



Jeimy Johana Franco pinzón

Diego Camilo Duarte Sandoval

@natourglamping

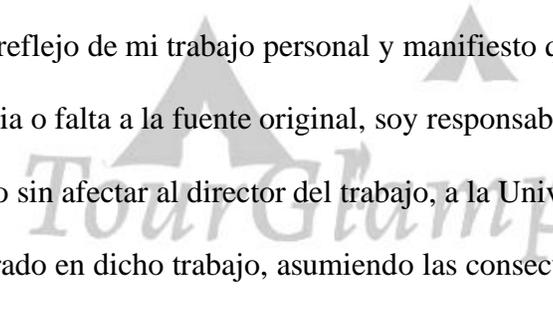
[web.tourglamping@gmail.com](mailto:web.tourglamping@gmail.com)

## COMPROMISO DEL AUTOR

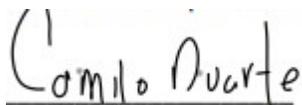
Yo Jeimy Johana Franco Pinzon Identificado con CC 1016101097 estudiante del programa técnica profesional en Servicios Turísticos y Hoteleros declaro que: El contenido del presente documento Es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, Copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, no económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Yo Diego Camilo Duarte Sandoval Identificado con CC 1030618691 estudiante del programa técnica profesional en Servicios Turísticos y Hoteleros declaro que: El contenido del presente documento Es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, Copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, no económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Na Tour Glamping  
!!Una experiencia unica e innovadora!!



## ¿QUIENES SOMOS?

Somos emprendedores que buscan la forma de contribuir a la protección del medio ambiente, viajes en la naturaleza y el desarrollo de la ecosostenibilidad. Sin embargo, te daré el siguiente dato, somos la opción perfecta que debes de escoger ya que te brindamos un servicio de calidad, disfrutando de tardes maravillosas y perfectas vacaciones con los niños, amigos o porque no, también para viajar solo, donde te apartaras del mundo de la tecnología y podrás disfrutar de las maravillas que te brinda la naturaleza. ¡Ven y disfrutas con Na-TourGlamping unas vacaciones inolvidables o tu escape de fin de semana;



## HISTORIA

Na – TourGlamping nace a partir del año 2020 en una conversación sobre el turismo eco-sostenible generando varias ideas para ayudar a un tema ambiental, social y cultural se nos ocurrió que Na-TourGlamping que consiste en acampar con comodidades y lujos de un hogar, no solo aportando de un buen sistema de alojamiento sino también de la utilización de recursos naturales los cuales no rompan con esa brecha de naturaleza. Para nosotros en uno de enfoques primordial y así partimos en la creación e innovación y búsqueda de nuevos proyectos territoriales y aprovechamiento de ellos, ya que queremos generar con nuestro proyecto trabajo formal y capacitación a personas vulnerables de bajos recursos fomentando emprendimiento y conocimiento en varios aspectos como lo es el turismo.

¿Cómo pretendemos hacerlo? Con un estudio riguroso de territorios poco reconocidos turísticamente, población y recursos naturales, Se establece que este proyecto se llevará a cabo en el año 2022 mediante un previo estudio de todo lo que con lleva a la creación de una empresa prestadora de servicio turístico como lo son: político, económico, social, tecnológico, ecológico y territorial. Un obstáculo que podemos encontrar bastante es la competitividad, ya que estas empresas tienen experiencia y calidad de servicio profesional, sin embargo, esto nos lleva a pensar que necesitamos generar un valor agregado a nuestro proyecto para así apoyar a entidades como lo son sin ánimo de lucro. Donde generan soluciones de desarrollo a problemáticas como lo son el calentamiento global, algo que nos compete a todos y aún más a una empresa que busca la sostenibilidad de algo tan importante como lo es la NATURALEZA.

## OBJETIVOS

### **Objetivo estrategia general**

Brindar una experiencia única y enseñando los campos del turismo de naturaleza, acoplándose al tipo de alojamiento que brindaremos para la tranquilidad, relajación y diversión que ofrece nuestra agencia. Dando así una visión sobre el respeto al medio ambiente colocando como principal idea la ecosostenibilidad.

1. Dar a conocer la importancia que tiene el medio ambiente.
2. . Cumplir con las expectativas de los clientes
3. . Contribuir a un cambio en la reserva de la naturaleza
4. Ser una de las mejores entidades del país en el manejo de la Eco-sostenibilidad.
5. Prestar el mejor servicio, para que tengan una gran experiencia

### CLAVES PARA EL ÉXITO

- Mantener activa las redes sociales para el aumento de visitas y registros en línea.
- Prestar un servicio cálido y respetuoso al cliente
- Generar convenios con empresas que se proyecten al cuidado del medio ambiente
- Actualización constante en nuevas prácticas de sostenibilidad social-ambiental

## **Análisis del entorno y Contexto y contexto de la idea de negocio**

Na-TourGlamping Aportaría tanto a nivel social, económico y ambiental un valor agregado muy útil ya que trabajamos y nos especializamos primero en implementar el uso de zonas naturales poco recorridas y explotadas, dando un uso útil y capacitando a los pobladores de estas zonas, enseñándolos a usar sus recursos naturales en pro de dar un turismo sostenible,



## PLANTEAMIENTO PROBLEMA

La biodiversidad junto con el ambiente son uno de los entornos más importantes para el ser humano sin embargo no nos hemos concentrado en generar un cambio con el fin de hacer un buen uso racional de los recursos y servicios que nos ofrece el medio ambiente.

Por tal motivo el Glamping, es un hotel de lujo en búsqueda de alternativas y atrayendo a los amantes de la naturaleza, pero a su vez teniendo una comodidad. Lo ideal es poder satisfacer al turista como lo es la tranquilidad, relajación y claramente dando a conocer la importancia de la naturaleza como también concientizando sobre el cuidado que conlleva el ecoturismo.

El turismo ecológico en la década de los 80 ha luchado contra el cambio climático y aun lo sigue haciendo y una alternativa bastante viable es el desarrollo de sostenibilidad donde se basa en sensibilizar a los turistas a que acojan al medio ambiente.

Por lo tanto, nuestra idea es brindar planes que tengan que conectarse con la naturaleza brindando planes como lo son el avistamiento de aves, senderismo, observación de fauna, cabalgata, paracaidismo y muchos más, donde se lleven una experiencia única de Glamping

!!Una experiencia unica e innovadora!!

### Oportunidad.

- En lo Social y económico podemos decir que no es una tarea fácil, pero se proyecta un crecimiento tanto en lo profesional y económico ya que nos especializamos en capacitar a las personas de estos mismos territorios dando la oportunidad de crecimiento y esparcimiento de este modo logrando que se generen ingresos económicos de una manera honesta

### Reto

- El reto más grande que percibimos en este entorno turístico es tener un buen crecimiento económico, ya que de esto depende el que podamos incluir y evolucionar los territorios naturales que entren en la zona de recuperación y la capacitación de sus pobladores.

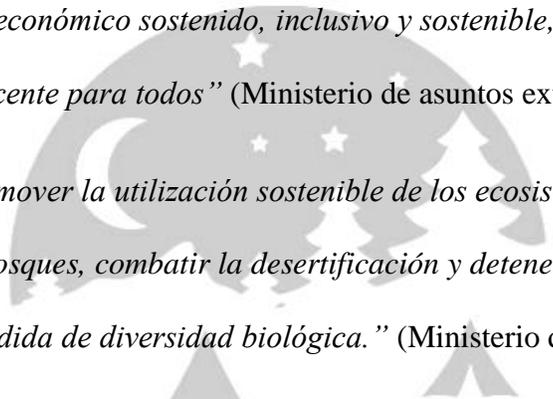


## Objetivos de Desarrollo Sostenible

nos podemos enfocar y relacionar con dos objetivos sostenibles, ya que eventualmente buscamos métodos y nos proyectamos él como generar no solo ingresos económicos sino también empleo para las personas residentes de estos territorios, no sólo valiéndonos de eso también nos enfocamos en un segundo objetivo sostenible el cual nos habla la protección y restauración del medio ambiente.

