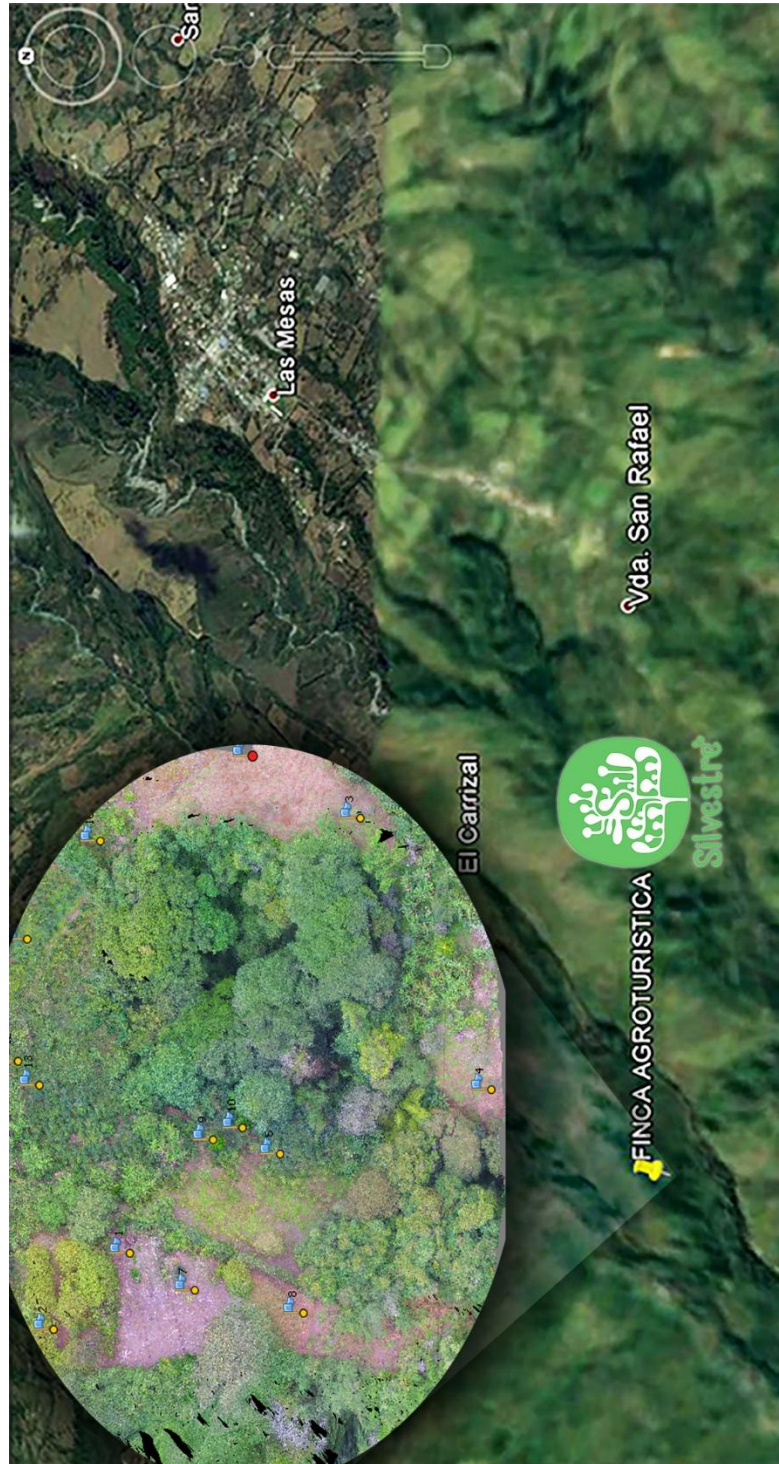
Rivera, L. Prieto, N. & Cárdenas, O. 2011. Elaboración del plan de negocios para la formación de la empresa cabaña turística “el recreo” en palestina (Caldas). Universidad EAN Programa Administración de Empresas Bogotá D.C Colombia.

