

EVALUACIÓN FINANCIERA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
APLICACIÓN MÓVIL PARA EL DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN
COLOMBIA.

NATURAPP 1.0 – NUEVA ALTERNATIVA DE VIAJE ECOLÓGICO

PERLA JULIANA BARRAGAN SANCHEZ

GIOVANNY ALEXANDER VELANDIA PALACIO

Trabajo de Grado para obtener título de Ingeniero Financiero

Asesor: DAVID RICARDO BALAGUERA MESA

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

FACULTAD DE INGENIERÍA FINANCIERA

BOGOTA D.C. SEMESTRE I - 2019

Tabla de contenido

1	FUNDAMENTACIÓN	3
1.1	Justificación:	3
1.2	Pregunta problema.....	5
1.3	Objetivo general	5
1.3.1	Objetivos específicos.....	5
2	Marco teórico	6
2.1	Diagnostico estratégico	6
2.1.1	Análisis del entorno.....	6
2.2	Análisis por sectores.....	6
2.2.1	Sector económico.....	6
2.3	Sector social.....	9
2.4	Sector tecnológico	11
2.5	Sector ambiental	12
2.6	Indicadores que justifiquen la propuesta.....	13
2.7	Viabilidad del proyecto.....	14
2.7.1	Visión global del sector	14
2.8	Análisis competitivo	17
2.9	Marco Teórico Financiero.....	19
2.9.1	Flujo de caja	19
2.9.2	VPN.....	20
2.9.3	TIR.....	21
2.9.4	WACC.....	21
2.9.5	EVA.	21
2.9.6	Estados de Resultados	21
3	Marco conceptual	23
3.1	Ecoturismo en Colombia	23
3.1.1	Avistamiento de flora y fauna	24
3.1.2	Deportes extremos.....	24
3.1.3	Turismo etnográfico	25
3.2	Mercado competitivo	25
3.2.1	Apps de turismo	25
3.2.2	Desarrollo de las TICs en Colombia	27

3.3	Parques Nacionales Naturales.....	28
3.3.1	Región Amazonía.....	28
3.3.2	Región Andina.	30
3.3.3	Región Caribe.	31
3.3.4	Región Orinoquía.	32
3.3.5	Región Pacífico.	33
4	Estado del arte	35
4.1	Caso de Éxito (Rappi).....	35
5	Marco Legal.....	37
5.1	Sector legal turístico	37
6	Desarrollo Modelo Financiero	41
6.1	Primera Fase: Evaluar el volumen de mercado.....	41
6.2	Segunda Fase: Establecer los Costos y Gastos	43
6.3	Tercera Fase: Establecer las fuentes de Financiamiento	44
6.4	Cuarta Fase: Construcción de los estados financieros	45
6.5	Quinta Fase: Valoración Indicadores.....	45
6.5.1	Escenario Pesimista:.....	45
6.5.2	Escenario Realista	46
6.5.3	Escenario Optimista	47
7	Conclusiones	49
8	Bibliografía	51
9	Anexos.....	58
9.1	Desarrollo financiero Escenario Pesimista	58
9.2	Desarrollo financiero Escenario Realista.....	59
9.3	Desarrollo financiero Escenario Optimista.....	61

1 FUNDAMENTACIÓN

1.1 Justificación:

Tras la experiencia vivida en EAU (Emiratos Arabes Unidos) principalmente en Dubai y Abu Dhabi, surge una amplia expectativa de negocio en Colombia partiendo de la idea de aprovechar los recursos naturales con los que cuenta el territorio nacional. Lo anterior se basa al significativo avance a nivel turístico evidenciado en EAU durante la visita realizada, teniendo en cuenta que la renta generada en Dubai por la explotación de petróleo se ha venido reduciendo a lo largo de los años (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Dubai, 2010) como se evidencia en la *Grafica No.1* tomada del Banco Mundial.



Gráfica 1: Renta por Producción Petrolera EAU, (Banco Mundial, 2017)

Como se contempla, la renta del petróleo presenta una tendencia a la baja durante los últimos años principalmente por la caída en los precios del mismo. En la actualidad el petróleo es el principal rubro del PIB de EAU (Oficina de Información Diplomática - Ministerio de Asuntos Exteriores Unión Europea y Comunicación, 2019) y la visión de los gobernantes de EAU comienza en la

década de los 60 cuando fue inaugurado el aeropuerto de Dubái, esto ha generado que se facilite la llegada de visitantes extranjeros a través de *Fly Emirates* (Fly Emirates, 2019) . En paralelo a esta estrategia, la inversión en infraestructura fue el principal motor de crecimiento para la construcción de este imperio, teniendo que afrontar numerosos desafíos, llevando el desarrollo del sector de la construcción a un nivel muy avanzado con la generación de innovaciones en diferentes construcciones. Este proceso tomó 40 años en sus primeras etapas de desarrollo, potencializando a este país y preparándolo para un futuro sin petróleo, en donde este recurso no sería su fuente principal de ingresos.

Ante este escenario Emiratos Árabes se posicionó como un atractivo turístico de gran valor, logrando atraer a múltiples empresarios interesados en inyectar inversión extranjera (El Correo del Golfo, 2018) y así se dio apertura a diferentes centros de negocio y comercio importante con numerosos países a nivel mundial.

La idea que dio origen a este imperio siempre estuvo enfocada en el máximo aprovechamiento de recursos naturales. Con base en lo anterior y entendiendo que Colombia es un país reconocido a nivel mundial por su exuberante belleza ecológica y su diversidad tanto natural como cultural (Colciencias, 2016) (Ministerio de Industria y Comercio de Colombia, 2010), hace que sea un atractivo para extranjeros y residentes. Colombia es privilegiado por contar con una imponente variedad de recursos naturales y un sin número de ecosistemas, desde selvas hasta desiertos, desde páramos hasta vastas llanuras, lo anterior permite abrir un abanico de opciones de negocio para aprovechar esta condición natural de la geografía colombiana.

Partiendo no desde la visión en la explotación y el aprovechamiento de hidrocarburos, sino del desarrollo en materia turística de los diferentes ecosistemas del país, surge la idea de un proyecto que brinde la posibilidad de acceder a través de una Aplicación Móvil (*APP*) (P., 2012) a diferentes servicios turísticos en materia ecológica de una manera fácil, amigable y diferente a lo tradicional.

1.2 Pregunta problema

¿Puede una aplicación móvil, como modelo de negocio, incentivar el ecoturismo en Colombia? Es por ello que en este documento planteamos los siguientes objetivos.

1.3 Objetivo general

Evaluar la viabilidad, rentabilidad y autosostenibilidad financiera con el desarrollo del ecoturismo en Colombia mediante la implementación de un aplicativo móvil.

1.3.1 Objetivos específicos

- Desarrollar un texto académico acerca del turismo en Colombia y Dubai en relación con su desarrollo económico.
- Indagar acerca de la accesibilidad de los PNN en Colombia en materia turística.
- Desarrollar el prototipado de un modelo para la implementación de una aplicación de dispositivo móvil que permita a los usuarios acceder a paquetes turísticos exclusivos en los PNN de Colombia.

2 Marco teórico

2.1 Diagnostico estratégico

2.1.1 Análisis del entorno

Para el desarrollo de este proyecto se visualiza una oportunidad de mercado en el sector turístico teniendo en cuenta que Colombia es un país que si bien es cierto tiene un potencial inmenso en turismo por su ecología (Ruiz, 2014), ubicación estratégica continental y biodiversidad, presenta una reducida influencia e impacto en este sector de la economía. Colombia se destaca por ser el segundo país suramericano con mayor diversidad ecológica, gracias a que es atravesada por la cordillera de los Andes lo cual hace que este país presente una variedad climática desde un frío Páramo hasta un cálido clima desértico en cada región, desde el sur limitando con Brasil y Ecuador cuenta con exuberantes selvas tropicales en el Amazonas bañado por uno de los ríos más grandes del planeta con el mismo nombre. (Dpto Admin de Ciencia Tecnología e Innovación Colciencias, 2016) al norte de esta selva se encuentra la sabana de los llanos orientales donde cambia por completo el ecosistema del sur de Colombia, los llanos están rodeados por pequeños bosques, amplias llanuras y ríos, al occidente se encuentra el macizo colombiano limitando con la cordillera oriental que separa el pacífico colombiano donde cada año se avista el paso de las ballenas jorobadas por las islas Gorgona, el eje cafetero muy representativo a nivel mundial, sus distintos nevados, su exuberante vegetación, sus mares y desiertos, sus festivales y carnavales hacen de Colombia un destino turístico diverso, intrigante y aventurero.

2.2 Análisis por sectores

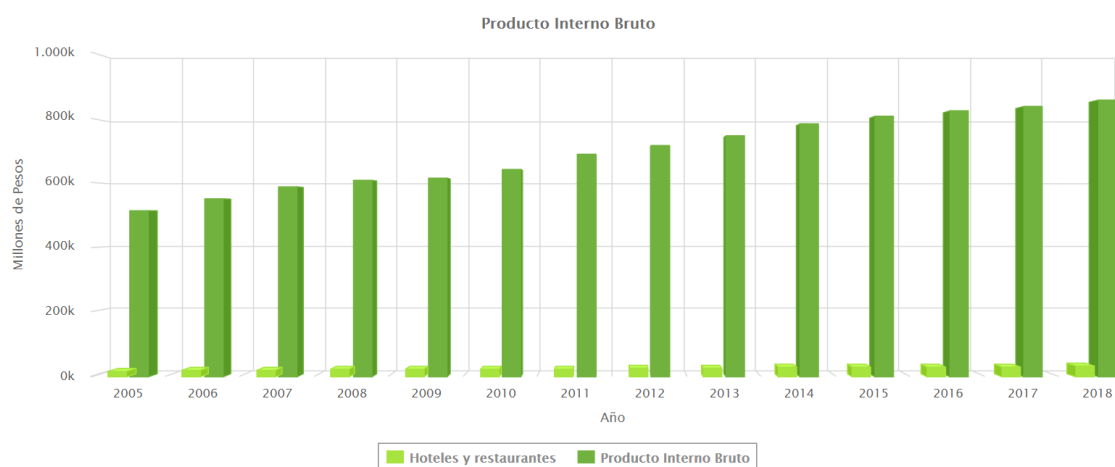
2.2.1 Sector económico

En Colombia se observa una desaceleración económica, con un crecimiento del PIB del 2% comparado con 4.5% entre 2009 y 2015, lo anterior hace ver que crear una empresa es cada vez más complejo, razón por la cual se debe pensar en que la innovación y las nuevas tecnologías deben estar a la vanguardia de los competidores inmediatos. En la actualidad se vislumbra que

Colombia aún continúa dependiendo en gran medida de sectores como el de hidrocarburos y el carbón (DANE, 2019) que a pesar de que la inversión extranjera se ha visto reducida en gran medida por la caída del precio del barril de petróleo (DANE, 2019), también las condiciones para la explotación han sido complicadas generándose daños irreparables al ecosistema (Charry-Ocampo & Perez, 2017) y los costos adicionales en los que se pudiera incurrir la nación serían incalculables.

Sin embargo, en el contexto económico actual (BANCO MUNDIAL, 2019), el país en temas de imagen ha venido ganando terreno por la firma del acuerdo de paz, impulsado no solo por la campaña del gobierno anterior, sino también por el aumento del número de visitantes que han ingresado a los distintos lugares de Colombia (Centro de Informacion Turistica de Colombia, 2019).