*“Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos”* (Ministerio de asuntos exteriores)

*“Proteger, restaurar y promover la utilización sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar de manera sostenible los bosques, combatir la desertificación y detener y revertir la degradación de la tierra, y frenar la pérdida de diversidad biológica.”* (Ministerio de asuntos exteriores)



**Na-TourGlamping**  
!!Una experiencia unica e innovadora!!

## Teoría del Valor Compartido

El valor agregado que tenemos presente es generar económicamente ingresos a las entidades sin ánimo de lucro que manejan conexiones y colaboraciones, como lo son comunidades y asociaciones de territorios que lo necesitan llamada "Comunitur". Donde lo ideal es trabajar colectivamente en sociedad ya que como empresas somos las principales causantes del daño irreversible que estamos causando al planeta, si trabajamos juntos podremos hacer el cambio.



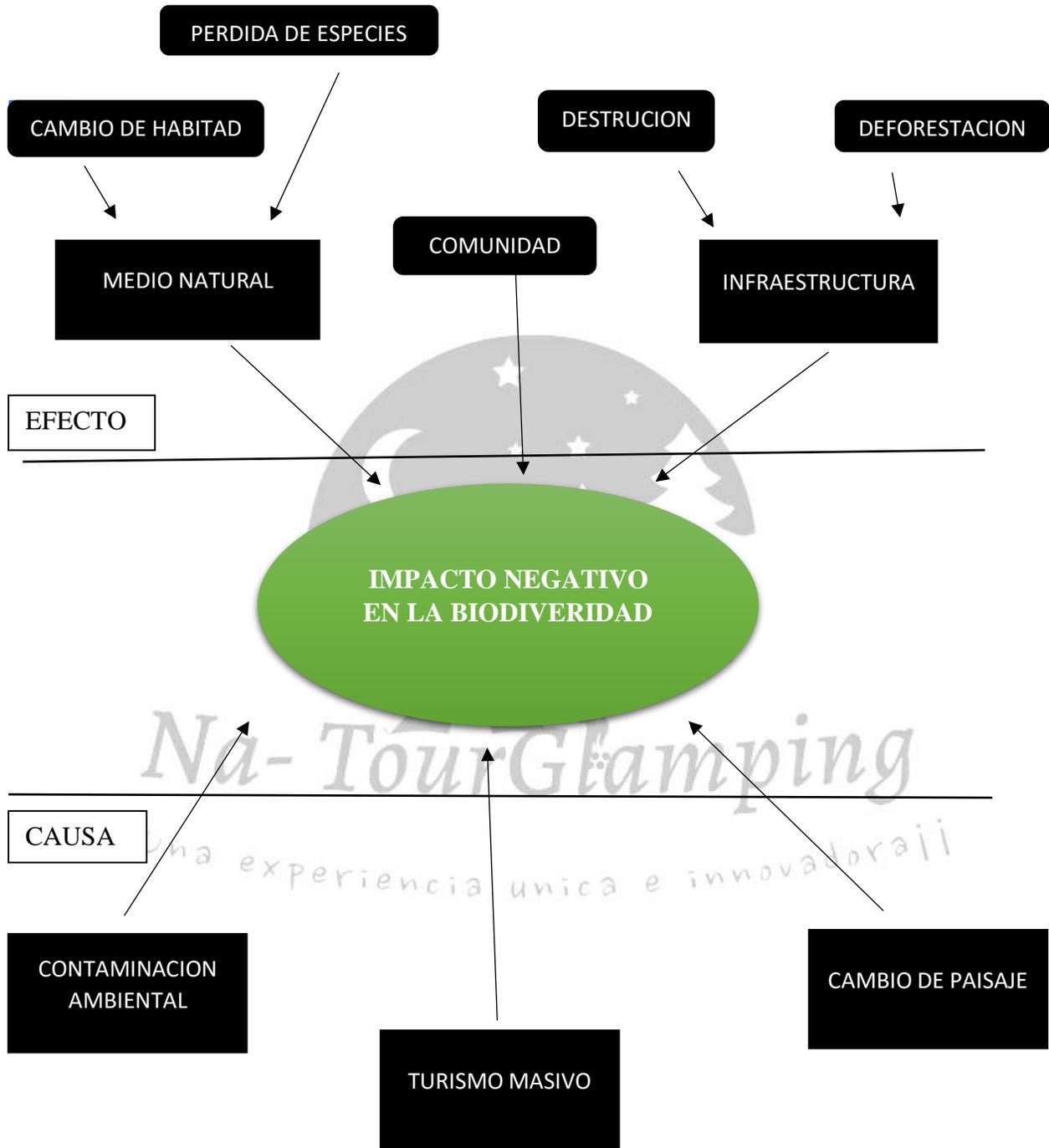
¿Problema que afecta la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

Hay bastantes destinos turísticos que han tenido que enfrentarse a los efectos tanto positivos como también negativos que provoca el turismo, podemos nombrar uno de los problemas como lo es el desplazamiento masivo de personas obliga en primer instancia como lo es el conflicto de cultura ya que esto conlleva a que las personas se muevan a otros territorios, abandonado su localidad natal, en los clientes se da en el momento que llega a la comunidad local ya que bien sabemos que en algunos lugares no son bien recibidos, ya que dice estos solo llegan a cambiar el modo de vida y economías tradicionales.



PROBLEMA 1	
<b>Criterio</b>	Contaminación ambiental
Conocimiento o experiencia	2
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	Criterio: 1, si se necesita. Aun no contamos con la ayuda
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	Se tienen los conocimientos, pero no lo suficiente, No se puede generar un desplazamiento, usando las herramientas Google y librerías, si podemos contar con esta información. Por ahora no. Calificación:3
Tiempo (posible solución)	2 años Criterio 3
Costos (posible solución)	No se han verificado las finanzas criterio 1
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	Si, trasciende. Y si es un reto ya que podemos generar un cambio criterio 2
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	EL cuidado de la biodiversidad, algo que nos compete a todos. Criterio 5
<b>TOTAL</b>	<b>17 puntos</b>