SALAZAR LÓPEZ, Bryan Antonio, Balance de Línea en Producción. Fondo Emprender Sena. Formato en Excel. Pasto – Colombia. 2016

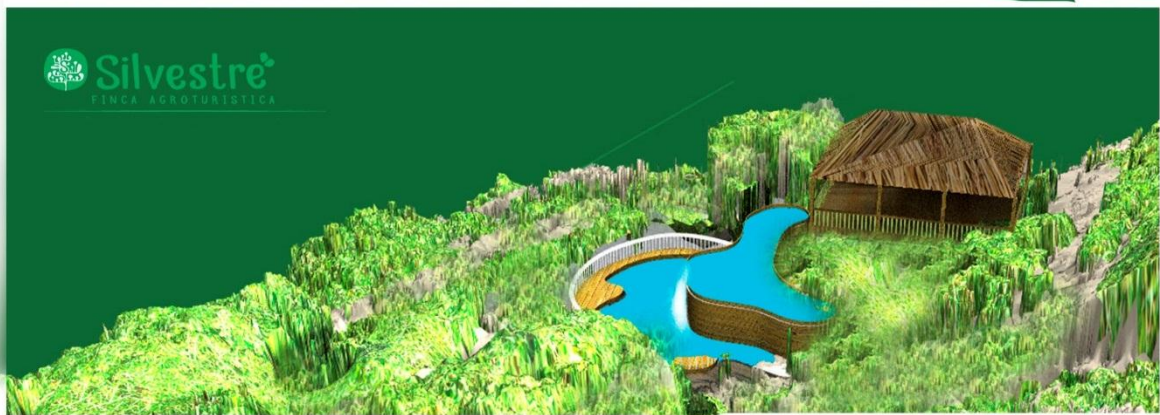
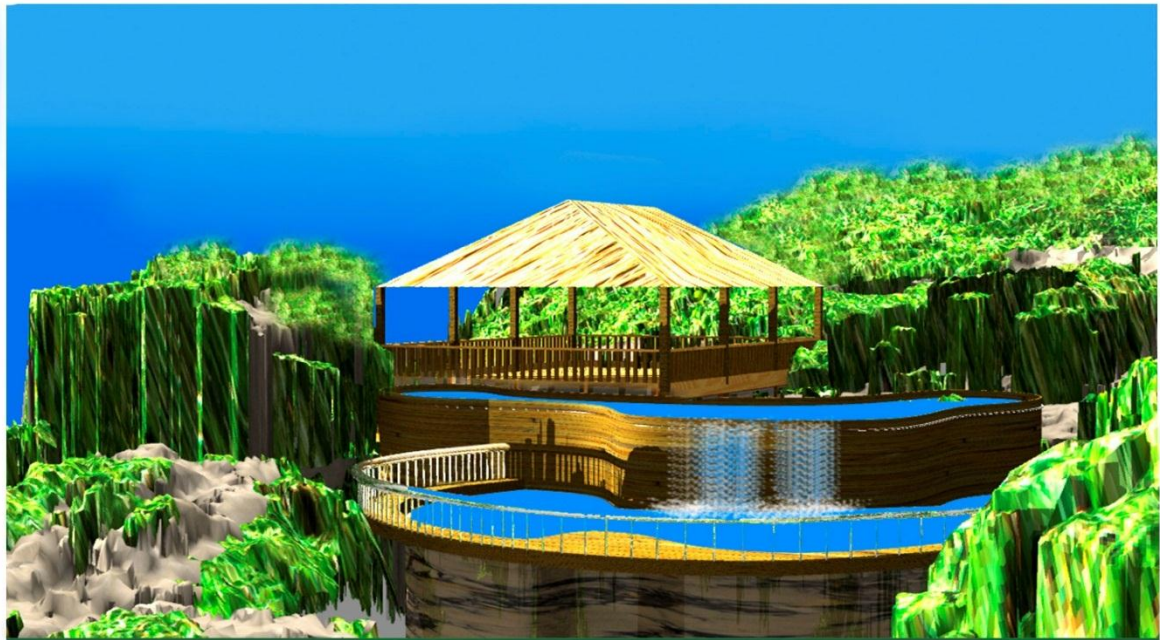
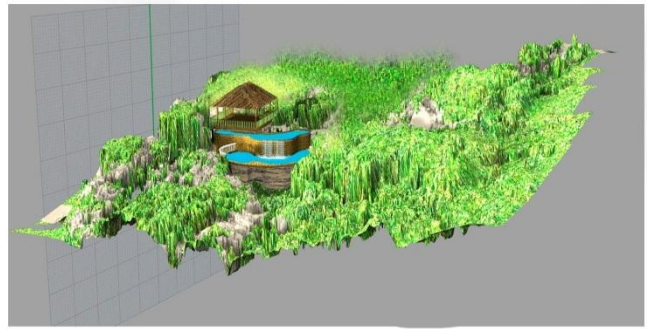
VILLARREAL, Omar. Formatos de Propuesta de Valor. Fondo Emprender Sena. Formato en Word. Pasto – Colombia. 2017.