Desde el 2015 hasta el 2017, el promedio de aporte al PIB por el sector de hoteles y restaurantes es de 2.84%. Si bien es cierto que el turismo se ha vuelto el sector más prometedor, en la gráfica 1 se presenta el aporte de hoteles y restaurantes al total del PIB durante los últimos 12 años

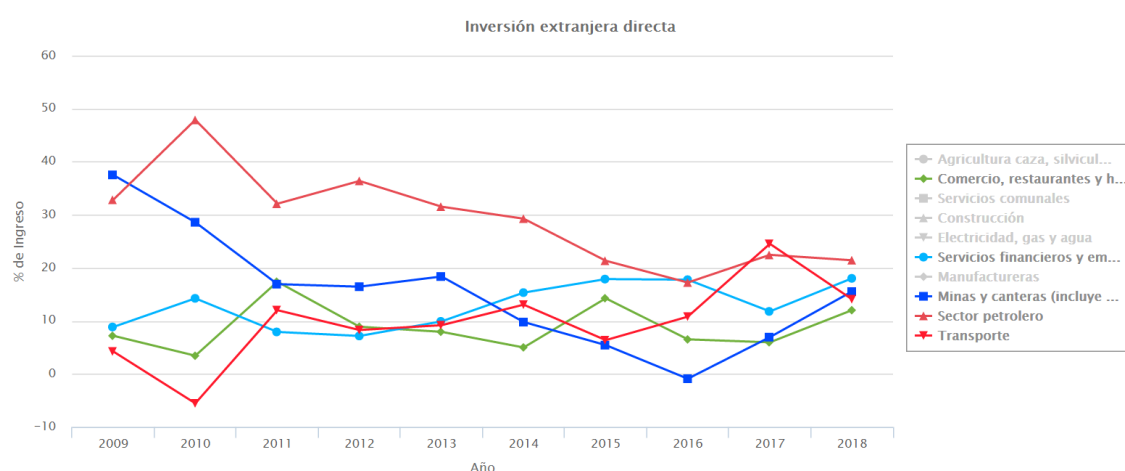


Gráfica 2: Aporte del sector de hoteles y restaurantes al PIB, (Centro de Informacion Turistica de Colombia (CITUR), 2019)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hoteles y restaurantes	18.155	19.579	21.155	22.014	22.651	23.793	24.755	25.687	27.317	28.679	29.861	31.030	31.698	32.903,75
Producto Interno Bruto	514.252	549.116	586.723	605.833	613.136	639.792	686.897	713.708	746.301	781.589	804.691	820.485	835.166	854.721,25

Tabla 1: Aporte del sector de hoteles y restaurantes al PIB, (Centro de Informacion Turistica de Colombia (CITUR), 2019)

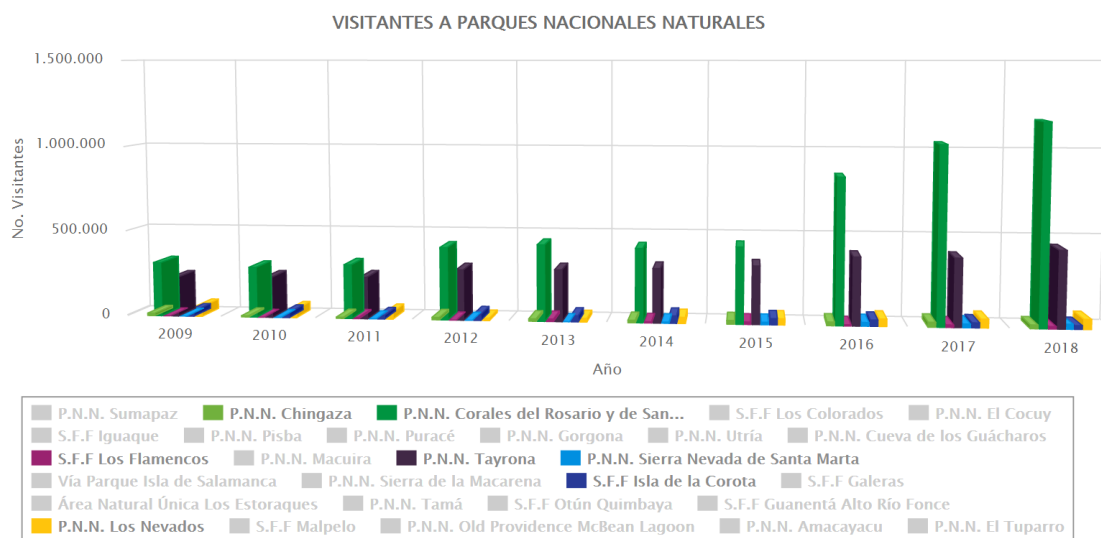
Por otra parte, la inversión extranjera se consolida como una fuente de recursos para financiar el crecimiento económico de Colombia. Esta inversión lleva consigo un tema de generación de empleo, de innovación tecnológica, mayor promoción en investigación y desarrollo y finalmente ello permite acceso a mercados internacionales.



Gráfica 3: Sectores que aportan más a la inversión extranjera directa al país, (Centro de Información Turística de Colombia - CITUR, 2019)

Con respecto a la proyección para el año 2019, el escenario es favorable (Banco de la Republica (BANREP), 2019), los expertos plantean un crecimiento del PIB en 2 puntos porcentuales.

En cuanto al turismo ecológico el sistema de parques nacionales con el que cuenta Colombia es un atractivo que abre una oportunidad de crecimiento económico teniendo en cuenta que con los procesos de negociación con grupos armados, ahora es posible ingresar a zonas que anteriormente no habían sido exploradas por ocupación y como lo menciona el Ministerio de Comercio Industria y Turismo “Colombia es uno de los países más ricos en diversidad biológica y cultural en el mundo” lo anterior teniendo en cuenta que esa diversidad se divide en 59 áreas naturales que hacen parte del Sistema de Parques Nacionales Naturales, los cuales abarcan 14'268.224 hectáreas (142,682 km²) de la superficie nacional (marinas y terrestres), donde 11,27% constituye el área continental y 1,5% el área marina. 26 de estas áreas tienen presencia de comunidades indígenas y afrodescendientes. (Centro de Información Turística CITUR Parques Naturales, 2018)



Gráfica 4: Parques Naturales Colombianos con Mayor Participación Visitas, (Centro de Información Turística de Colombia - CITUR, 2019)

2.3 Sector social

a. Crecimiento poblacional local

Es necesario comenzar este proceso con el análisis del crecimiento poblacional local para determinar parte del cliente objetivo, con el fin de reconocer el impacto potencial del turista local. Colombia en el 2017 contaba con 49.291.609 de habitantes y para el año 2018 se proyectó un crecimiento de 1.09% llegando así a un 49.834.240, este indicador abre no solamente la oportunidad de abarcar más mercado local, sino también contar con mayor cantidad de aliados en el proyecto.



Crecimiento Poblacional y Proyección Colombia

Año	2007	2009	2011	2013	2015	2017	2018	2019	2020
Total Población	43.926.929	44.978.832	46.044.601	47.121.089	48.203.405	49.291.609	49.834.240	50.374.478	50.911.747
%de Crecimiento		1,17%	1,16%	1,14%	1,12%	1,10%	1,09%	1,07%	1,06%

Tabla 2. Proyecciones de Población Total Periodo 2007-2020, (DANE, 2018)

b. Crecimiento de Visitantes extranjeros a Colombia

Si bien Colombia está enmarcada por un pasado de conflicto y narcotráfico, en el 2018 se evidencia un aumento de ingreso de extranjeros con el fin de

conocer Colombia, que pasó de 6.123.921 extranjeros en el 2017 a un total de 6.800.440 para el 2018, representando un incremento porcentual del 5,22%. Esto representa un mayor interés por el turismo en Colombia, con un 73,7% de extranjeros que ingresaron al país para actividades de turismo (Centro de Información Turística de Colombia (CITUR), 2019). Las ciudades que mayor cantidad de visitantes recibieron en el 2018 fueron Bogotá (4.461.059) Antioquia (868.966) y Valle del Cauca (514.732). Lo anterior ofrece un panorama bastante positivo teniendo en cuenta que el objeto de negocio se ajusta precisamente con la situación turística de Colombia en donde se denota una importante afluencia de Extranjeros con un razonable índice de crecimiento.



Gráfica 5: Llegada de Visitantes Extranjeros, (Centro de Información Turística de Colombia - CITUR, 2019)

DEPARTAMENTO	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
BOGOTÁ D. C.	1.711.809	1.895.101	1.772.645	2.551.406	2.964.959	3.334.110	3.675.120	3.800.839	4.078.369	4.461.059
ANTIOQUIA	357.058	401.023	317.647	450.470	519.255	584.002	652.938	770.326	777.993	868.966
VALLE DEL CAUCA	270.399	297.106	231.397	330.859	362.580	399.484	429.009	468.841	466.501	514.732
BOLÍVAR	150.565	160.929	109.667	174.916	197.324	222.088	261.067	327.164	361.824	484.172
ATLÁNTICO	96.806	115.653	80.124	111.892	118.013	122.828	134.694	153.454	151.720	162.361
RISARALDA	69.978	74.299	55.086	70.787	79.415	86.220	89.636	100.925	96.385	111.674
SANTANDER	27.805	32.599	25.943	37.513	40.023	41.739	44.679	36.480	41.183	46.380
ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA	29.208	29.316	20.361	34.089	29.078	48.556	46.968	58.530	52.616	45.594
QUINDÍO	7.869	19.336	18.308	27.110	27.220	25.640	27.687	43.698	43.201	40.852
RESTO DEL PAÍS	30.058	29.607	29.047	46.756	48.269	52.218	56.053	59.380	54.129	64.650
TOTAL GENERAL	2.751.555	3.054.969	2.660.225	3.835.798	4.386.136	4.916.885	5.417.851	5.819.637	6.123.921	6.800.440
VARIACION % ANUAL	-	11,03%	-12,92%	44,19%	14,35%	12,10%	10,19%	7,42%	5,23%	11,05%

Tabla 3: Llegada de Visitantes Extranjeros (Centro de Información Turística de Colombia - CITUR, 2019)

2.4 Sector tecnológico

Si bien es cierto que actualmente estamos hablando de tecnología para la co-creación de valor entre consumidores y empresas, es fundamental reconocer que en el sector de turismo, la tecnología debe ser parte del know how de cada uno de los participantes de la industria. Pero en Colombia ocurre algo, no solo en turismo sino en muchos otros sectores y como se comenta en el siguiente artículo de opinión “En Colombia pareciera haberse estancado en términos de innovación y transformación digital, algo que comparte con muchos otros renglones de la economía acá y a nivel global.” (El Espectador, 2017)

Si revisamos dentro de la oferta turística, se puede determinar que existe una necesidad de utilizar la tecnología dentro de su propuesta de valor, sin embargo, teniendo en cuenta que el “analfabetismo tecnológico” (Marin, 2002) no es solamente de las empresas sino de las personas que tienen miedo de aprender o de utilizar tecnología, hablamos que hay una limitante en el país sobre un tema de confianza

“Klososky es un abanderado del mundo digital que sin embargo, advierte que tecnificar en exceso la industria del turismo puede ser perjudicial, pues puede ir en contra de la confianza de los clientes, quienes pueden que aún no se

sientan del todo seguros de comprar algo en lo cual no hay contacto humano.”
(El Espectador, 2017)

Y es que en turismo ya no solo se compite con hoteles, hostales o alojamientos propios de las empresas, han surgido iniciativas como airbnb.com que tiene la misma modalidad que Uber o Zipcar en donde no hay propiedad física sino a través del diseño de un nuevo modelo de negocio, permite generar mayores utilidades sin ninguna infraestructura física. (Taylor and Francis Online, 2013)

Los retos y oportunidades en estos temas están enfocados a la automatización y en que “diferentes participantes de viajes han asumido el desafío en línea con dinamismo, lo que lleva a la revitalización. Las plataformas en línea han generado nuevos canales de turismo, y han llegado para quedarse. Todas las compañías, aunque algunas son más rápidas que otras, se han incorporado en línea como una estrategia además de sus canales tradicionales; No desplazándolos, sino como complemento. Ahora, la mayoría de los participantes en viajes en Colombia pueden afirmar que son multicanal” (Euromonitor International, 2017)

2.5 Sector ambiental

Con respecto al sector ambiental, se puede decir que actualmente hay bastantes vertientes globales que permiten enfocarse en un consumo sostenible, consciente y responsable.

Dentro de las iniciativas, cuando se habla de consumo colaborativo en un país como Colombia, es fundamental reconocer que tenemos oportunidades importantes (COLCIENCIAS, 2016). Si bien es cierto que reconocemos el impacto que tenemos como consumidores en un entorno que cada día empeora pero en donde las prácticas ambientalmente responsables aparecen, es indispensable reconocer el potencial de los negocios de energías renovables o ligados a la cultura verde. (Aldana, 2008)

El consumo colaborativo y la economía colaborativa están adquiriendo cada vez más sectores de la sociedad y de la economía, donde el entorno comienza a generar comunidades para compartir servicios o bienes materiales que para ellos son más atractivos intercambiarlos que poseerlos. De acuerdo con una investigación realizada por el estudiante D. Álvaro Alonso Peláez de la Facultad de ciencias económicas y empresariales de la Universidad de León (Alonso Peláez, 2014), existen 4 factores impulsores del consumo colaborativo, los cuales se presentan a continuación:

- Económicos – debido a la crisis económica global, la escasez de recursos económicos disponibles y la mentalidad de los consumidores respecto a su economía doméstica.
- Socio-culturales – el principal factor es el cambio de mentalidad, pasando de ser una sociedad individualista, a tener una mayor sensación de comunidad y cooperación entre personas. (Rogers, 2010)
- Medioambientales – debido a la concientización respecto a la conservación del medioambiente, y a los principios de Reciclar, Reducir y Reutilizar.
- Tecnológicos – el gran desarrollo de las nuevas tecnologías, que facilitan el progreso del Consumo Colaborativo a través de estas.