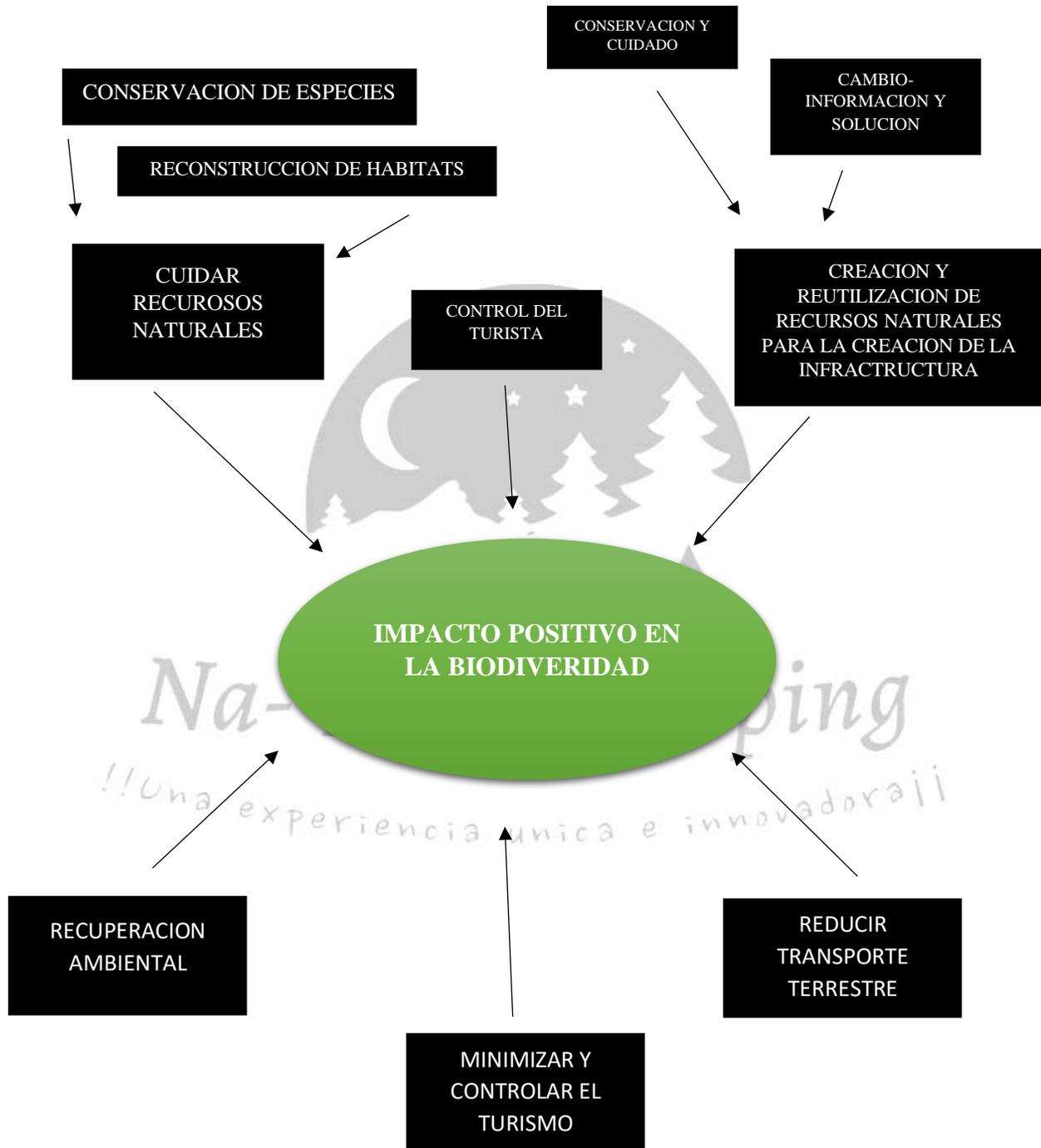
### ARBOL PROBLEMA



PREGUNTA PROBLEMA ¿Cómo podemos generar un cambio ambiental, en la construcción de Glamping turísticos sin generar ningún daño a las comunidades locales, ambientales, y fauna?



### ARBOL DE OBJETIVOS



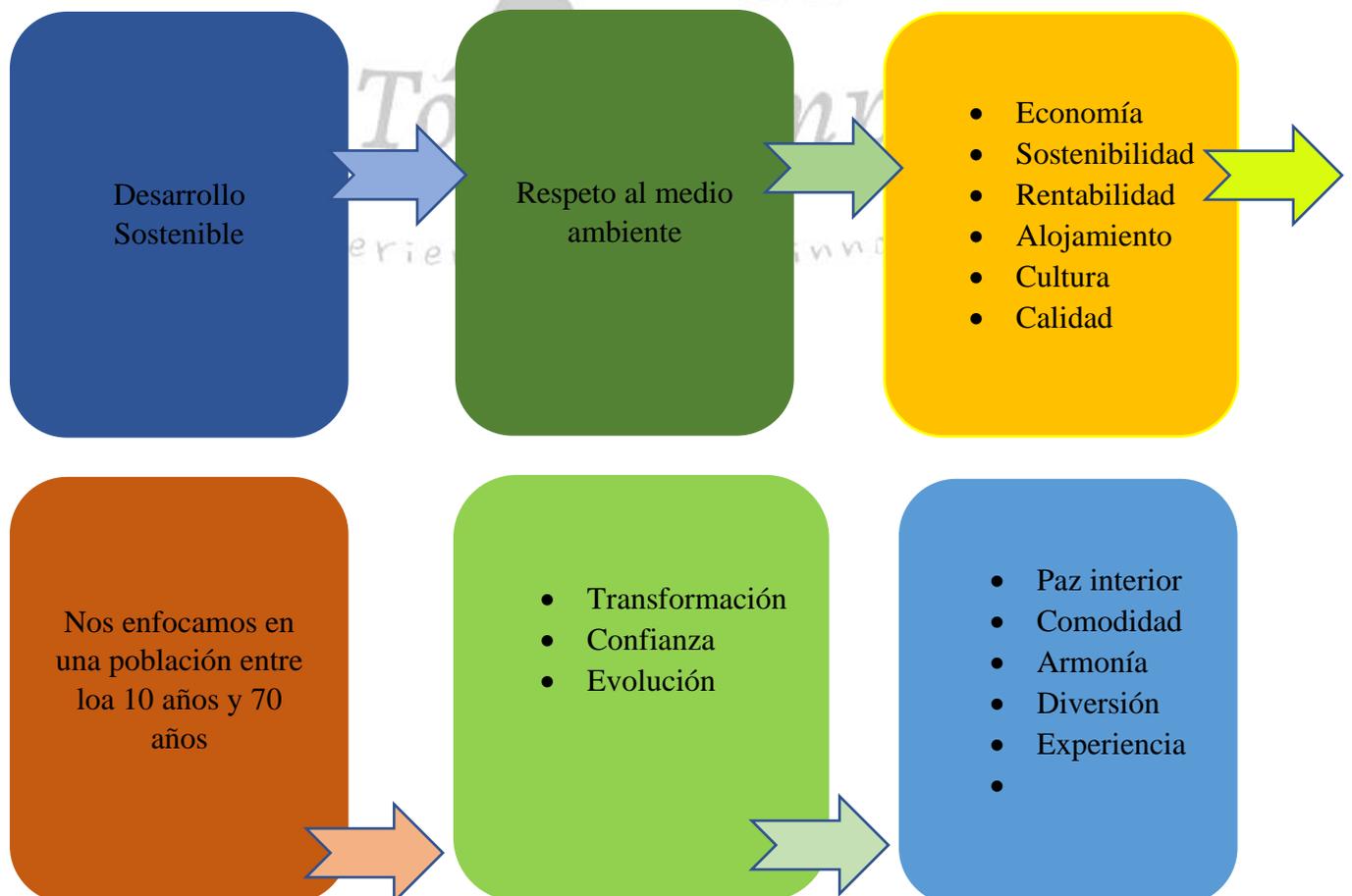
## Descripción de la Idea de Negocio

### Técnica de ideación

- Voluntariados a nivel nacional e internacional los cuales brindan apoyo para recuperar y reabastecer la zona o territorio afectado.
- encontrar personas las cuales se encuentren en virtud y libertad de apoyar mediante donaciones el proyecto de recuperación natural.
- Personas capacitadas las cuales por voluntad propia quieran ayudar a capacitar e instruir los residentes de los territorios explotados

¿Cuál es el producto o servicio?	Somos un servicio turístico y de alojamiento
¿Quién es el cliente potencial?	tenemos como cliente principal parejas las cuales no solo estén interesadas en pasar una buena velada ya que nos caracterizamos por ser Glamping, sino que también sean personas extremas a las cuales les guste ser osadas.
¿Cuál es la necesidad?	la necesidad como emprendedores es recuperar y adaptar estos territorios naturales poco conocidos a nivel nacional demostrando que para hacer turismo no tenemos que ir a los sitios más poblados de

	Colombia.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	él servicio funcionará mediante publicidad la cual da a conocer que somos un emprendimiento que se dedicará principalmente a la recuperación de territorios ambientales poco explorados.
¿Por qué lo preferirían?	por ser una idea innovadora, y da a conocer un sistema de alojamiento y servicio poco convencional.