ANEXOS

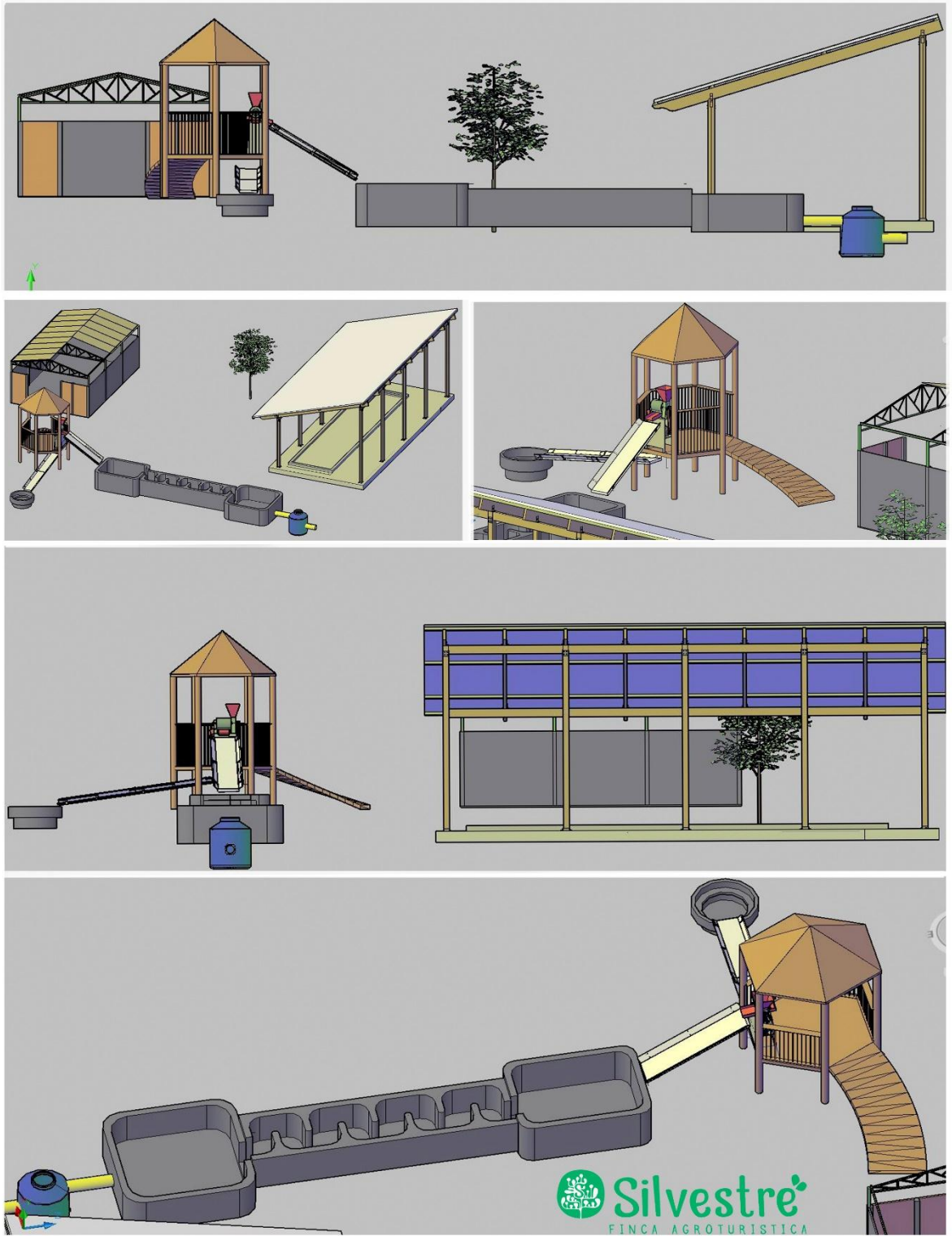
ANEXO A MICROLOCALIZACIÓN DE LA FINCA SILVESTRE