2.6 Indicadores que justifiquen la propuesta

Dentro de los indicadores que justifiquen la propuesta teniendo en cuenta el análisis de macro entorno, se encuentran los siguientes diferenciadores:

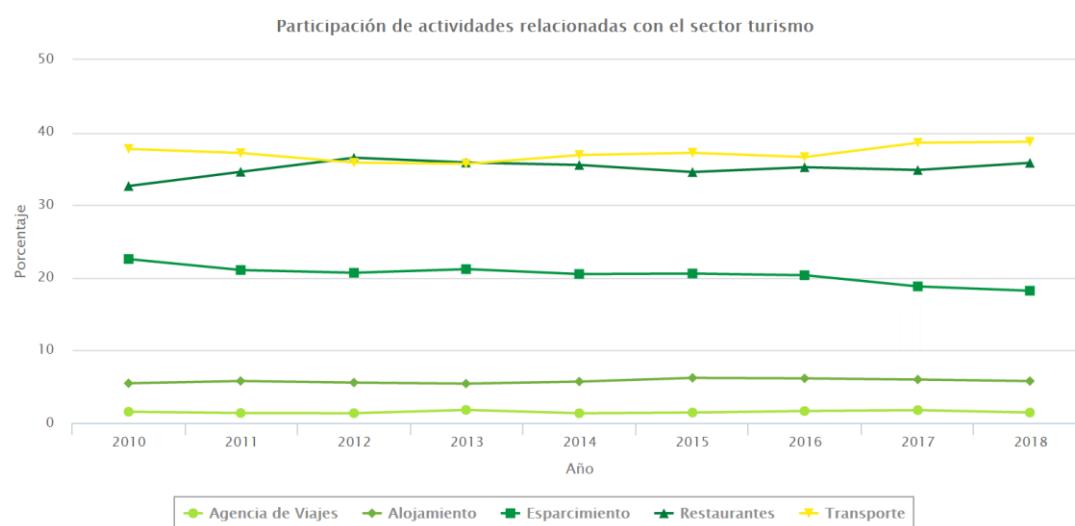
- El sector de turismo ha venido creciendo, aportando un valor importante al PIB y con una buena inversión extranjera.
- Existe una normativa clara y segura para todos los participantes del sector de turismo.
- El post-conflicto como elemento clave para el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio en temas turísticos.

- Aunque existen limitantes tecnológicas, deben fomentarse nuevos canales y nuevos modelos de negocio para el sector turístico.
- Turismo sostenible como parte de la oferta de Colombia.

2.7 Viabilidad del proyecto

2.7.1 Visión global del sector

Hablando del sector de turismo se puede decir que es un sector que tiene toda la importancia del caso y tiene un potencial bastante acogedor. En este caso, refiriéndonos a la visión global, es fundamental reconocer que dentro del mismo sector de turismo, se divide en subgrupos los cuales son:



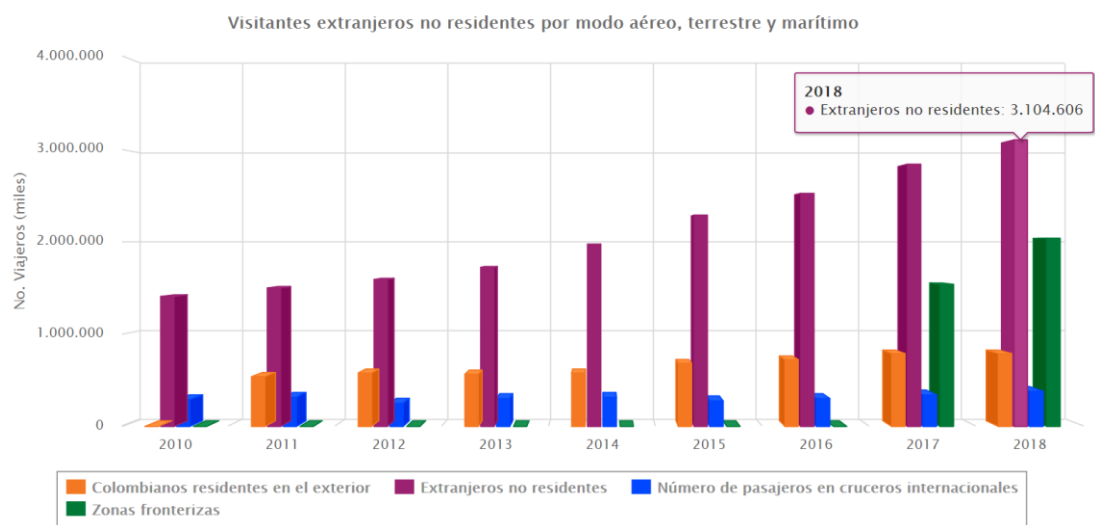
Gráfica 6: Cantidad ocupada en turismo según categorías, (CITUR - Centro de Información Turística de Colombia, 2018)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Agencia de Viajes	1.56%	1.38%	1.36%	1.81%	1.35%	1.45%	1.66%	1.78%	1.45%
Alojamiento	5.48%	5.79%	5.57%	5.43%	5.71%	6.22%	6.15%	5.99%	5.78%
Esparcimiento	22.57%	21.06%	20.69%	21.19%	20.51%	20.58%	20.35%	18.81%	18.21%
Restaurantes	32.64%	34.6%	36.53%	35.87%	35.53%	34.56%	35.22%	34.84%	35.83%
Transporte	37.74%	37.17%	35.85%	35.7%	36.9%	37.2%	36.62%	38.59%	38.73%
Total General	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 4: Cantidad ocupada en turismo según categorías, (CITUR - Centro de Información Turística de Colombia, 2018)

Igualmente, en 2018 el crecimiento de extranjeros visitantes, una vez depurada la información anterior, es supremamente clara el medio por el cual

los extranjeros y colombianos en el exterior están ingresando para conocer el país.



Gráfica 7: Colombia, el segundo país más biodiverso del mundo, (Centro de Información Turística de Colombia -CITUR, 2018)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Colombianos residentes en el exterior	0	546.024	583.609	561.791	583.967	689.280	724.302	793.775	793.459
Extranjeros no residentes	1.404.641	1.496.401	1.591.120	1.726.300	1.967.814	2.288.342	2.528.877	2.837.171	3.104.606
Número de pasajeros en cruceros internacionales	296.049	313.153	254.403	306.694	314.207	272.206	305.820	344.624	378.081
Zonas fronterizas	0	0	0	0	0	0	0	1.536.991	2.042.777
TOTAL GENERAL	1.700.690	2.355.578	2.429.132	2.594.785	2.865.988	3.249.828	3.558.999	5.512.561	6.318.923

Tabla 5: Colombia, el segundo país más biodiverso del mundo, (Centro de Información Turística de Colombia -CITUR, 2018)

Así mismo como se ha visto en puntos anteriores de macro entorno, una de las razones por las cuales las personas visitan Colombia es por un tema de vacaciones, recreo y ocio, seguido por negocios y motivos profesionales. Sin embargo realmente el punto principal y el motivador más grande son por vacaciones.

Dentro de las personas que visitan el país, predomina la población Latinoamericana, sin embargo, dada la importancia de dar un giro al turismo desde la generación de valor de una propuesta de negocio, anclado bajo una dinámica tecnológica es necesario abarcar un segmento de clientes extranjeros no latinoamericanos.

	2014	2015	2016	2017	2018
Argentina	118.368	125.528	135.151	185.891	197.626
Brasil	124.779	137.953	181.852	209.138	196.764
Chile	102.694	110.442	127.271	138.647	143.034
Ecuador	126.744	151.685	167.121	168.998	163.949
México	110.178	147.196	158.975	171.841	181.832
Panamá	46.175	68.920	103.014	110.629	118.000
Perú	122.342	134.286	140.055	140.905	151.363
Venezuela	272.814	305.376	288.212	371.356	398.587
TOTAL GENERAL	1.024.094	1.181.386	1.301.651	1.497.405	1.551.155

Tabla 6: Top 8 de los países de procedencia de los visitantes a Colombia (Solo Latinoamérica), (Centro de Información Turística de Colombia - CITUR, 2018)

	2014	2015	2016	2017	2018
Alemania	46.167	52.797	55.711	63.352	70.443
España	95.322	101.901	104.623	112.637	128.123
Francia	42.153	48.557	55.010	66.947	77.186
Reino Unido	32.230	40.180	45.834	48.942	51.462
Italia	28.154	34.015	33.577	36.387	37.016
TOTAL GENERAL	244.026	277.450	294.755	328.265	364.230

Tabla 7: Top 5 de los países de procedencia de los visitantes a Colombia (Solo Europa), (Centro de Información Turística de Colombia - CITUR, 2018)

Los países anteriormente mencionados, van a ser claves para seguir impulsando a través de marca país una nueva concepción de turismo en Colombia, por medio de la promoción de distintas rutas y lugares a los cuales no se llegaba.

En conclusión y para tener unas bases sólidas sobre el turismo en Colombia, se pueden resaltar las siguientes cifras:

- “El turismo se ha convertido en el primer sector no minero / energético que genera divisas en el país.” (Euromonitor International, 2017)
- Existe una oportunidad importante en que “Los destinos que forman parte de la biodiversidad de Colombia serán redescubiertos a través de los nuevos corredores turísticos y "rutas de paz", en lugares donde antes, las únicas noticias publicadas tenían que ver con los peligros de estos destinos.” (Euromonitor International, 2017)

- Actualmente el gobierno colombiano le está apuntando a la generación de valor y la inversión clave en infraestructura turística luego de ser un país en “paz”.
- El escenario post-conflicto es el factor más importante que impacta el desempeño de las llegadas entrantes en 2017. (Euromonitor International, 2017)
- Se espera que el número de viajes entrantes aumente en una tasa de crecimiento anual compuesto de 3% durante el período de pronóstico, para llegar a 3.1 millones en 2022. (Euromonitor International, 2017)
- Percepción de mayor seguridad para viajar.
- Los destinos promovidos por el consejo nacional de turismo, Procolombia, se dividen en dos fases. La primera fase incluye 12 corredores turísticos, que tendrán prioridad en promoción, y estos son: Paisaje de Café Cultural, Llanos (Llanuras Orientales), Orinoquía, Selva (selva), Golfo de Morrosquillo y Sabana, Pacífico, Nororiental (noreste), Central, Sur (sur), Antioquia y Chocó, Flor del Mar y Caribe. La segunda fase son las cuatro "rutas de paz", que son: Caño Cristales, La Macarena, Sierra Nevada y Urabá. Todo esto se enmarca dentro de un aumento en la percepción de seguridad, la organización de más eventos internacionales y la mejora de la imagen del país. (Euromonitor International, 2017)
- En Colombia se está iniciando el desarrollo del turismo sostenible a través de una oferta turística de mayor valor agregado, sumado a la promoción del respeto por la autenticidad sociocultural de las comunidades que se tienen en el país.

2.8 Análisis competitivo

Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Esta herramienta considera la existencia de cinco fuerzas dentro de una industria:

- Rivalidad entre competidores

En el turismo, la rivalidad entre competidores se asemeja a un trabajo en equipo y a generar valor en el viaje de cada cliente. En este caso, desde la salida al aeropuerto hasta su regreso, el visitante extranjero debe sentir que su experiencia fue única e irrepetible.

Con respecto al tema de turismo ecológico, la competencia más relevante es “Minube”, en el sentido que ofrece actividades de orden turístico, no solo en el territorio nacional, sino que abarca diferentes países, su gran defecto es que presenta un menú de alternativas turísticas muy escaso.

- Amenaza de la entrada de nuevos competidores

Comparando el sector contra opciones de negocio que puedan asimilarse a la propuesta de negocio que ofrecemos, existe una oportunidad puesto que el plan de oferta con el que cuenta el proyecto está dirigido a un sector que no posee grandes competidores sumado a que actualmente el mayor volumen de oferta está dirigido a un turismo comercial.