## Innovación

- La reutilización de recursos naturales, moldeándolos y transformándolos, con el objetivo de darles uso de construcción en los tipos de cabañas a diseñar para el glamping.
- La utilización de agua lluvia, tratándola con el fin de no llevar instalaciones subterráneas de ningún tipo a la naturaleza,
- Implantación de huertos ecológicos, los cuales den facilidad y comodidad a nuestros huéspedes de saber que se les sirven alimentos frescos.
  1. Innovar e incluir a nuestros clientes a la estructuración y capacitación del proceso de siembra de los alimentos.
- Realizar una estructura de implantación solar por medio de paneles los cuales apoyen al sostenimiento del medio ambiente.
  1. Tener a disposición plantas de energía solares adicionales en caso de tener climas fríos y lluviosos.
  2. Energía Cinética

*Na TourGlamping*  
*!!Una experiencia unica e innovadora!!*

## Competencia

Mediante una previa investigación no se encontró información sobre empresas o emprendedores que recurran a la recuperación de territorios naturales olvidados y empleen un proyecto de capacitación e integración de los residentes de estos territorios.

Nos encontramos con el alto nivel que tenemos en competencia respecto al Glamping ya que es un proyecto innovador y empleado por los nuevos Administradores Turísticos y Hoteleros.

- Ecoturismo Aguatoca LTDA Casanare

La empresa de Ecoturismo Aguatoca se encuentra situada en Casanare en la localidad de Yopal, como actividad principal se dedica a actividades en camping y parques para vehículos recreacionales. (Economista, 2020)

- Niddo Suesca Glamping

Situado en Suesca Cundinamarca (Suesca, 2020)

- Maloca Glamping (Maloca, 2020)

Situado en Guasca Cundinamarca

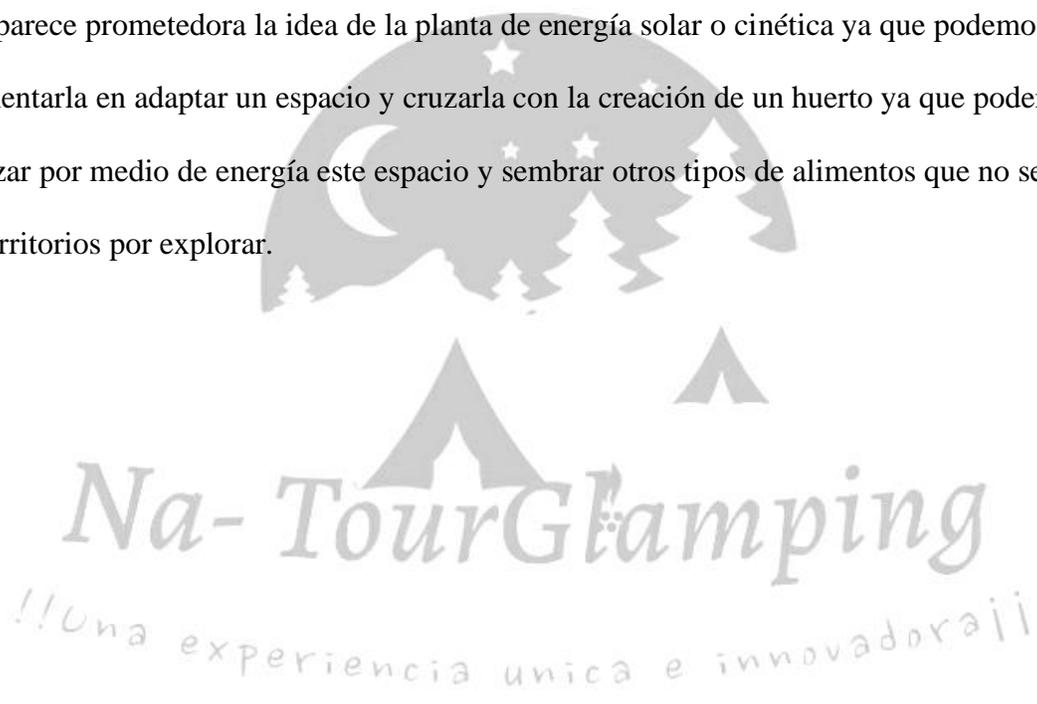
- Bubble Sky (Sky, 2020)

Glamping de lujo Situado en el Retiro Antioquia

## Conclusiones

Se concluye que no es un proyecto innovador, pero finalizamos con una idea centrada en el desarrollo y recuperación del medio ambiente, implementando planes no solo de recuperación sino también de inclusión, evolución y desarrollo tanto económico como educativo, ya que uno de nuestros principales objetivos es capacitar y oportunidad de un trabajo digno y generación de ingresos económicos a las familias de estos territorios.

Me parece prometedora la idea de la planta de energía solar o cinética ya que podemos implementarla en adaptar un espacio y cruzarla con la creación de un huerto ya que podemos climatizar por medio de energía este espacio y sembrar otros tipos de alimentos que no se den en estos territorios por explorar.



## **FUERZAS DE LA INDUSTRIA**

NA-TUOR GLAMPING se clasifica en la actividad económica alojamiento rural cuyo tamaño pequeño

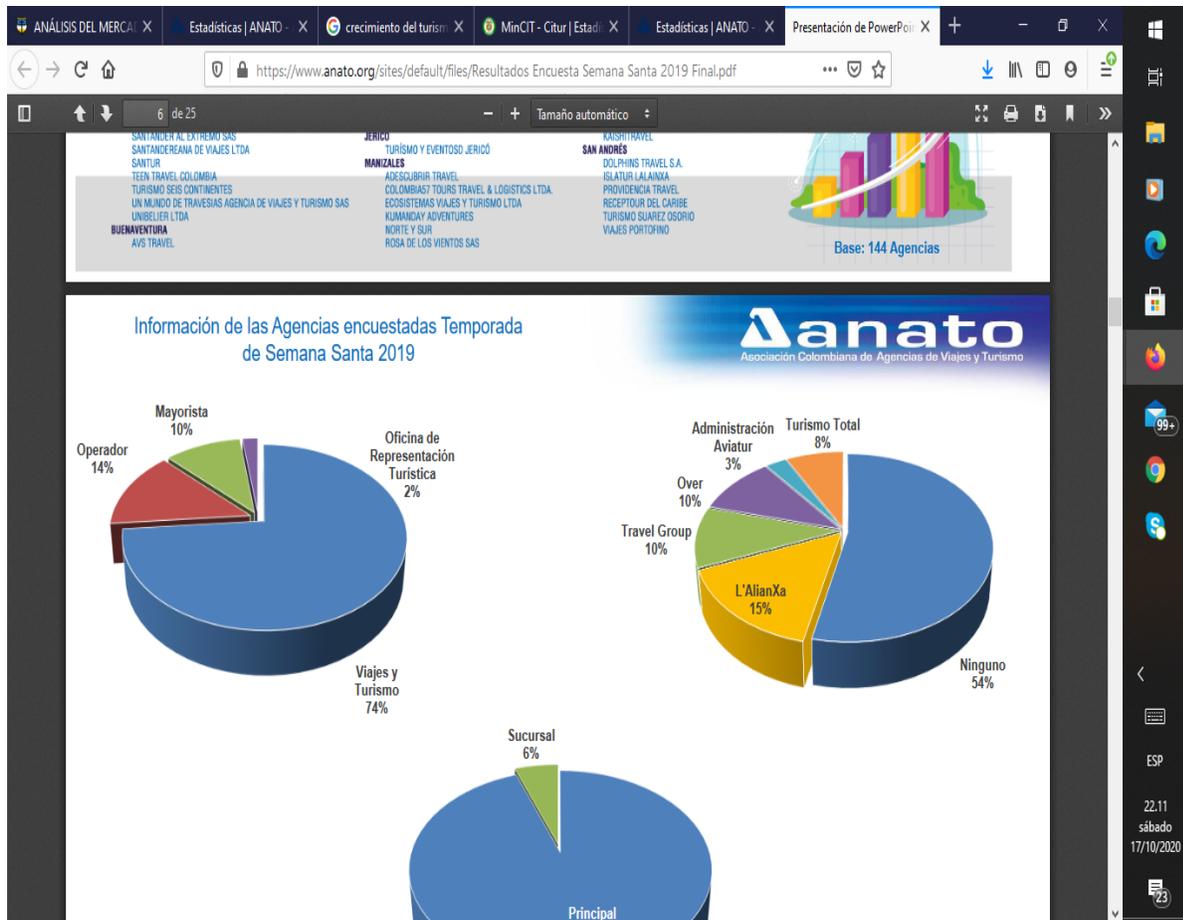
## **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Anato, la asociación colombiana de agencias de viaje y turismo. donde es la asociación al cual se encuentran afiliadas diferentes agencias de viajes a nivel nacional, ya que genera encuestas periódicamente de la demanda del servicio en Colombia.