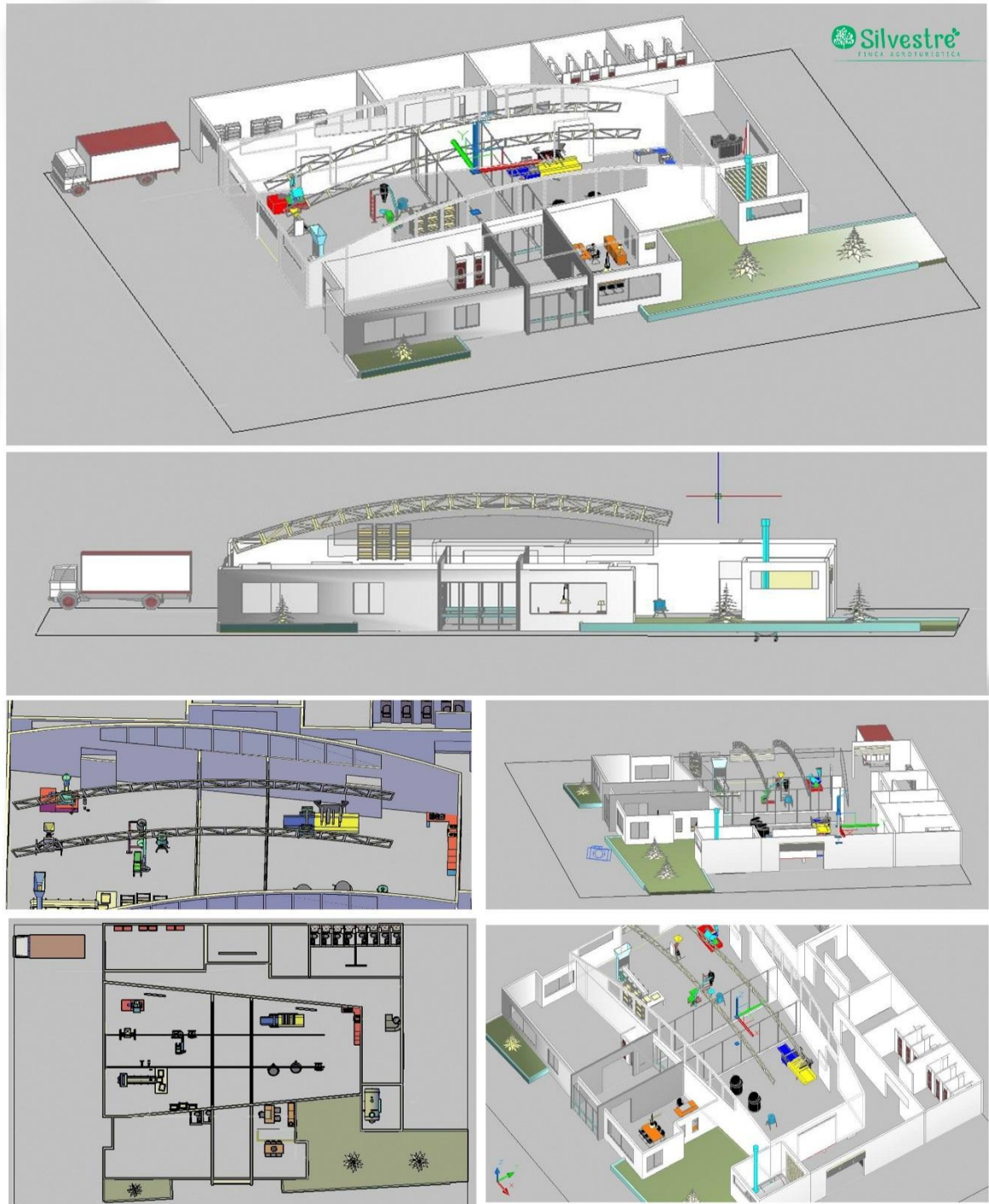
ANEXO B
DISEÑO DE PLANTA DE BALNEARIO EL ESTANQUE DEL GORRION Y
SALON DE EVENTOS EL GRAN GUAYABO