- Amenaza del ingreso de productos sustitutos

Es considerado un sustituto en Colombia porque actualmente no está siendo coordinado por el Registro Nacional de Turismo, teniendo en cuenta que todos los sitios que prestan servicio de turismo Online o a través de plataformas, no cuentan con un amplio portafolio de opciones en materia de ecoturismo, lo que permite estar en una atractiva posición para suplir esa necesidad.

- Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores van a ser una fuente clave para la generación de valor de la compañía principalmente el Estado, ya que será nuestro principal aliado en términos de infraestructura de los parques naturales adicional las agencias que deseen incorporarse a nuestra propuesta de Ecoturismo Online.

- Poder de negociación de los consumidores

Mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos.

El clasificar estas fuerzas de esta forma permite lograr un mejor análisis del entorno de la empresa o de la industria a la que pertenece y de ese modo poder diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas.

2.9 Marco Teórico Financiero

2.9.1 Flujo de caja

El flujo de caja de una compañía es un modelo que refleja los ingresos y egresos de dinero en un periodo de tiempo, de esta manera es el medio por el cual es posible identificar el comportamiento de las ventas durante el periodo estudiado para evidenciar la rentabilidad de una actividad económica determinada (Pacual, 2009) . Además de lo anterior este método ayuda a la valoración de los activos de la empresa y es un instrumento para estimar las tasas de descuento, procedimiento que fue aplicado en el presente trabajo para cuantificar la rentabilidad y viabilidad del modelo de negocio de NATURAPP.

Según (Rodriguez, 2015) , el flujo de caja revela la información acerca de la capacidad que tiene la compañía para generar dinero, para su realización es necesario tener presentes los siguientes tres aspectos:

- Actividades de operación: Son la mayor fuente de información acerca de los ingresos de la compañía. Estos usualmente se reflejan en el resultado de las ventas del producto o servicio que ofrezca la compañía y son el recurso para realizar inversiones, pagar dividendos o mantener la actividad económica, entre otros. Este es el principal elemento para realizar las proyecciones del flujo de caja buscando estimar el comportamiento de la compañía en un futuro.

- Actividades de inversión: Son recursos captados de manera indirecta de la actividad económica que se realiza. De igual manera, representan ingresos en la compañía que se realizan a partir de cobros de forma separada a la habitual de la actividad económica. Además representa la posición financiera de la compañía en la actualidad
- Actividades de financiación: Representa el capital con el cual se fondea la compañía, así como el punto anterior son movimientos de dinero que no se relacionan de manera directa con la actividad económica de la compañía.

Adicional a que el flujo de caja refleja el uso productivo que se le da a un activo fijo, es necesario considerar la información que dejan ver algunos indicadores como el VPN, TIR, WACC; estos pueden proveer mayor y mejor información adicional a los flujos de caja para evaluar un proyecto (Támara Ayús & Aristizábal Velásquez, 2012).

2.9.2 VPN

El valor presente neto o VPN por sus siglas es otro de los indicadores que permiten medir la viabilidad de un negocio a futuro. Por medio de ese se evalúa la factibilidad de un proyecto en relación a lo que genera en recursos independiente de su estructura financiera (Mavila Hinojoza & Polar Falcon, 2005). Además, por medio del flujo de caja en el que se incluyen las amortizaciones y pagos de intereses es posible estimar el VPN para hacer más precisa la toma de la decisión del financiamiento de un proyecto en un momento cero o crucial, a pesar de ser un método de valoración tradicional (Támara Ayús & Aristizábal Velásquez, 2012).

Esta toma de decisiones puede estar basada en un resultado final del VPN (Támara Ayús & Aristizábal Velásquez, 2012), el cual puede ser positivo negativo o nulo. De estos tres, un resultado positivo puede reflejar confianza en la realización del proyecto dada su factibilidad.

2.9.3 TIR

Al igual que el VPN, la tasa interna de retorno o TIR es un elemento que permite medir la viabilidad de un proyecto de negocio. Además de ser uno de los más utilizados (Mavila Hinojoza & Polar Falcon, 2005), es de los más confiables puesto que revela puntualmente la rentabilidad del mismo.

2.9.4 WACC

Este indicador considera un promedio ponderado entre el costo de oportunidad y la rentabilidad del proyecto (Fernandez, 2011), es el costo del capital que se invierte al negocio para dar inicio y la posibilidad de inversión de los recursos sean financiados o propios. Representa el descuento de flujos para los accionistas y al no ser un costo, muestra las ganancias o pérdidas que puede llegar a recibir un accionista de un proyecto de negocio.

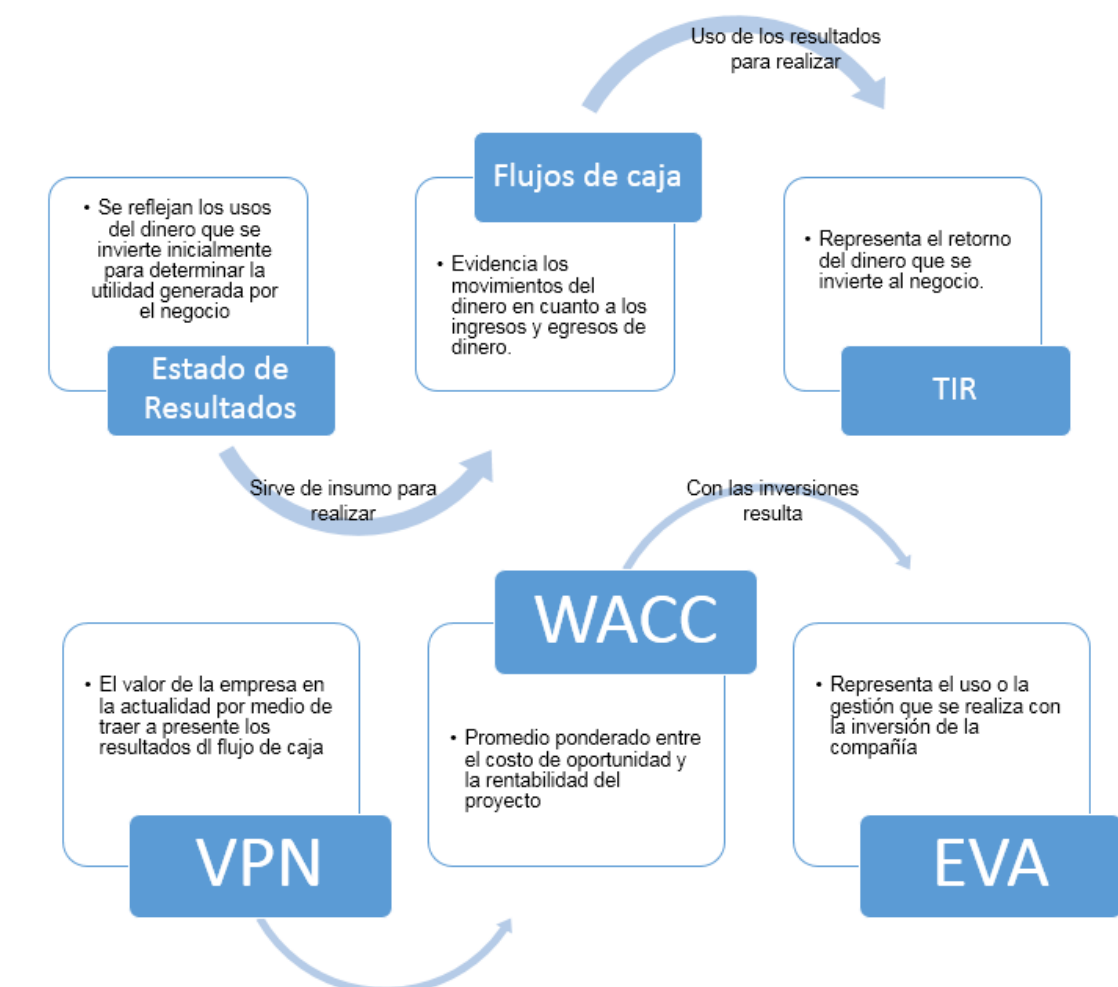
2.9.5 EVA.

Nombrado así por sus siglas en inglés (Valor Económico Agregado), el EVA es un indicador que representa una medida de desempeño financiero de un proyecto de negocio (Echeverry, 2009). Además, puede ser una forma de medir la gestión que realizan los administradores con los recursos de la compañía, esto en caso de aquellas que no cotizan en bolsa. Este indicador puede incrementarse a partir de los incrementos que se vean reflejados en los flujos de caja, de esto también que sea un indicador de corto plazo que favorezca los proyectos que se encuentran en etapa inicial, esto último tras el análisis realizado por Echeverry (2009).

2.9.6 Estados de Resultados

Por último pero no menos importante, el estado de resultados es el método que alimenta la mayoría de los indicadores mencionados anteriormente. Por medio de este procedimiento u accionista puede identificar la rentabilidad de un Proyecto, puesto que resulta útil para el inversionista conocer los montos de dinero a los que podría acceder del proyecto. Estas cantidades siempre en función de los dividendos a los cuales tendrá derecho cada accionista (Mavila Hinojoza & Polar Falcon, 2005). Ahora vale recordar que este compilado de datos involucra directamente las transacciones que realiza la compañía, y las utilidades que resultan de realizar la actividad económica.

A continuación se muestra el mapa conceptual en el que se relacionan cada uno de los conceptos explicados anteriormente, y de cómo se usaron para la elaboración del modelo financiero del presente proyecto.



Gráfica 8: Desarrollo del Modelo Financiero. Autores del proyecto

3 Marco conceptual

3.1 Ecoturismo en Colombia

La ubicación estratégica de Colombia le permite ser uno de los países más ricos en biodiversidad y ecosistemas (COLCIENCIAS, 2016). La variedad de climas permite generar hábitats propicios para preservación y conservación de diversas especies de flora y fauna. Algunas cifras que reflejan lo anterior son las más de 3.000 especies de mariposas (El Tiempo, 2018), un 20% del total de especies de aves del planeta, costas en el Pacífico y el Caribe, el “Pulmón del mundo” comprende un 41% del territorio nacional, la mayor extensión de páramo en el mundo (en los Andes y la Sierra Nevada de Santa Marta) (Intituto Humbolt, 2017), entre otros. Las anteriores son solo algunas de las razones que hacen de Colombia merecedor de pertenecer a la lista de países mega diversos y que con ello se promueva el turismo de extranjeros para conocer estas maravillas.

Ahora bien, dado un reciente proceso de paz los viajeros del mundo han tomado más confianza para acceder a este tipo de turismo y la exploración de diferentes culturas. Aunque esto no implique necesariamente ignorar el contexto social y político en que se emprende un viaje o plan vacacional, pues es necesario conocerlo para saber las precauciones a tomar no solo por el viajero sino por las comunidades que se puedan afectar con la visita.

Con el ecoturismo no solo se espera encontrar una actividad de comodidad y una experiencia personal para el viajero, sino también, incentivar factores de sostenibilidad ecológica y responsabilidad social. Se espera que con la visita no se genere un impacto negativo ni al viajero ni a los anfitriones, por el contrario, ambas partes se enriquezcan con la experiencia.

En este orden de ideas en el marco del ecoturismo existen actividades específicas que realizar y aquí se presentan las más populares y recomendadas:

3.1.1 Avistamiento de flora y fauna

Recalcando en la cifra del inicio en Colombia existen más de 1800 especies diferentes de aves y cada día por medio de la exploración de zonas se encuentran nuevas especies. Cada rincón de este país alberga infinidad de aves que pueden dejar al viajero maravillado, sin embargo es una actividad que requiere tiempo y paciencia. Algunos viajeros dedican un viaje de meses solo para fotografiar algunas especies.

Para ejemplificar algunos de estos recorridos se puede pensar en el Amazonas o Chocó en donde existen diferentes tipos de aves diurnas y nocturnas, por otra parte la región de las cordilleras alberga más de 800 especies de aves para aquellos que no estén tan dispuestos a las inclemencias del tiempo, esta zona al ser la más concurrida del país posee la facilidad de dar hospedaje gracias a su elaborada infraestructura. En esta zona es posible encontrar aves particulares como el cóndor de los Andes, ave representativa del país.

Continuando con el recorrido del país, según el portal de El Colombiano, el Caribe y la Sierra Nevada de Santa Marta cuenta con una selección de 50 tipos de aves que son endémicas de Colombia y de ellas 36 se encuentran en la Sierra Nevada (El Colombiano, 2013). Y por último, los Llanos Orientales abarcan más de 450 especies de aves, aunque es una zona en la que se debe adentrar con cierta precaución desde la entrada a Villavicencio desde la capital del país ya es posible identificar algunas especies, además si se es precavido con los recorridos, la visita a Caño Cristales dejará al viajero asombrado de tanta belleza.