Se realizó una encuesta en el trimestre del 2019, el 40,3% de agencias de viajes encuestadas indicaron que las ventas mejoraron frente a la misma temporada del año 2018. Sin embargo, Anato indica que fueron más visitados los destinos de sol y playa que han liderado la tendencia.

Pero, Bogotá contó con el 9,6% ocupando el cuarto lugar de la tabla dejando así con posibilidades a Na- Tour Glamping con posibilidades de atraer turistas llamando su atención para que generen paradas de relajación cerca de la capital.

En la temporada de semana santa del año 2019 las agencias brindaron la siguiente información



Fuente: Anato

La mayor parte de las Agencias de Viajes que dieron respuesta a esta encuesta (60%) se catalogan como Microempresas, al tener una planta de personal no superior a los 10 trabajadores.

Sin embargo, en el año 2020 ante el escenario de la apertura económica gradual, donde generamos una encuesta que permitió conocer el estado de las Agencias de Viajes y como están atravesando esta situación del Covid- 19 ( se realizaron 119 encuestas)



Fuente: Anato

Esto hace un poco complicado en posicionarnos en el sector, sin embargo, nuevamente retomando el sector podremos generar imagen de nuestro proyecto, cuenta con una participación de demanda en el mercado del 12% lo cual es favorable para Na- tour Glamping ya que tenemos en cuenta en búsqueda del terreno y poder explotar la riqueza natural, paisaje, clima y aparte de ello un buen servicio en hospedaje con bastantes comodidades y privacidad.

Mencionando la reapertura en el 2020 por el Covid-19 , podremos ver con esta gráfica de cómo irá aumentando la normalidad en el sector turístico, según la encuesta de anato y estadísticas del progreso anual.



Fuente: Anato

## ESTRATEGIAS

Para ello Na. tour Glamping hemos generado varias estrategias que puedan dar un impacto al cliente en el cual se debe aprovechar la apertura del sistema turístico.

1. Reducir las materias primas, en cuanto a reutilizar y volver al ciclo de vida del producto, generando así un ahorro en gastos y planteando la idea del cuidado del ambiente
2. Promoviendo por redes sociales, amigos y conocidos el nuevo emprendimiento, creando el marketing generando un blog con la calidad de negocio que ofrecemos teniendo presente que nos enfocamos en el cuidado de la eco sostenibilidad.
3. Facilitando el transporte sostenible.
4. Generar sorteos de pareja, para que experimenten nuestros servicios.

5. Dependiendo de la experiencia de nuestras parejas del sorteo se genera la voz a voz para así crear un sistema efectivo de hacer conocer nuestro producto

Anato menciona en una gráfica que aumentará el turismo en los siguientes años, sin embargo, como bien sabemos cada vez la tecnología aumenta y por lo tanto lo ideal es brindarle una idea a cliente del nuevo proyecto que abrirá sus puertas, sin embargo, a toda persona se vende un producto con la imagen y por lo tanto lo ideal es mostrar ecológicamente el proyecto y tecnología un espacio acogedor.

### **ANÁLISIS DE LA OFERTA**

El lugar no se ha tenido presente, lo ideal es buscar terrenos que se adecue a una sostenibilidad como también al tema financiero. ya teniendo esto lo ideal es poder validar el lugar y dar una oferta confirmando los competidores que tendremos

### **SEMANA 7**

#### **1. Quince bondades de nuestro producto**

- **1-** Calidez
- **2-** Servicio
- **3.** Amabilidad
- **4.** Honestidad.
- **5.** Eficacia
- **6.** Servicio excepcional
- **7.** Positivismo
- **8.** Empatía
- **9.** Respeto

- 10. Tolerancia
- 11. Actitud
- 12. Un mensaje íntegro y tangible
- 13. Aseguramiento y reaseguramiento
- 14. Interacción amistosa
- 15. Cumplimiento

## 2.) Buyer Personal

	<p><b>DANIELA MURCIA</b></p> <p><b>Edad:</b> 22 años</p> <p><b>Empleo.</b> Prácticas</p> <p><b>Vive en :</b> BOGOTÁ D.C</p> <p><b>Grado Académico:</b></p> <p>Profesional en Psicología</p> <p><b>Estado civil:</b> Soltera</p>	<p><b>COMPORTAMIENTO FINANCIERO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empleada recursos humanos</li> <li>• Lleva buen control de sus finanzas</li> <li>• Le gusta manejar efectivo</li> <li>• ingresos mensuales 850.000</li> </ul>
--	---	--

DESEOS	METAS DE LA VIDA	PREOCUPACIONES Y MIEDOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viajar a lugares nacionales</li> <li>• Descubrir sabores exóticos</li> <li>• Lugares tranquilos donde pueda relajarse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viajar a destinos internacionales</li> <li>• graduarme profesional</li> <li>• independizarme</li> <li>• vivir en otro país con empleo estable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No contar con wifi</li> <li>• Que me enferme</li> <li>• Que no haya buena higiene</li> <li>• Reprobar materias</li> </ul>

¿Que están tratando de hacer y porqué es importante para ellos?	¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?	MENSAJE
<p>Terminar mis estudios y dedicarme profesionalmente a mi carrera</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por medio de estudio y trabajo para así cumplir con ambas</li> <li>• Algunas veces para financiar la universidad</li> </ul>	<p>Te brindamos un ambiente cálido, en el cual podrás relajarte y tener un día agradable una aventura más,</p>

3.) Encontramos personas similares a mi cliente, en universidades y cliente del trabajo,

Valores que destacan a un cliente ideal

- Actitud Positiva
- Amabilidad
- Empatía
- Respeto
- Escucha
- El entorno en que se encuentran a los clientes la mayoría de las veces es en la universidad y trabajo con edades que se promedian de los 18 a 28 años.

Necesitamos diferenciarnos de la competencia, tenemos que descubrir cuales son las necesidades de un cliente.

- La atención de inmediata al cliente en cuanto a dudas que presenten
- Identificar los métodos de hospedaje que prefieran
- El sentirse seguros con la entidad prestadora del servicio

4.) Las bondades como principales para una buena atención se basan en el respeto, actitud, empatía y escucha, si tenemos al cliente ideal será fácil comprender sus necesidades y poder cumplir con ellas. Sin embargo, en algunas ocasiones podrían presentarse problemas tal vez al no cumplir con el hospedaje que buscan o sentirse seguros, pero es allí donde entran nuestras estrategias y cumpliendo de lo dicho.

5.)