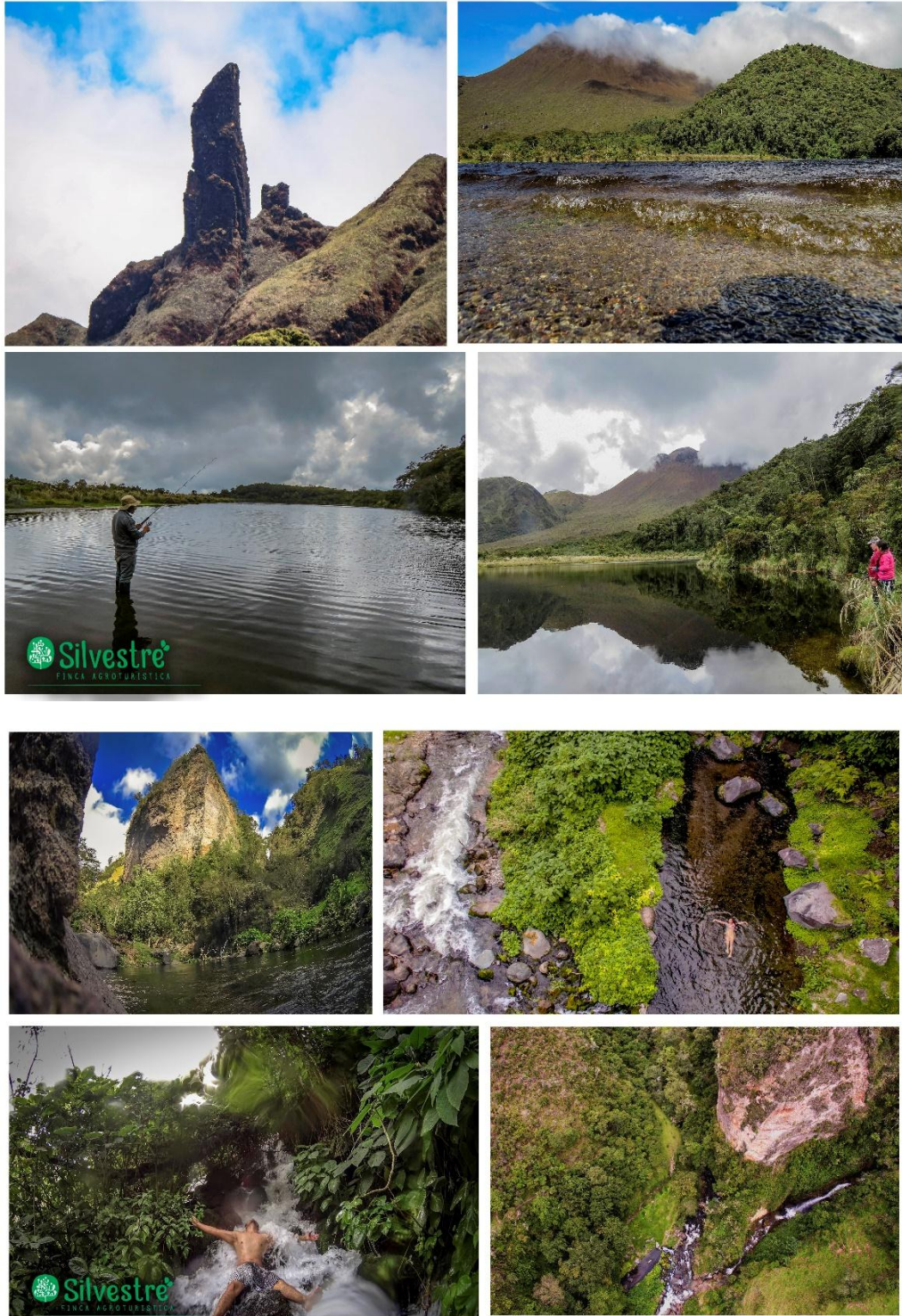
ANEXO D
DISEÑO DE PLANTA DE BENEFICIO DE CAFE