3.1.2 Deportes extremos

Dada la diversidad de ecosistemas y terrenos en Colombia se pueden encontrar lugares eco turísticos en los cuales se pueden realizar actividades extremas que permiten vivir la naturaleza de una manera más experimental. Deportes como rafting, torrentismo, rápel, escalada, espeleología (explorar cuevas), canopy, buceo, parapente, entre otras.

A tan solo 6 horas de la capital del país existe un centro donde se puede encontrar diferentes propuestas de planes turísticos. San Gil es un lugar para

practicar estos deportes en cualquier época del año y a precios asequibles a todo público. Sin embargo, sin importar la zona del país que se visite, en donde se encuentren ríos, montañas, rocas muy grandes, árboles y otros es posible realizar actividades acuáticas, terrestres o aéreas.

Finalizando para aquellos que les gustan el buceo o el surf pueden adentrarse en cualquiera de las costas del país en las que sus corrientes y su riqueza natural permiten una experiencia agradable.

3.1.3 Turismo etnográfico

Esta clase de turismo se enfoca específicamente a la conexión con culturas típicas del país, según la Fundación Codespa, relaciona directamente lo ecológico con el sostenimiento que algunas etnias aún conservan para su contexto (Fundación CODESPA, 2013). Los diferentes tipos de culturas son gran atractivo para los extranjeros que deciden conocer el país. Sus costumbres y sus tradiciones son particularmente llamativas para los viajeros. Sin embargo no se debe desconocer que son culturas originarias del país y deben conservar sus tradiciones y costumbres, es fundamental no interferir con ellas para la preservación de sus ecosistemas y contextos sociales, puesto que su relación con el entorno y la biodiversidad puede llegar a ser íntimamente religiosa.

3.2 Mercado competitivo

3.2.1 Apps de turismo

En el marco de presentar una propuesta de negocio en relación a una aplicación de ecoturismo, es necesario reconocer el mercado potencial al que se ve enfrentada en relación con la posible competencia. Es por esta razón que se ha realizado una recolección de las principales aplicaciones móviles de turismo que se encuentran en el mercado (ElPais, 2018), y estas son algunas de las aplicaciones relacionadas con el turismo a nivel mundial.

- a. Minube: De las aplicaciones más relevantes en materia de turismo, pues permite viajar y planea la visita a cualquier ciudad o país seleccionando actividades que allí se destacan (MiNube, 2018).

- b. El tiempo.es: Lugar en el cual se puede consultar la información climatológica del lugar a donde se viaja, además de que se cuenta en español.
- c. TouristEye: Un archivo general en donde se puede organizar y archivar las experiencias de los viajes que se realizan, adicionalmente puede almacenar los comentarios y puntuaciones de usuarios. No es estrictamente necesario encontrarse online para consultarla.
- d. Copilot GPS: La información de ubicaciones de hoteles, restaurantes y otros sitios de interés lo cataloga como uno de los navegadores GPS más popular. Al igual que la aplicación anterior, esta no consume datos móviles.
- e. Google Translate: De las más usadas por viajeros que visitan un lugar del cual no conocen su lengua nativa. Posee más de 65 idiomas registrados además de los alfabetos y la posibilidad de un software de voz que favorece la pronunciación.
- f. Skyscanner: El buscador de vuelos, hoteles y coches de alquiler más avanzado de la red también para Android. Más de 1.000.000 de rutas analizadas en cada petición, a través de 1.000 compañías aéreas incluidas las de bajo coste. Imprescindible como app móvil en cualquier terminal. Multi-chats para individuales o grupos y todo a coste cero (HOSTELTUR, 2012).
- g. 700-City MapsConvertme: Una de las mejores ayudas para el viajero pues facilita la conversión de unidades de medidas tales como tallas de ropa, monedas, distancias, etc. Además tiene un compendio de mapas que señala los sitios de interés para el viajero tales como restaurantes, cajeros, consulados, etc. Permite la ubicación en cualquier lugar sin necesidad de datos móviles.
- h. Writing KitWeFi: Similar a la aplicación TouristEye permite consolidar notas, ideas y reflexiones que el viajero necesite en su recorrido. Es una herramienta de consulta en cualquier lugar del mundo, aunque usa datos móviles, administra el uso de ellos así como las redes wifi, incluso cuenta con un servicio de soporte que se nutre a partir de la comunidad de quienes postean sus experiencias.

Como se puede evidenciar ninguna de las aplicaciones anteriormente nombradas y descritas relaciona actividades eco turísticas específicamente. Es por esta razón que la propuesta que se presenta en este documento podría seguramente no tener competencia directa alguna. Salvo aplicaciones como Minube o Skyscanner que son aplicaciones que podrían incluir información acerca de los parques nacionales naturales de Colombia. Sin embargo al parecer presentan dos dificultades bien marcadas. La aplicación MiNube muestra planes culturales del mundo entero, cualquier ciudad o país, sin embargo, dado su afán de buscar cobertura no se puntualiza en actividades específicas que realizar o deja muchas posibles por fuera. Para el ejemplo, al usar la aplicación en la ciudad de Bogotá se muestran solo 3 o 4 actividades y ninguna de ellas hace relación a algún parque nacional natural.

La segunda podría suplir la escasez de la primera teniendo en cuenta que su base de datos puede ser alimentada por los usuarios que hayan visitado algún lugar y decidan puntuarlo y compartirlo. De esto la principal dificultad es que no conocerían inicialmente algún parque si no ha ido alguien con anterioridad y decida compartirlo, además de la dificultad de que algunos están fuera de servicio al público por ser reservas o estar en mantenimiento.

En conclusión, es evidente la utilidad de las aplicaciones mostradas anteriormente, sin embargo ninguna de estas brinda los servicios que se esperan ofrecer con el presente proyecto.

3.2.2 Desarrollo de las TICs en Colombia

Es más que evidente el avance de la tecnología y como esta apoya procesos educativos, económicos, financieros, etc., a nivel mundial. Es por esta razón que el uso de las TICs puede ser una herramienta favorable en una posible propuesta de negocio.

Ahora citando a Di Iorio y Mandel (2016), quienes reconocen un auge en la economía de las aplicaciones en favor de los trabajos, empresas y el crecimiento económico que se da por la producción y distribución de las aplicaciones móviles; se espera hacer un aprovechamiento de esta oportunidad de mercado para promover el presente proyecto.

En los últimos años se ha evidenciado un crecimiento en el uso de las aplicaciones móviles en Colombia del 3,1% (Ionno & Mandel, 2016), esto se cree, se debe a que el gobierno prioriza la inclusión digital en función de una posible fuente exportadora de apps.

Tabla 1: Tasas de penetración móvil de Colombia				
	Suscripciones de telefonía móvil (en millones)	Tasas de penetración de teléfonos móviles	Conexión móvil de banda ancha (en millones)	% de conexiones de Smartphones
2010	42,0	92,2%	1,0	2,1%
2011	45,3	98,5%	2,2	4,8%
2012	46,8	100,6%	3,0	6,4%
2013	46,4	98,4%	3,4	7,3%
2014	51,6	108,3%	4,8	10,1%
2015	56,1	116,5%	5,4	11,2%

Fuente: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia^{5,6}

Tabla 8: Tasas de penetración móvil en Colombia, (Ionno & Mandel, 2016)

En la anterior tabla muestra como en menos de una década la penetración de las tecnologías móviles se ha expandido en Colombia. Además, esto ha potenciado un crecimiento en los desarrolladores de aplicaciones lo cual impulsa el empleo y en consecuencia la economía del país.

3.3 Parques Nacionales Naturales

A continuación, se presentará la información detallada de los Parques Nacionales Naturales presentes en el territorio nacional, a disposición de la comunidad turística. Aun cuando son 59 lugares protegidos bajo el sello de Parque Nacional Natural, no todos se encuentran abiertos al público dada su calidad de reserva natural o espacio protegido. La información contenida aquí es referida del portal de Parques Nacionales Naturales de Colombia, (Minambiente, 2018).

3.3.1 Región Amazonía.

- a. PNN Alto Fragua Indi Wasi: Este parque se encuentra compartido entre el municipio de San José del Fragua y Belén de los Andaquíes. Presenta un clima entre húmedo y frío en medio de la cordillera oriental en la que se puede encontrar territorio ancestral del pueblo ingano y el resguardo Nasa de la Esperanza. Perteneciente al departamento de Caquetá una de las actividades posibles a realizar es endemismo

- b. PNN Amacayacu: Si se encuentra en busca del avistamiento de aves este es el sitio. Más de la mitad de las 1889 especies de aves de todo el país habitan esta zona, además de ser uno de los destinos más interesantes para aquellos que disfrutan de la biodiversidad. Adicionalmente existe la posibilidad de alojarse en el sitio y realizar otras actividades que permitan acercarse a la riqueza del “pulmón del planeta”. Ubicado en el departamento del Amazonas
- c. PNN Cahuinari: Espacio con zona de Bosque Húmedo Tropical prácticamente original, es decir sin afectación humana. La vegetación del sitio permite reconocer gran diversidad de flores y bosque que permiten el avistamiento de diversidad de fauna dada la oferta de alimentos. Departamento del Amazonas
- d. PNN La Paya: Se localiza en uno los nacimientos de agua, bosques y ecosistemas que poco se ven en el departamento del Putumayo. Su nombre se debe a la laguna La Apaya que es un humedal de 3000 hectáreas de extensión y se cree que se formó bajo la necesidad de preservar este lugar. Ubicado en el departamento del Putumayo.
- e. PNN Rio Puré: Este parque se encuentra situado en medio de los ríos Caquetá y Putumayo, y comprende la totalidad del río Puré. Se clasifica en 4 formaciones importantes (La Pedreda, Pebas, Amazonas y Terrazas y llanuras), las cuales representan lugares donde se evidencian diferentes formaciones rocosas, afloramientos en caños con gran contenido de vitaminas que permiten a los animales una alimentación balanceada y por último la riqueza que ofrecen los ríos cuya topografía somete al terreno a periodos de inundación que construyen terrazas de arena fina. Predomina en el departamento del Amazonas
- f. PNN Serranía de Chiribiquete: Espacio en el que se puede encontrar variedad de arte rupestre del continente americano dada la cantidad de

culturas de las comunidades asentadas allí. Representa un aporte importante para la preservación de la biodiversidad y los ecosistemas naturales contenida en los paisajes guyaneses y amazónicos de gran variedad de hábitats diferentes para la fauna allí presente. Este parque presenta una gran riqueza endémica que permite una alta diversidad biológica y se encuentra en el departamento de Caquetá Guaviare

3.3.2 Región Andina.

- a. PNN Catatumbo – Bari: El Parque presenta un jardín poblado de orquídeas, bromelias, bejucos y heliconias de flores exóticas y colores brillantes, además de diferentes tipos y agrupaciones de familias de árboles que cubren el sistema de cadenas montañosas en las cuales se evidencian pendientes abruptas y colinas angostas. Existen sistemas de bosque higrofítico tropical y bosque higrofítico subandino que pueden alcanzar entre 45 y 60 metros de altura. Departamento de Norte de Santander
- b. PNN Las Orquídeas: Parque con gran diversidad de ecosistemas, entre ellos el bosque andino y subandino, selva húmeda tropical y una porción de paramo gracias al Morro Pelado. Es el lugar perfecto para avistar más de 200 especies diferentes de orquídeas que se favorecen del amplio rango de pisos térmicos que oscilan entre los 350 y 400 metros de altura. Es posible también identificar especies típicas de la zona tales como el mono aullador, el titi, el marimonda chocoano, el águila crestada y el oso de anteojos, además de diferentes especies de aves. Predomina en el departamento de Antioquia
- c. PNN Los Nevados: Como su nombre lo indica está conformado por el Nevado del Ruiz, el Nevado Santa Isabel y el Nevado del Tolima. Es principalmente reconocido por los amantes del montañismo dado la belleza de sus paisajes. En cuanto a la fauna del lugar se pueden identificar ejemplares de tapir andino y oso de anteojos, además de ser el hábitat del Cóndor de los Andes (ave representativa de la República

de Colombia) y otras 27 especies endémicas de Colombia.
Departamento Caldas Risaralda Tolima Quindío