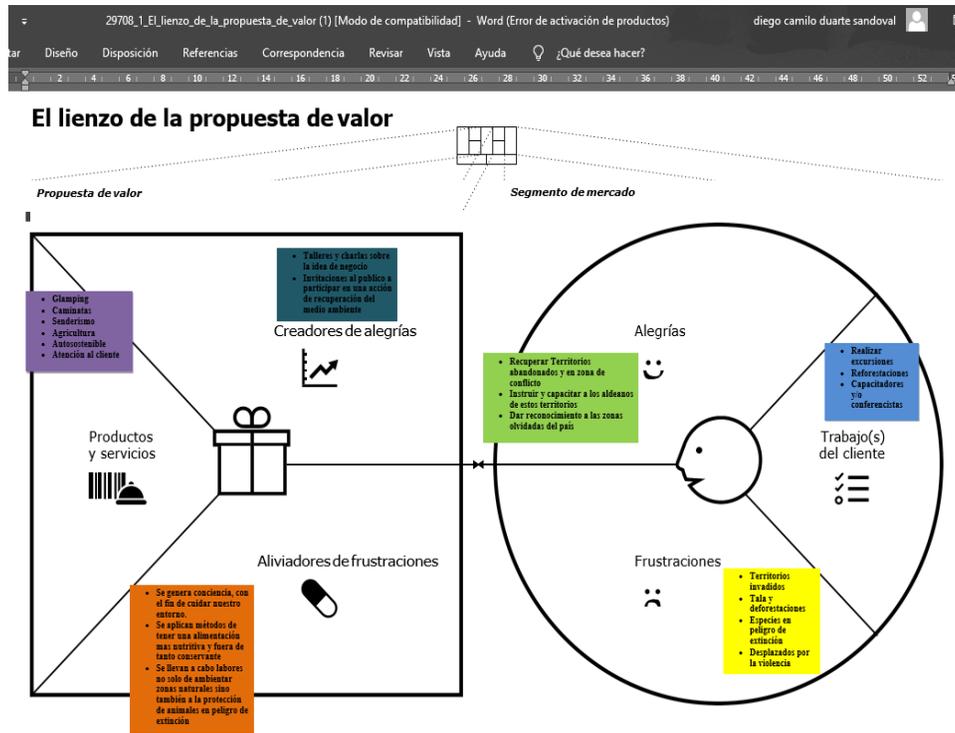


Fuente: Anato semana santa 2019

En esta gráfica muestra las preferencias de los viajeros al comprar planes turísticos, como podremos observar un 10,3% las personas prefieren comprar viajes que le ofrezcan experiencias culturales, mientras tanto el 8,02% escoge ecoturismo. Esto indica que hay alto porcentaje de demanda que se podría atender con nuestra propuesta al presente año.

## Propuesta de valor

### Perfil del Cliente- Mapa de Valor



### Declaración de la propuesta de valor

Generamos y damos confianza ambiental, somos una empresa con un fin específico de la recuperación del medio ambiente dando un servicio diferente y llevando el Turismo un paso más adelante de lo habitual, culturizando y recorriendo territorios olvidados.

## DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental

Y esta ley, la ley de evaluación ambiental, es ese marco que asienta la competencia exclusiva del Estado en materia de legislación básica sobre protección del medio ambiente. Al contrario de lo que puede parecer a primera vista no sólo facilita la incorporación de los criterios de sostenibilidad en evaluación de proyectos, sino que también lo hace en la toma de decisiones estratégicas, a través de la evaluación de los planes y programas.

Pero ¿qué son las leyes que protegen el medio ambiente? En general, son todas aquellas disposiciones jurídicas con rango de ley (leyes, decretos legislativos, decretos de urgencia, tratados, reglamentos del Congreso, normas de ámbito regional, provincial y de carácter estatal y ordenanzas municipales) que velan por el respeto y el cuidado de nuestro entorno, ya sea terrestre, acuático o atmosférico, y de los seres que viven en ellos, flora y fauna.

En resumen, se trata de regular la protección del medio ambiente y de los espacios naturales. Por eso, en nuestro país hay normas que regulan desde la responsabilidad medioambiental, la conservación de los hábitats de flora y fauna o la calidad del aire hasta la prevención y gestión de residuos, la contaminación del suelo, la importación de los productos químicos o los incendios forestales. (Recicla, Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental, 2017)

2. Ley 42/2007 del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad Una de las más importantes es la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad actualizada en 2015 por la Ley 33/2015, de 21 de septiembre. Su relevancia radica en que el capítulo III de su Título II regula el establecimiento y la gestión de la Red Natura 2000 en España. Además, es la

ley vigente a través de la que se incorporan a nuestro ordenamiento directivas tan importantes como la de Hábitats o la de Aves.

En una línea muy parecida está el Real Decreto 1997/1995, de 7 diciembre, por el que se establecen medidas para contribuir a garantizar la biodiversidad mediante la conservación de los hábitats naturales y de la fauna y flora silvestres. (Recicla, Ley 42/2007 del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, 2017)

### 3. Ley 30/2014 de Parques Nacionales

Por otro lado, la Ley 30/2014, de 3 de diciembre, de Parques Nacionales recoge medidas como el refuerzo en situaciones de emergencia por catástrofe ambiental, la intervención en casos de estado de conservación desfavorable, o la prohibición de actividades incompatibles como la pesca y caza deportivas, la tala con fines comerciales o la gestión de otros de sus recursos, por ejemplo. (Recicla, Ley 30/2014 de Parques Nacionales, 2017)

### 4. Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental

En otro orden de cosas, la Ley 26/2007, de 23 de octubre, de Responsabilidad Medioambiental regula la obligación de reparar cualquier daño que se puede haber causado en medios naturales sea cual sea la actividad económica que se estuviera realizando. Este tipo de responsabilidades valen tanto para el medio terrestre como aéreo o acuático, que no hay que olvidar que también forman parte de nuestro medio ambiente. (Recicla, Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental, 2017)

### 5. Real Decreto 630/2013 de especies exóticas invasoras.

En el ámbito medioambiental cada vez es más importante el impacto de las especies invasoras, que ha trascendido a la sociedad porque cada vez son más las noticias sobre su culpa en la

pérdida de biodiversidad. Por eso, cualquier lista de legislación medioambiental no puede pasar por alto el Real Decreto 630/2013, de 2 de agosto, por el que se regula el Catálogo español de especies exóticas invasoras. (Recicla, Real Decreto 630/2013 de especies exóticas invasoras., 2017)

## DISEÑO DE CONCEPTO

Para adecuar los terrenos

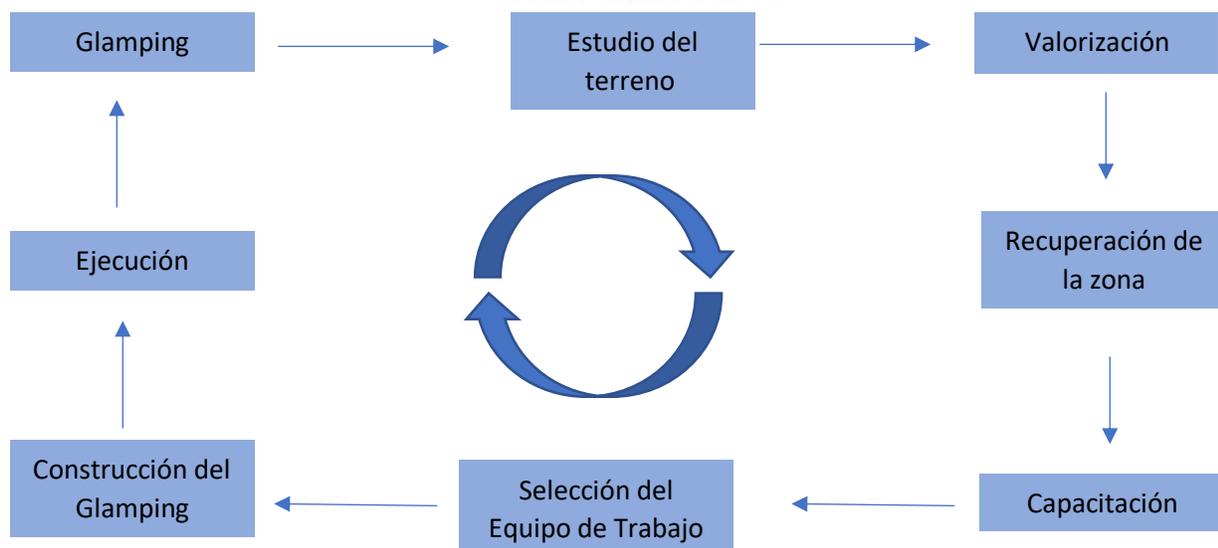
- Excavadoras

Para la construcción de los glamping

- madera
- bambú
- vigas de madera
- impermeables para los domos
- herramientas como martillo, taladro, clavos.