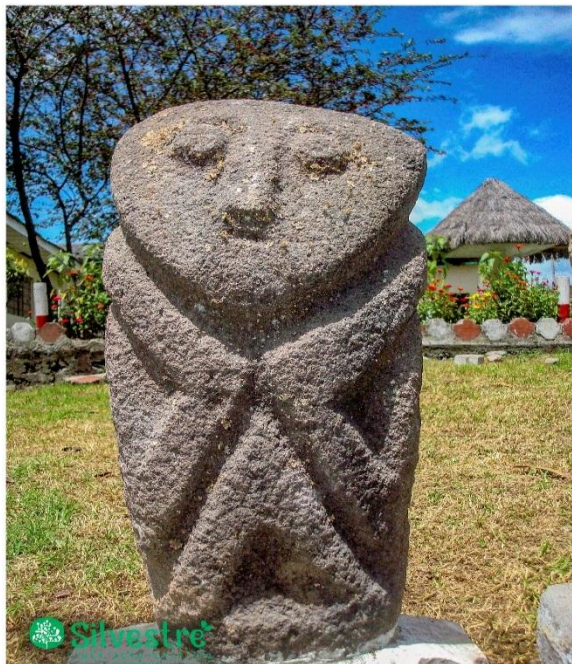
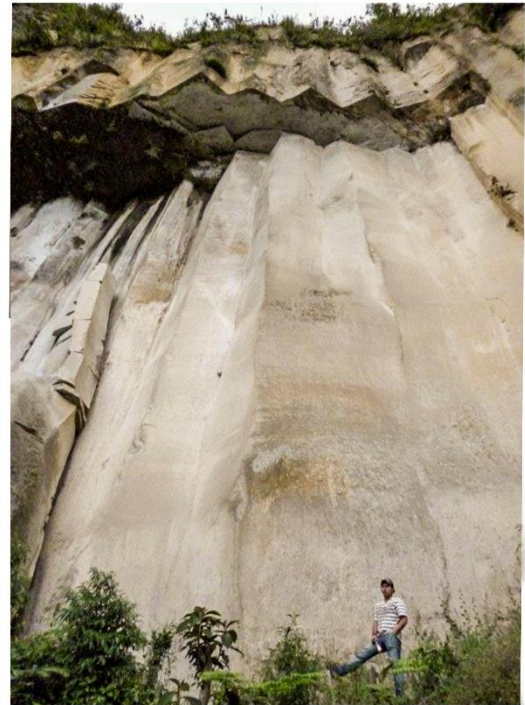
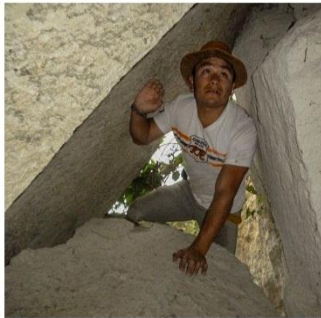
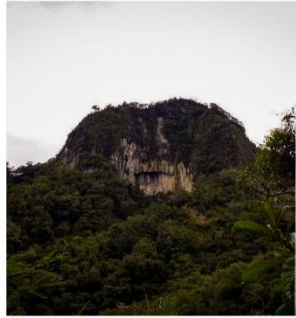
ANEXO E DISEÑO DE PLANTA PARA PRODUCCION DE DERIVADOS DE CULTIVOS ORGANICOS