- d. PNN Selva de Florencia: Este importante lugar se encuentra en una de las zonas más lluviosas de todo el país entre el municipio de Samaná y Pensilvania. Su variedad de ecosistemas albergan elementos típicos biológicos andino, de selva húmeda tropical y abundante riqueza hídrica que desemboca en el río Magdalena. Causa de esta última es que se clasifica como área protegida dado que alberga la mayor cantidad de especies de ranas del país. Representa una gran posibilidad de realizar endemismo y está ubicado en el departamento de Caldas
- e. PNN Serranía de los Yariguies: Representa la cadena montañosa más alta de la cordillera oriental de Colombia, además de contar con una zona boscosa en donde desembocan los ríos Suarez, Sogamoso y Opón. Esta extensión hidrográfica alimenta los humedales del Magdalena Medio y el parque se encuentra ubicado en el departamento de Santander

3.3.3 Región Caribe.

- a. PNN Los Corales del Rosario y San Bernardo: Parque que se encuentra ubicado en la costa Caribe de Colombia, comprende una amplia zona marina frente a las costas de los departamentos de Bolívar y Sucre, ocupando un área aproximada de 120.000 hectáreas en la jurisdicción del Distrito Turístico y Cultural (D.T. y C.) de Cartagena de Indias. Abarca la extensión en el Territorio Insular.
- b. PNN Macuira: Es único debido a la presencia de montañas y bosques que contrastan con la geografía desértica de la zona. Puedes encontrar micos, tigrillos, venados, gato pardo, culebras, aves y más de 350 variedad de plantas, con capacidad de almacenar agua. Esto hace mucho más llamativo el bosque al capturar agua a partir de la niebla y se encuentra ubicado en el departamento de la Guajira

- c. PNN Old Providence MC Bean Lagoon: Famoso por ser conocido como el mar de los siete colores, este parque se caracteriza por tener la segunda barrera de coral más grande del caribe, además del manglar de MC Bean. Se destaca el territorio insular en la localización del parque
- d. PNN Sierra Nevada de Santa Marta: Sistema montañoso con dos picos de 5.775 metros de altura aproximadamente. Se encuentra como nacimiento del PNN Tayrona y es atractivo dada la variedad de ecosistemas y elevaciones tan cerca del mar. Se encuentra en el departamento del Cesar Guajira Magdalena
- e. PNN Parque Tayrona: Llamado así por los indígenas que habitaron a zona, las playas y el mar azul de este lugar es uno de los destinos turísticos más famosos del país dada la gran cantidad de ecosistemas de manglares, corales, matorrales, bosques y praderas de algas. En este lugar es posible avistar alrededor de 770 especies de plantas, 300 tipos de aves y 1000 especies marinas. El lugar perfecto para ecoturismo en el departamento de Magdalena
- f. PNN Bahía Portete- Kaurrele: El último resguardo en la lista de los 59 en ser cobijado por el título de PNN esto debido a su riqueza en praderas de pastos marinos, formaciones coralinas, manglares, playas y litoral rocoso, entre otros. Se encuentra al norte de la península de la Guajira

3.3.4 Región Orinoquía.

- a. PNN EL Tuparro: En cuestiones de paisaje es posible destacar los raudales y las playas doradas, que en una sabana verde rodeada por grandes ríos generan caños de aguas cristalinas. En este lugar existen alrededor de 320 especies de aves y su ubicación es el departamento de Vichada

- b. PNN Tinigua: Lugar donde se encuentran 4 cuencas hidrográficas importantes río Guayabero, río Guaduas, río Perdido y el río Duda y que conforman el río Guaviare. Se encuentra en el departamento de Meta y hace parte del El Área de Manejo Especial La Macarena (AMEM)

3.3.5 Región Pacífico.

- a. PNN Doña Juana Cascabel: Lugar que posee extensos ecosistemas de paramos, lagunas, densas selvas y cascadas conocidas como El Cascabel. Conjunto de volcanes como Doña Juana, Animas y Petacas y las cuencas hidrográficas estratégicas proveen diversidad de paisajes y culturas. Se encuentra ubicado en el departamento de Nariño.
- b. PNN Gorgona: A 35 km al oeste de la costa pacífica colombiana, se encuentra la isla de Gorgona y Gorgonilla, las cuales comprenden un Parque Nacional Natural debido a la riqueza de un ecosistema conformado por la densa selva tropical y las profundas aguas del pacífico. También llamada “Isla Ciencia”, en Gorgona se recoge información importante para que la comunidad científica pueda entender estos ecosistemas y saber cómo protegerlos. Las aguas que rodean la isla son uno de los sitios de apareamiento y crianza de la ballena jorobada. Se encuentra ubicada en el territorio Insular
- c. PNN Los Farallones de Cali: Extensión montañosa y rocosa de picos en una llanura entre los ríos Cauca y Pacífico. En este lugar se conservan alrededor de 540 especies de aves y existen más de 30 nacimientos de ríos. Además, es el hogar de algunas especies en peligro de extinción como el cóndor de los andes y se encuentra en el departamento del Valle del Cauca
- d. PNN Munchique: Espacio que se destaca por su biodiversidad y endemismo, que permiten dar refugio a gran variedad de aves, en

especial los colibríes; todo esto gracias a las selvas andinas y subandinas que conforman el parque. Se encuentra situado en el departamento del Cauca.

- e. PNN Sanquianga: Espacio en donde se encuentran las afluentes de los ríos Sanquianga, Patía, La Tola, Aguacatal y Tapaje; además de contar con gran ecosistema de manglar, más del 50% del departamento y un 20% del Pacífico, que permiten albergar diversas especies marinas dada la basta de alimentación y reproducción que allí se facilita. Se localiza en el departamento de Nariño
- f. PNN Utria: EL lugar ideal para la migración de ballenas, tortugas y aves, dadas las cómodas condiciones de las aguas de la costa del pacífico. En este lugar se puede hacer observación de fauna y flora y avistamiento de aves, buceo, careteo y caminatas ecológicas por senderos como el Valle, Cocalito y Estero Grande. Departamento del Choco

Es de recalcar que la información de los parques anteriormente mencionados hace referencia únicamente a los que se encuentran a disposición del público que los visita según el portal. (Minambiente, 2018)

4 Estado del arte

4.1 Caso de Éxito (Rappi)

Compañía Colombiana fundada en 2015 por 3 emprendedores Simón Borrero, Sebastián Mejía y Felipe Villamarín quienes encontraron una oportunidad de negocio que desde su inicio la idea original ha venido evolucionando en términos de finalidad.

La compañía inicia con la convicción de incrementar las ventas de una tienda de barrio a través de una plataforma tecnológica, este objetivo fue la pieza fundamental que permitió extrapolar el futuro de Rappi.

El propósito fundamental de Rappi era el de facilitar la compra de bienes a un grupo poblacional que no cuenta con el tiempo suficiente para realizar las compras cotidianas de víveres de la canasta familiar. Por otro lado, los cofundadores encuentran que pueden ofrecer una solución en términos de ingresos a esa población que no cuenta con una estabilidad laboral o que si bien cuenta con un trabajo estable puede generar ingresos adicionales prestando los servicios de domicilio a la compañía.

Con el paso del tiempo una de las tantas estrategias que implementaron aprovechando el uso de la app, fue la de preguntar a todos sus usuarios las necesidades mas relevantes de su cotidianidad, es allí donde encuentran un sin número de oportunidades que abre todo un abanico de posibilidades para satisfacer no solo la necesidad de adquirir bienes de 1ra necesidad sino que también abarcaron todo un portafolio de servicios como lo son compra de comida preparada, pago de diferentes tipos de servicios, atención de diligencias personales de cualquier tipo, etc.

La innovación de Rappi en el mercado del retail junto con experiencia en transformación digital hace que esta compañía poco a poco vaya superando diferentes desafíos y que con el paso del tiempo su enfoque cada vez más encuentre un lugar robusto en los mercados no solo de tecnología sino en mercado logístico. En la actualidad la compañía ya cuenta con el respaldo de aliados tecnológicos como Amazon y en términos de comercio han podido concretar alianzas con establecimientos de comercio de 1er nivel estando

presentes en Colombia, Argentina, México y Brasil, y con un pull de “Rapidenders” de 17.000 domiciliarios la mayoría ubicados en Colombia.

La compañía es fundada con un capital inicial de menos de 100.000 dólares y en los últimos 2 años ha presentado pérdidas por el orden de los 19.226 Millones de pesos para el 2016 y de 56.333 para el año 2017, esto se debe a la constante inversión con objetivo de expandirse por diferentes países y así consolidarse como una compañía líder en desarrollo de software a largo plazo. A pesar de los resultados negativos *TechCrunch* valoró la compañía por encima de los 1000 millones de dólares para el 2018, esto los hizo acreedores del premio Unicornio, galardón que ha dado a un selecto grupo de compañías emprendedoras que superan esta cifra, junto con Lifemiles de Avianca son las 2 únicas compañías colombianas que cuentan con este mérito.

5 Marco Legal

5.1 Sector legal turístico

Durante el periodo de 1990 a 2014, dentro del marco normativo del sector de turismo, se encuentran en vigencia las siguientes leyes, decretos y resoluciones correspondientes a las generalidades. A continuación, se dan a conocer todas las normas, su descripción y los datos más importantes y relevantes de cada una, (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013).

Convenciones de normativa turística

Año	Nombre	Descripción	Datos importantes
1990	Ley 32	Por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Agentes de Viajes.	Dentro de esta ley se reglamenta el ejercicio de los agentes de viajes, quienes son los empresarios que ejercen en la economía turística una profesión. Adicionalmente, las actividades para llevar a cabo se encuentran: prestación de servicios de las agencias, realizar investigaciones para incrementar las actividades turísticas, estudios de factibilidad, docencia. Igualmente, se especifica los requisitos y las funciones del Consejo Profesional de Agentes de Viajes y Turismo.
1996	Ley 300	Por el cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.	Esta ley plantea la importancia de la industria turística en Colombia y como se debe proteger para el desarrollo nacional. De otra manera, se evidencian los principios generales de esta industria, los cuales son: concertación, coordinación, descentralización, planeación, protección al ambiente, desarrollo social, libertad de empresa, protección al consumidor y fomento. Adicionalmente, se especifica el desarrollo del Plan Sectorial de Turismo. (Explicada anteriormente en la ley de 2012, última actualización).
2009	Ley 1336	Por medio de la cual se adiciona y robustece la Ley 679 de 2001, de lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo	Los prestadores de servicios turísticos deben adoptar políticas y códigos de conducta eficaces que promuevan la prevención de la explotación sexual de niños.

		sexual con niños, niñas y adolescentes.	
	Decreto 4350	Por el cual se modifica el inciso primero del artículo 8° del Decreto 2755 de 2003	Modificación al artículo 8 del Decreto 2755 de 2003, en la cual, con respecto a la exención del impuesto sobre la renta por los servicios prestados en hoteles nuevos o remodelados, el contribuyente debe solicitar anualmente a la Dirección de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la verificación de los servicios hoteleros prestados.
2010	Decreto 774	Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con el derecho de retracto en la venta de tiempo compartido turístico.	Decreta el derecho de retracto (contrato terminado unilateralmente dentro de 30 días calendario si no se entregó el servicio contratado. Adicionalmente, descuento y plazo para la devolución.
	Resolución 0958	Por la cual se establecen unas disposiciones en desarrollo la Ley 1225 de 2008, sobre parques de diversiones, atracciones y dispositivos de entretenimiento, en todo el territorio nacional.	Se establece la intervención de las autoridades nacionales, regionales y locales, en el funcionamiento, instalación y uso de los parques de diversiones por la seguridad de los usuarios.
	Decreto 2438	Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de servicios turísticos.	Las agencias de viajes deben entregar a los usuarios un comprobante de los servicios contratados, suministrar toda la información e informar la facultad del organizador de modificación, archivo de todos los soportes, asesorar a los usuarios y velar el cumplimiento de los servicios turísticos.
	Resolución 3502	Por el cual se otorga un plazo para cumplir los requisitos establecidos en la Resolución 0460 de 19 de febrero de 2010.	Los arrendadores de vehículos que estaban inscritos en el Registro Nacional de Turismo tuvieron plazo para cumplir con los requisitos hasta el 31 de marzo de 2011.
2011	Resolución 4896	Por la cual se establecen los requisitos para la actualización de la inscripción de los Guías de Turismo en el Registro Nacional de Turismo.	Se deroga en la resolución 4367.