Diseño en detalle

Diagrama de bloques



### Cadena de distribución



### Costos de producción

Los costos de producción pueden determinarse según el entorno en el cual se vaya a trabajar. Y varían según el tipo de terreno que este proyecto logre recuperar y adaptar, se estima que se tenga una inversión entre los 50 y 80 millones de pesos según localización.

Este dinero se implementará en los gastos de la creación y adaptación de las instalaciones como lo son los glampings

El precio de venta se fija según el tipo de cabaña y lugar de atracción turística, se establece una cifra aproximada de \$250.000 a \$350.000 por noche de alojamiento.

### Indicadores de calidad

1. Superar la inversión
2. Promover la eco-sostenibilidad y generar impacto
3. Generar empleo a personas de bajos recursos
4. Capacitar población vulnerable
5. Porcentaje del volumen de ventas, generado por los nuevos productos
6. Tasa de disponibilidad de los recursos de realización
7. Tasa de las tareas realizadas en los plazos establecidos
8. Plazo de respuesta a demanda
9. Evolución e incrementación del tipo de mercado





Na-Tour Glamping es un proyecto el cual se dedica a la recuperación de zonas turísticas en territorios olvidados o invadidos por fuerzas armadas.

Na-Tour Glamping consiste en brindar una experiencia única y enseñando los campos del turismo de naturaleza acoplándose el tipo de alojamiento que brindaremos para la tranquilidad, relajación y diversión que ofrece una visión sobre el respecto al medio ambiente colocando como principal idea la eco-sostenibilidad.

diversión que ofrece nuestra agencia. Dando así una visión

sobre el respeto al medio ambiente



Na-Tour Glamping se concentrará en la construcción de pequeñas cabañas, utilizando materiales reciclables y 100% ecológicos.



En Na-Tour Glamping no solo implementaremos medidas sobre la conservación del agua, energía reciclable y eólica, implementación y adaptación de huertas.



Ya que Na-tour Glamping Sera un sitio para su descanso, también tendrá la satisfacción de aprender sobre temas de Sostenibilidad y conservación del medio ambiente



*El Mundo es un lugar Peligroso, no a causa de los que hacen el mal sino por aquellos que no hacen nada para evitarlo...*

*Albert Einstein*

Nombre del Producto o Servicio	Na-Tour Glamping
Descripción del Producto o Servicio	Na-Tour Glamping es un proyecto a largo plazo, el cual se crea con la idea de recuperar zonas olvidadas y posiblemente turística con un fin de dar a conocer esos lugares abandonados y olvidados por la civilización, no solo recuperando sino también capacitando y generando empleo a los habitantes de estas zonas.
Lugar de Elaboración	Na-Tour Glamping como tal es un proyecto de investigación y ubicar estos territorios
Tiempo de Elaboración	Se replantea un periodo de dos años

<p><b>Problema</b></p> <p>Valor del hospedaje de Glamping muy alto</p> <p>No son muy reconocidos los Glamping</p>	<p><b>Solución</b></p> <p>Brindar planes o paquetes donde se ajuste al bolsillo del cliente</p> <p>Generar publicidad, bonos, e información de las maravillas del Glamping</p>	<p><b>Propuesta de Valor única</b></p> <p>El Glamping es un sistema de innovación en los alrededores ambientales teniendo en cuenta que se maneja la biodiversidad. Compartiendo de ello sus mas grandes actividades.</p>	<p><b>Ventajas injusta</b></p> <p>Competencias en nuevos proyectos Glamping</p> <p>Rechazo de las comunidades, por tema de daño a la biodiversidad.</p>	<p><b>Segmento de clientes</b></p> <p>Está enfocado a satisfacer al turista con un ambiente natural y tranquilo, aquellos que quieran disfrutar de esta experiencia única y real.</p>
	<p><b>Métricas Clave</b></p> <p>Verificando la cantidad de turistas que visiten y pregunten por nuestro espacio a visitar.</p>		<p><b>Canales</b></p> <p>Medios virtuales en el cual se manejaran las redes sociales y plataformas como Google o YouTube</p>	
<p><b>Estructura de costos</b></p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p>		

<p>El valor por construcción de Glamping en madera es un aproximado de 2.400.000 – tendríamos que validar la mano de obra, materiales y cuantos de ellos podrían construirse. materiales consumibles, vigilancia, sueldo personal, lo ideal es mantenernos con menos de 5 personas para el principio de la apertura.</p>	<p>Generar planes o paquetes variando valores y actividades. Para así un mayor número de personas se interesen. – Creando gastronomía nuevos platos y agregando temáticas o eventos para familias o parejas.</p>
--	--

## PROTOTIPO

### Características del producto o servicios

Una de las características que queremos plasmar es la armonía y tranquilidad cerca a la biodiversidad, brindando beneficio y una gran atención al cliente, generando cómodos y amplios Glamping.

### Características del prototipo

El Glamping se basa en una figura geométrica llamada un Domo geodésico al cual se crea con cartulina, palos de pincho, silicona, bisturí, regla, palos de paleta, papel corrugado, celofán con unas medidas de los triángulos de 60 x 60 x60 y otros de 57x57 x60

La interacción del cliente hacia el prototipo en bien vista, sin embargo nuestra prioridad es acercarnos a la comunidad donde se construirá el proyecto ya que es necesario tener una opinión positiva para poder iniciar con ello, así que plasmamos la idea para poder compartirla con estas comunidades.





Formulario.



### Na-TourGlamping

Na – TourGlamping nace a partir del año 2020 en una conversación sobre el turismo eco-sostenible generando varias ideas para ayudar a un tema ambiental, social y cultural se nos ocurrió que, Na-TourGlamping que consiste en acampar con comodidades y lujos de un hogar, no solo aportando de un buen sistema de alojamiento sino también de la utilización de recursos naturales los cuales no rompan con esa brecha de naturaleza. Para nosotros este el enfoque primordial y así partimos en la creación e innovación y búsqueda de nuevos proyectos territoriales y aprovechamiento de ellos, ya que queremos generar con nuestro proyecto trabajo formal y capacitación a personas vulnerables de bajos recursos fomentando emprendimiento y conocimiento en varios aspectos como lo es el turismo.

¿Cómo pretendemos hacerlo? Con un estudio riguroso de territorios poco reconocidos turísticamente, población y recursos naturales, Se establece que este proyecto se llevará a cabo en el año 2022 mediante un previo estudio de todo lo que conlleva a la creación de una empresa prestadora de servicio turístico como lo son: político, económico, social, tecnológico, ecológico y territorial.

\*Obligatorio

Dirección de correo electrónico \*



Tu dirección de correo electrónico \_\_\_\_\_

cree usted que la implementación y desarrollo de este proyecto sea una idea viable ya que nos enfocaremos principalmente en territorios los cuales estuvieron en zona de conflicto? \*

Si

No

Cree usted que generar empleo y capacitar a los habitantes de estos pueblos o veredas, sea una buena idea para la implementación de este proyecto ? \*

Si

No

Usted como turista, visitaría estos territorios? \*

Si

No

Tal vez

Na-Tour Glamping contaría con un programa de voluntariado para los turistas con el fin de capacitar a los habitantes de estos pueblos o veredas. ¿ usted apoyaría esta causa? \*

Si

No

**Enviar** Página 1 de 1

Objetivo de la investigación.