ANEXO F
RUTAS DE AVENTURA 1 Y 2 – LAGUNA DEL SILENCIO Y LAS AGUAS TIBIAS



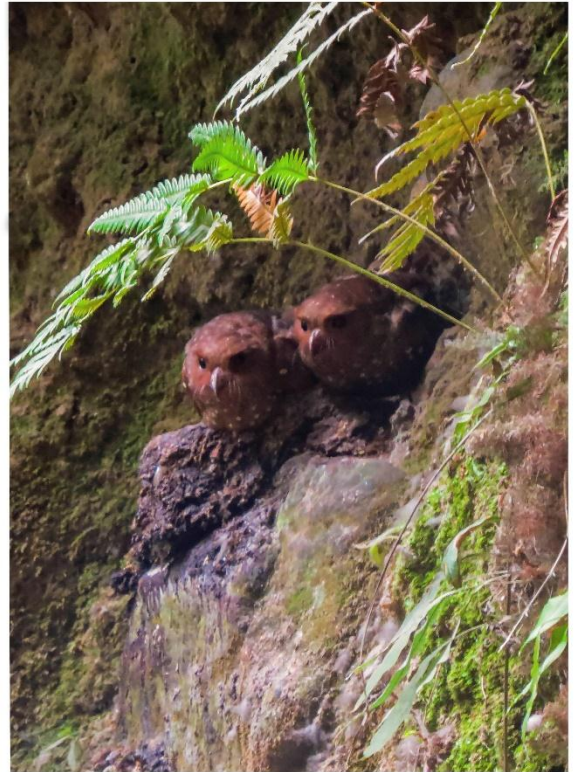
ANEXO G
RUTAS DE AVENTURA 3 Y 4 – TEMPLO DE ACUAPERTE Y EL PANTEON DEL REY



ANEXO H
RUTAS DE AVENTURA 5 Y 6 – TRES CASCADAS Y ESTADERO NUEVO
ARCO IRIS



ANEXO I
RUTAS 7 Y 8 CAÑÓN DE ROSAPAMBA Y EVENTOS LAS MESAS NARIÑO



ANEXO J PUBLICIDAD FINCA SILVESTRE

ZONA DE RECREACIÓN

- 1 SALÓN DE EVENTOS - El Gran Guayabo
- 2 RESTAURANTE - Mirador
- 3 MIRADOR - El Tominejo
- 4 BALNEARIO - El estanque del Gorrión

ZONA DE APRENDIZAJE

- 5 BENEFICIO DEL CAFÉ - El aroma de la paz
- 6 PRODUCCIÓN - Dulce de Café
- 7 PRODUCCIÓN - Mermelada de naranja
- 8 PLANTA DE TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES
- 9 PLANTA GENERADORA DE ENERGÍA SOLAR

ZONA ECOLÓGICA

- 10 RESERVA FORESTAL - Corazón adentro
- 11 PARQUE TEMÁTICO - Fantasía Natural
- 12 Puente colgante

ZONA DE CAMPING

- 13 LA FOGATA DEL INDIO

EL LABRIEGO

- 14 CULTIVOS ORGANICOS

EL TRUEQUE

- 15 GALERÍA DE SUVENIRES

Silvestre

Parqueadero Compras Cafeteria Procesos Restaurante Aprendizaje Baños

HIJOS DE MAMAJUANA
Agente Turístico

ESPIRITU AVENTURERO

¡SILVESTRE QUIERE QUE LA DIVERSIÓN NO PAREJA!

Atrévete a disfrutar de todas las experiencias y lugares que tiene para ti.

VISITA A LAS TRES CASCADAS
Recorrido en bicicleta desde el casco urbano hasta el sitio recreativo

ESTADERO NUEVO ARCOIRIS
Pesca deportiva, gastronomía, columbia al vacío.

CAÑÓN DE ROSAPAMBA
Deporte extremo, senderismo, cavernas.

LAS MESAS NARIÑO EVENTOS
Paint ball, motocross, chaza. Eventos deportivos.

PERSONALIZA TU RUTA DE VIAJE

VISITA A LAGUNA DEL SILENCIO
Senderismo, paramos, volcán, visita a la laguna del Silencio.

VISITA A LAS AGUAS TIBIAS
Visita recreativa en las termales "Las aguas tibias".

VISITA AL TEMPLO DE ACUAPERTE
Visita a la mitica formación rocosa de Acuperpe

VISITA AL PANTEÓN DEL REY
Recorrido a caballo por sitios de hallazgos aborígenes

Silvestre

MARCAR LA DIFERENCIA SIEMPRE ES UNA AVENTURA. HAZ QUE SUCEDA EN SILVESTRE.

CONTACTANOS:
3212700041 - 3105505969
WWW.FINCA.SILVESTRE.COM
WWW.HIJOSDEMAMAJUANA.COM