2012	Ley 1558	Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.	Es la modificación de la ley 300 de 1996, la cual “tiene como objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales...” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013) Adicionalmente se modificaron los principios rectores de la actividad turística agregando cuatro nuevos. De esta manera quedan: concertación, coordinación, descentralización, planeación, libertad de empresa, fomento, facilitación, desarrollo social, económico y cultural, desarrollo sostenible, calidad, competitividad, accesibilidad y protección al consumidor. Dentro de esta, cabe resaltar algunas definiciones importantes sobre turismo comenzando por: - ü Turismo: son todas aquellas actividades que realizan las personas durante los viajes y tiene fines de entretenimiento, cultura, salud, negocios o eventos. - ü Turismo Emisor: personas nacionales en el exterior. - ü Turismo Interno: personas nacionales dentro del país. - ü Turismo Receptivo: es el ejecutado por los no residentes en el territorio del país. - ü Excursionista: los no residentes que sin hospedarse ingresan al país con diferentes fines al tránsito. - ü Turista: persona que viaja a un lugar en el que no reside y que por lo menos se queda una noche en el lugar de la visita. - ü Capacidad de carga: número máximo de personas que en temas turísticos una zona puede soportar. Dentro de esta ley, se puede evidenciar el impuesto con destino al turismo y así se define el impuesto de timbre para inversión social. Con respecto a los recursos formarán parte del Fondo Nacional de Turismo y se constituirá como Patrimonio Autónomo como personería jurídica y tendrá como
------	----------	--	---

			función principal, el recaudo, la administración y ejecución de sus recursos.
2013	Resolución 5945	Por la cual se modifica la Resolución 3349 de 2013 y se deroga la Resolución 4112 de 2013	Los prestadores de servicios turísticos en el artículo 2 de la Resolución 3349 que realicen el Registro Nacional de Turismo, deben acreditar las garantías del artículo de la misma resolución desde el 1° de enero de 2015.
	Resolución 4367	Por la cual se deroga la Resolución 4896 de 2011	Para los guías de turismo, con el fin de que continúen ejerciendo su profesión, no se exigirá más requisito que la inscripción en el Registro Nacional de Turismo.
2014	Resolución 0405	Por la cual se reglamentan parcialmente los artículos 5° y 33 de la Ley 1558 de 2012.	Los prestadores de servicios turísticos que realicen las actividades de turismo de aventura deberán cumplir con las normas técnicas sectoriales teniendo en cuenta las necesidades identificadas en los diferentes subsectores de turismo.

Tabla 9: Resumen normatividad en el marco turístico, Autores del documento

6 Desarrollo Modelo Financiero

El presente capítulo comprende el desarrollo financiero que involucra la propuesta de negocio estimada en los capítulos anteriores, para lo cual se plantea en 5 fases con el fin de consolidar el modelo que soporta el proyecto.

A continuación, se muestran en detalle las respectivas Fases:

- Evaluar el volumen de mercado
- Establecer los Costos y Gastos
- Establecer las fuentes de Financiamiento
- Construcción de los estados financieros
- Valoración indicadores

6.1 Primera Fase: Evaluar el volumen de mercado

El proyecto se ubica en el sector de turismo para lo cual se estima el volumen de mercado teniendo en cuenta las siguientes variables:

- ✓ % Ventas Por Turismo: Muestra que comprende total de ventas realizadas en un año por concepto de planes turísticos
- ✓ % Ventas * Internet: Muestra que comprende el total de paquetes turísticos vendidos a través de la WEB
- ✓ % Vtas: Corresponde al porcentaje de total de paquetes comprados a través de plataformas tecnológicas calculado con la siguiente fórmula:

$$\% Vtas = \% Vtas \times Turismo * \% Vtas \times Internet$$

Formula 1 Cálculo % Ventas – Autores del Proyecto

- ✓ % Objetivo: Total del mercado estimado a penetrar.
- ✓ % Clientes: Corresponde al porcentaje de clientes que resulta del % de ventas calculado con la siguiente formula:

$$\% Clientes = \% de Vtas \times \% Objetivo$$

Formula 2 Calculo % Clientes - Autores del Proyecto

- ✓ Total Viajeros Nacional: Corresponde total de viajeros que visitaron los parques nacionales.
- ✓ Prom Vlr Paquete: Promedio ponderado del costo de los paquetes turísticos.
- ✓ Prom de Crecimiento: Promedio de crecimiento tomado de la variación anual total de viajeros.

✓ Margen de Utilidad: Corresponde al margen de ganancia estimado.

% Ventas Por Turismo	54,00%	Item	2019	2020
% Ventas * Internet	36,00%	Ventas Totales	1.093.405.767	
% Vtas	19,44%	Margen Utilidad		17%
% Objetivo	1,40%	Costo del Paquete		600.000
Total Viajeros Nacional	572.295	Mercado Penetrar		1.558
Prom Vlr Paquete	600.000	% Objetivo		1,4%
Prom de Crecimiento Visitantes	11,03%	% Vtas	19%	19%
Prom Crec PIB	3,49%	Total Viajeros Nacional		572.295

Tabla 10: Síntesis de los conceptos, Autores del documento

Los valores presentados en la tabla 10 hacen referencia a los valores que serán tomados para la evaluación del proyecto. El % Ventas por turismo son la cantidad de personas que viajan a Colombia tan solo el 54% de ellas lo hacen por turismo (FONTUR, 2009), además de estas el 36% hacen compra de planes turísticos por internet, esto resulta un % Ventas del 19%. Ahora bien dado que el total de viajeros a nivel nacional a los PNN es de 572.295 personas nuestro mercado objetivo serán 111.354 turistas, quienes viajan por turismo y hacen compra de paquetes por internet.

De esta manera se refleja que no se busca crear un mercado nuevo o hacer nuevos clientes, sino capturar un porcentaje de dichos turistas que hacen uso de las tecnologías de la información para realizar sus viajes. El porcentaje a capturar se representa con el % Objetivo que se encuentra en rojo en la tabla con el fin de hacerlo variable y crear diferentes escenarios para presentar a un posible inversionista. Dichos escenarios se presentarán más adelante.

De esta manera se define el volumen de mercado para establecer el alcance del proyecto, y se proyecta un crecimiento en las ventas, considerando un aumento en el valor de los paquetes turísticos estimado con las proyecciones del Índice de Precios al Consumidor (IPC) extraído de las proyecciones Macroeconómicas de Bancolombia.

Crecimiento según el IPC	3,20 %	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%	3,51%
Item	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas Totales		1.093.405.767	1.299.120.722	1.540.553.621	1.828.625.418	2.172.665.671

Margen Utilidad		17%	17%	17%	17%	17%
Costo del Paquete		600.000	620.400	640.253	661.381	683.868
Mercado Penetrar		1.558	1.790	2.057	2.363	2.715
% Clientes		0,002722	0,002817	0,002915	0,003017	0,003122
% Objetivo		1,40%	1,45%	1,50%	1,55%	1,61%
% Vtas	19,44 %	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%
Total Viajeros Nacional		572.295	635.415	705.497	783.309	869.703

Tabla 11: Volumen del mercado, Autores del proyecto

Se le sugiere al lector que si desea conocer la proyección a 10 años puede consultar la tabla completa en los anexos del presente documento

6.2 Segunda Fase: Establecer los Costos y Gastos

Se establecen los costos y gastos del proyecto considerando las necesidades para ponerlo en marcha así:

Crecimiento según el IPC	3,20%	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%
Item	2019	2020	2021	2022	2023
Gastos Generales	1.800.000	19.065.600	19.713.830	20.344.673	42.015.923
Arriendo		13.608.000	14.070.672	14.520.934	36.000.000
Servicio Internet	1.800.000	1.857.600	1.920.758	1.982.223	2.047.636
Servicios Públicos		3.600.000	3.722.400	3.841.517	3.968.287
Gastos Administrativos	30.400.000	257.572.606	266.330.074	274.852.637	283.922.774
Salarios		233.159.806	241.087.239	248.802.031	257.012.498
Papelería	400.000	412.800	426.835	440.494	455.030
Servicio de Terceros		24.000.000	24.816.000	25.610.112	26.455.246
Bienes Inmuebles	10.000.000	-	-	-	-
Equipos de computo	20.000.000	-	-	-	-
Gastos de Venta	61.396.000	5.258.112	5.436.888	5.610.868	5.796.027
Marketing Digital	59.900.000	5.035.200	5.206.397	5.373.001	5.550.311
APP	50.000.000				
Fan Page	600.000	619.200	640.253	660.741	682.545
Mantenimiento WEB Site		1.320.000	1.364.880	1.408.556	1.455.039
Publicidad	3.000.000	3.096.000	3.201.264	3.303.704	3.412.727
Ingeniero "Angular"	3.800.000				

Linkedin	2.500.000				
Pagina WEB	1.250.000				
Hosting	216.000	222.912	230.491	237.867	245.716
Dominio	30.000				

Tabla 12: Costos estimados del proyecto, Autores del proyecto

En relación a los datos anteriores se detallaran así:

- Arriendos: se hace una comparación con We Work y Spaces para ubicar un espacio con dos escritorios para dos trabajadores de la empresa. Entre estos dos el que ofrece un menos precio es Spaces que es de 1134.000 por mes (el valor en la tabla es anualizado)
- Salarios: se hace liquidación de nómina por un gerente, un contador, un auxiliar y un promotor de venta. El detalle de esta nomina se encuentra en los anexos.
- Bienes inmuebles y equipos de cómputo: son los necesarios para realizar el proceso del proyecto en relación con la programación de la app y labores de archivo.
- Marketing digital: todo gasto que se necesita para la creación de la aplicación móvil y la publicidad y posicionamiento de la misma. Estos valores fueron indagados en páginas como Goddaddy, y cuantocuestamiiapp.co.

6.3 Tercera Fase: Establecer las fuentes de Financiamiento

Se evalúan las fuentes de financiamiento del proyecto, teniendo una distribución de capital inicial de la siguiente manera:

<i>COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL - WACC</i>				
	Monto	Mezcla de capital	Costo	Ponderado
Recursos Propios	21.000.000	50,00%	13,00%	6,50%
Obligación Financiera	21.000.000	50,00%	22,78%	11,39%
Total	42.000.000	100,00%		17,89%

Tabla 13: Fuentes de financiación, Autores del proyecto

Tras una investigación en instituciones como el SENA y Grupo Bolívar se identifica la posibilidad de adquirir recursos para el desarrollo del proyecto por medio de subsidios, esto además de identificar el costo elevado que implica la financiación por medio de bancos.

6.4 Cuarta Fase: Construcción de los estados financieros

Se elaboran el Estados de Pérdidas y Ganancias y los Flujos de Efectivos considerados con la información constituida para cada caso así mismo se realiza la proyección.

Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas		1.093.405.766,54	1.299.120.722,39	1.540.553.621,06
Costos	-	907.526.786,23	1.078.270.199,58	1.278.659.505,48
Utilidad Bruta	-	185.878.980,31	220.850.522,81	261.894.115,58
Gastos Generales	1.800.000,00	19.065.600,00	19.713.830,40	20.344.672,97
Gastos Administrativos	30.400.000,00	257.572.605,82	266.330.074,42	274.852.636,80
Gastos de Ventas	61.396.000,00	5.258.112,00	5.436.887,81	5.610.868,22
Utilidad Operativa	(93.596.000,00)	(96.017.337,51)	(70.630.269,82)	(38.914.062,41)
Depreciacion		6.000.000,00	6.000.000,00	6.000.000,00
Amortizacion	-	404.169,42	541.587,02	725.726,61
Gastos Financieros	-	7.140.000,00	7.002.582,40	6.818.442,81
Utilidad Antes de Impuestos	(93.596.000,00)	(109.561.506,93)	(84.174.439,24)	(52.458.231,83)
Impuesto (33%)	-	-	-	-
Utilidad Neta	(93.596.000,00)	(109.561.506,93)	(84.174.439,24)	(52.458.231,83)

Tabla 14: Estados de Pérdidas y ganancias primeros años, Autores del documento.

Note el lector que los impuestos dependen de las utilidades netas de cada periodo, las cuales dependen de los rubros anteriores proyectados por medio del IPC. El total de la tabla de estado de pérdidas y ganancias de los 10 años del proyecto puede ser consultado en los anexos.

6.5 Quinta Fase: Valoración Indicadores

Con el fin de establecer la viabilidad del proyecto se calculan los flujos de caja para establecer los respectivos indicadores como WACC, TIR, EVA, y por último se estima el valor del proyecto y la Viabilidad del proyecto (los flujos de caja pueden ser consultados en los anexos). Para ello se han planteado tres escenarios a partir del porcentaje del mercado objetivo que se espera penetrar.