El objetivo principal de esta investigación que nos estamos proponiendo mi compañera y yo, es explorar y explotar esos recursos naturales que tiene nuestro país. los cuales son poco reconocidos y olvidados por la sociedad, con el fin da dar un valor agregada ms a nuestro país en torno al

turismo eco sostenible, aun así, la idea es destacar que por medio de este proyecto no solo se llevara a cabo la recuperación de estos territorios sino también nos enfocaremos en la población de estos territorios con el fin de brindarles el basto conocimiento con respecto a Na-Tour Glamping y generarles oportunidades laborales así ellos desenvolviéndose y capacitándose en el campo turística y/o servicios de alojamiento. Se proyecta que este proyecto se lleve a cabo mediante una previa investigación de estos campos naturales, mirando estado del terreno, cobertura, localización y adaptabilidad de este con los habitantes de estos territorios.

Tipo de Investigación.

El tipo de investigación que se va a realizar, lo referimos como Investigación Cualitativa, ya que el objetivo es llevar a cabo una oportunidad y explotación del medio natural.

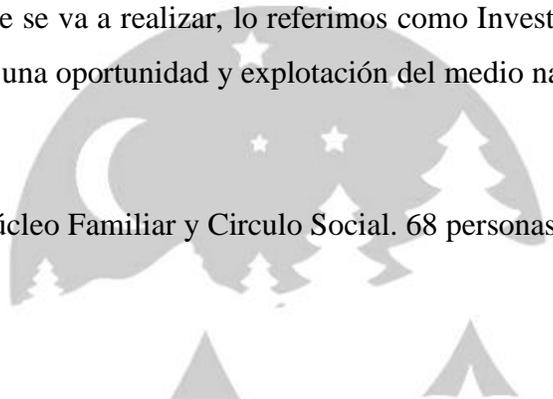
Tamaño de la Muestra.

Población. Universidad, Núcleo Familiar y Circulo Social. 68 personas

Margen de Error. 3%

Nivel de Confianza. 99%

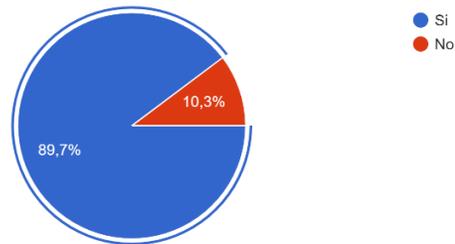
Tamaño de la Muestra. 66



*Na-Tour Glamping*  
*!!Una experiencia unica e innovadora!!*

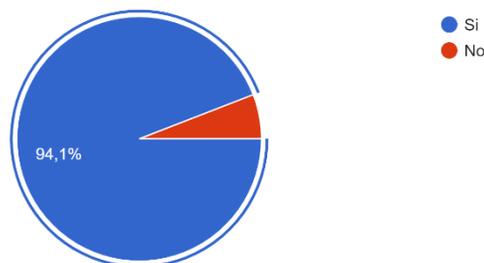
**Análisis de datos.** En la primera grafica validamos y determinamos la vida del proyecto en la cual se busca no la aprobación sino el que tan de acuerdo está la comunidad con la implementación de esta idea de negocio. Dando resultados de Si con un 89.7% y No con un 10.3%

¿cree usted que la implementación y desarrollo de este proyecto sea una idea viable ya que nos enfocaremos principalmente en territorios los cuales estuvieron en zona de conflicto?  
68 respuestas



En esta pregunta se hace referencia a una pregunta de apoyo a las comunidades, nuestro publico en su gran mayoría se encuentra 94.1% de acuerdo con la gestión de capacitar y generar empleo a estas personas y un 5.9% en desacuerdo.

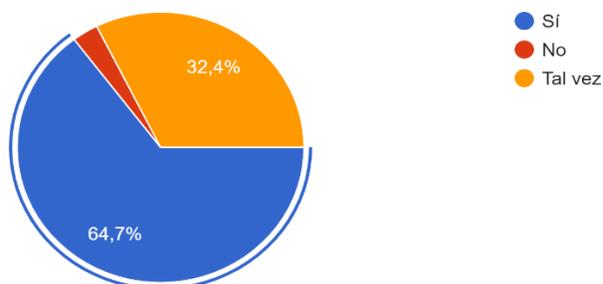
¿Cree usted que generar empleo y capacitar a los habitantes de estos pueblos o veredas, sea una buena idea para la implementación de este proyecto ?  
68 respuestas



En esta grafica vemos el como a nuestro cliente se le plantea una pregunta en la cual tomamos como objetivo el que tan dispuestos se encuentran dispuestos a visitar estos territorios para hacer turismo, vemos que el 64.7% de la población se encuentra dispuesta a visitarnos, un 2.9% no están de acuerdo y terminamos con un 32.4% están en un tal vez.

Usted como turista, visitaría estos territorios?

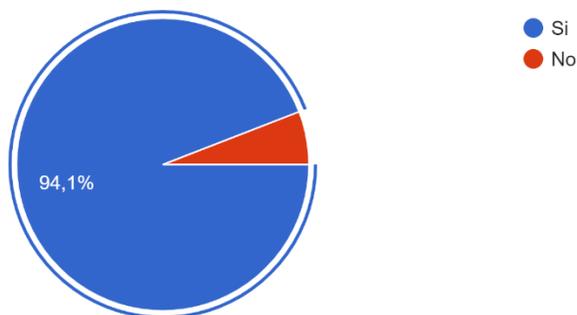
68 respuestas



En esta grafica vemos el cómo a nuestro cliente se le plantea una pregunta directa a ellos en la cual se le pregunta a nuestro cliente que tan dispuesto esta para apoyar y gestionar el plan de voluntariado, apoyando en el crecimiento de los habitantes de estos territorios, contamos con el apoyo de un 94.1% y un 5.9% los cuales no están dispuestos.

Na-Tour Glamping contaría con un programa de voluntariado para los turistas con el fin de capacitar a los habitantes de estos pueblos o veredas. ¿ usted apoyaría esta causa?

68 respuestas



- Economista, E. (2020). *Ecoturismo Aguatoca LTDA*. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de <https://empresite.economistaamerica.co/ECOTURISMO-AGUATOCA-LTDA.html>
- Maloca. (2020). *Maloca Glamping*. Cundinamarca. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de <http://malocaglamping.com/maloca-camping-naturaleza/>
- Ministerio de asuntos exteriores, u. e. (s.f.). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Recuperado el 12 de 09 de 2020, de <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/NacionesUnidas/Paginas/ObjetivosDeDesarrolloDelMilenio.aspx>
- Recicla, P. (2017). *Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental*. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de <https://www.ecoembes.com/es/planeta-recicla/blog/20-leyes-de-medio-ambiente-que-debes-conocer>
- Recicla, P. (2017). *Ley 42/2007 del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad*. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de <https://www.ecoembes.com/es/planeta-recicla/blog/20-leyes-de-medio-ambiente-que-debes-conocer>
- Recicla, P. (2017). *Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de evaluación ambiental*. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de <https://www.ecoembes.com/es/planeta-recicla/blog/20-leyes-de-medio-ambiente-que-debes-conocer>
- Recicla, P. (2017). *Ley 30/2014 de Parques Nacionales*. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de <https://www.ecoembes.com/es/planeta-recicla/blog/20-leyes-de-medio-ambiente-que-debes-conocer>
- Recicla, P. (2017). *Real Decreto 630/2013 de especies exóticas invasoras*. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de <https://www.ecoembes.com/es/planeta-recicla/blog/20-leyes-de-medio-ambiente-que-debes-conocer>
- Sky, B. (2020). *Bubble Sky*. Medellín. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de <https://bubblesky-glamping.com/>
- Suesca, N. (2020). *Niddo Suesca*. Cundinamarca. Recuperado el 15 de 09 de 2020, de <https://www.niddo.co/>