6.5.1 Escenario Pesimista:

Para este escenario se espera capturar el 1,3% del total de viajeros que vienen a Colombia por turismo y compara paquetes por internet, es decir, el

1,3% de 111.254 personas que serían 1.446 personas al año, alrededor de 121 al mes. Bajo este porcentaje se generan los siguientes flujos de caja.

Años	Flujos Netos
0	-23.596.000
1	-116.838.577
2	-93.949.477
3	-65.164.954
4	-50.617.309
5	-36.587.078
6	32.288.664
7	75.798.948
8	129.098.628
9	194.308.924
10	274.023.804

Tabla 15: Flujos de caja escenario pesimista, Autores del documento

COSTO DE OPORTUNIDAD	13,00%
RENTABILIDAD DEL PROYECTO – TIR	9,55%
WACC	17,89%
EVA	-8,34%
VALOR DEL PROYECTO	-\$ 31.341.889,15
VIABILIDAD FINANCIERA	-\$ 54.937.889,15

Tabla 16: Consolidado de indicadores escenario pesimista, Autores del documento

Para este escenario podemos ver una TIR de 9,55% muy inferior al costo de oportunidad que es del 13%. Esto se reafirma con el porcentaje del EVA 8,34% negativo y un VPN de más de 54 millones en pérdidas.

6.5.2 Escenario Realista

Para este escenario se aumenta el porcentaje de penetración al mercado a un 1,4% de las 111.254 personas, que representa 1.558 turistas en Colombia por año, unos 130 por mes. Los resultados son los siguientes:

Años	Flujos Netos
0	-23.596.000
1	-103.561.507
2	-78.174.439
3	-46.458.232
4	-28.412.572
5	-10.204.709
6	53.313.471
7	100.835.009

8	158.946.015
9	229.935.097
10	316.600.439

Tabla 17: Flujos de caja escenario realista, Autores del documento

COSTO DE OPORTUNIDAD	13,00%
RENTABILIDAD DEL PROYECTO – TIR	17,27%
WACC	17,89%
EVA	-0,62%
VALOR DEL PROYECTO	\$ 90.034.300,98
VIABILIDAD FINANCIERA	\$ 66.438.300,98

Tabla 18: Consolidado de indicadores escenario realista, Autores del documento

Se evidencia que a pesar de que el aumento del porcentaje no es significativo, los resultados se ven drásticamente afectados. El EVA aunque sigue siendo negativo pero no en la misma proporción, el VPN ahora es de 66 millones positivos que muestra la viabilidad del proyecto. Además de esto la TIR es superior al costo de oportunidad lo cual muestra la rentabilidad del mismo, sin embargo esta sigue siendo menor que el WACC que representa la rentabilidad mínima para cubrir costos accionistas costo financiero y de impuestos.

6.5.3 Escenario Optimista

Al igual que en los escenarios anteriores se modificará el porcentaje de penetración en la misma medida. Se usa en este caso un porcentaje de 1,5% de los 111.254 turistas en Colombia, que son 1.669 usuarios, alrededor de 139 por mes. Estos son los resultados:

Años	Flujos Netos
0	-23.596.000
1	-90.284.437
2	-62.399.402
3	-27.751.509
4	-6.207.835
5	12.819.032
6	74.338.278
7	125.871.071
8	188.793.403
9	265.561.271
10	359.177.074

Tabla 19: Flujos de caja escenario optimista, Autores del documento

COSTO DE OPORTUNIDAD	13,00%
RENTABILIDAD DEL PROYECTO – TIR	25,41%
WACC	17,89%
EVA	7,52%
VALOR DEL PROYECTO	\$ 209.587.562,61
VIABILIDAD FINANCIERA	\$ 185.991.562,61

Tabla 20: Consolidados de indicadores escenario optimista, Autores dl documento

En este escenario se puede apreciar como solo un punto en el porcentaje de penetración puede validar el proyecto. En este caso tenemos un EVA del 7,52% y la TIR de 25,41% es considerablemente superior al WACC. Además de esto, resulta un VPN de 185 millones lo cual favorece la viabilidad y realización del proyecto.

Cabe resaltar que la variación en cada escenario varia únicamente en 9 personas a captar por mes, lo cual refleja la rentabilidad del proyecto puesto que cada persona que se impacta representa fuertes ganancias para la propuesta de negocio. Se usaron estos porcentajes puesto que se encuentran alrededor del punto de equilibrio del proyecto.

La información detallada del desarrollo del modelo financiero se encuentra en el archivo de Excel adjunto a este documento. En él se pueden verificar los datos de las tablas relacionadas en este capítulo a partir de los cálculos hechos.

7 Conclusiones

Tras la realización de la valoración del proyecto Naurapp 1.0 se concluye que el proyecto es viable, rentable y autosostenible bajo las siguientes recomendaciones

- Esperando que se pueda acceder a un subsidio del 40% para emprender el proyecto, es posible completar la financiación por medio de capital privado del 30% y obligaciones financieras otro 30%.
- Teniendo en cuenta que el desarrollo depende del estudio del mercado de PNN más visitados dejando de lado el P.N.N. Corales del Rosario dado que evidencia como un dato atípico en una muestra
- Además se deriva del porcentaje objetivo de clientes que se espera captar con la propuesta de negocio, el cual se eligió pensando en un mínimo posible y el punto de equilibrio.
- Las ventas dependen del valor de los paquetes estimado por el precio que ofrecen las agencias más conocidas en los parques estimados anteriormente.

La elaboración de presente documento permitió identificar que los supuestos que se tenían inicialmente acerca del turismo en Colombia y Dubai eran muy diferentes. Puntualmente se creía que el rubro más importante de la economía en Dubai era el turismo, y por otra parte que el turismo en Colombia era casi nulo en la ponderación del PIB.

Por otra parte, el acercamiento a la información de los PNN permitió identificar la riqueza con que cuenta Colombia en relación a su biodiversidad. Además de lo rigurosa que es la protección a dichos espacios pues representan un valor importante en el ecosistema del país.

En conjunto de estas dos anteriores conclusiones, es posible reconocer que existe un mercado objetivo para el cual la propuesta de negocio se hace factible. Esto tomando como fundamento que el turismo en Colombia es un mercado en crecimiento y el ecoturismo de gran potencial.

En suma de lo anterior, la consolidación de la información de las aplicaciones turísticas refleja la baja competencia que presenta el proyecto, a pesar del avance tecnológico que se evidencia actualmente.

Por último y más relevante a los puntos anteriores, es evidente que el desarrollo financiero, que incluye diferentes indicadores de valoración de un modelo de negocio como el WACC, TIR, EVA, etc.; refleja la alta posibilidad de desarrollar este esquema de negocio.

8 Bibliografía

- Aldana, R. E.-A.-G.-C. (23 de Junio de 2008). *PROYECTO "ENERGIA RENOVABLE EN COLOMBIA"*. Obtenido de <https://www.eoi.es/es/file/18836/download?token=V33k4Nhh>
- Alonso Peláez, Á. (15 de Diciembre de 2014). *FACTORES DETERMINANTES DEL CONSUMO COLABORATIVO COMO NUEVO*. Obtenido de Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4051/71467693T_GCI_Diciembre14.pdf?sequence=1
- Banco de la Republica (BANREP). (2019). *Proyecciones macroeconómicas de analistas locales y extranjeros*. Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/es/encuesta-proyecciones-macroeconomicas>
- Banco Mundial. (2017). *Renta De Petroleo*. Obtenido de Estadísticas: <https://datos.bancomundial.org/indicador/ny.gdp.petr.rt.zs>
- BANCO MUNDIAL. (04 de 04 de 2019). *BANCO MUNDIAL*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>
- Centro de Información Turística CITUR Parques Naturales. (2018). Obtenido de <http://www.citur.gov.co/estadisticas/ver/index/17#menu>
- Centro de Información Turística de Colombia - CITUR. (2018). *Motivo de Viajes Hoteles*. Obtenido de Estadísticas Nacionales: http://citur.linktic.com/estadisticas/df_motivo_viaje_hotel/all/33
- Centro de Información Turística de Colombia - CITUR. (2018). *Tráfico aéreo*. Obtenido de Estadísticas Nacionales: http://citur.linktic.com/estadisticas/df_lleg_pax_inter/all/48
- Centro de Información Turística de Colombia - CITUR. (2019). *Estadísticas Nacionales - Económicas*. Obtenido de Inversion Extrajera Directa: [http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_invers_extranj/porcentual/22?t=](http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_invers_extranj/porcentual/22?t=1)

Centro de Informacion Turistica de Colombia (CITUR). (2019). *Estadísticas Nacionales - Económicas - PIB*. Obtenido de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_pib/all/45

Centro de Informacion Turistica de Colombia (CITUR). (2019). *Motivo de Viajes*. Obtenido de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_motivo_viaje/all/6

Centro de Informacion Turistica de Colombia. (2019). *Estadísticas Nacionales - Flujo de Turistas - Turismo Receptor*. Obtenido de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2

Centro de Información Turística de Colombia -CITUR. (2018). *Turismo receptor*. Obtenido de Estadísticas Nacionales: http://citur.linktic.com/estadisticas/df_viajeros/all/4

Charry-Ocampo, S., & Perez, A. J. (16 de Junio de 2017). *scielo.org*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v28n1/0124-8170-cein-28-01-00135.pdf>

CITUR - Centro de Información Turística de Colombia. (2018). *Estadísticas Nacionales*. Obtenido de Empleo: http://citur.linktic.com/estadisticas/df_ocupacion_categoria_pers_empleo/all/46

Colciencias. (11 de Septiembre de 2016). *Colciencias*. Obtenido de https://www.colciencias.gov.co/sala_de_prensa/colombia-el-segundo-pais-mas-biodiverso-del-mundo

COLCIENCIAS. (2016). *COLCIENCIAS*. Obtenido de https://www.colciencias.gov.co/sala_de_prensa/colombia-el-segundo-pais-mas-biodiverso-del-mundo

Cuanto Cuesta Mi APP . com. (s.f.). *cuantocuestamiapp.com*. Obtenido de <https://www.cuantocuestamiapp.co/>

DANE. (2018). *Proyecciones de población*. Obtenido de Población y Demografía: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

DANE. (2019). *Dane*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/presen_PIB_ltrim19.pdf

DANE. (2019). *DANE*. Obtenido de <https://www.ecopetrol.com.co/wps/portal/es/ecopetrol-web/productos-y-servicios/precios/precios-historicos/historicos/combustibles-liquidos-2018>

Dirección General de Comunicación e Información Diplomática. (s.f.). http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/EMIRATOSARABESUNIDOS_FICHA%20PAIS.pdf. Obtenido de http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/EMIRATOSARABESUNIDOS_FICHA%20PAIS.pdf: www.exteriores.gob.es

Dpto Admin de Ciencia Tecnología e Innovación Colciencias. (11 de 09 de 2016). *Colombia, el Segundo País Más Biodiverso del Mundo*. Obtenido de https://www.colciencias.gov.co/sala_de_prensa/colombia-el-segundo-pais-mas-biodiverso-del-mundo

Echeverry, H. H. (Julio de 2009). *¿Es el EVA, realmente, un indicador del valor económico agregado?* Obtenido de AD-MINISTER Universidad EAFIT Medellín Número 9: <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/view/634/562>

El Colombiano. (2013). *El Colombiano*. Obtenido de https://www.elcolombiano.com/historico/ya_hay_1903_especies_de_aves_en_colombia-HAEC_273576

El Correo del Golfo. (06 de Octubre de 2018). *Periodico El Correo Del Golfo*. Obtenido de <https://elcorreo.ae/economia/inversion-extranjera-directa-se-dispara-26-en-primer-semester-ano-en-dubai>

El Espectador. (28 de Diciembre de 2017). *Economía en 2018 crecerá entre 2,2% y 2,4%: ANDI*. Obtenido de Economía: <https://www.elespectador.com/economia/economia-en-2018-crecera-entre-22-y-24-andi-articulo-730788>

El Espectador. (11 de Agosto de 2017). *La tecnología es el único futuro para la industria del turismo*. Obtenido de Economía: <https://www.elespectador.com/economia/la-tecnologia-es-el-unico-futuro-para-la-industria-del-turismo-articulo-707618>

El Tiempo. (2018). *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-812090>

ElPais. (2018). *El Pais*. Obtenido de https://elpais.com/tecnologia/2013/11/14/actualidad/1384414620_409084.html

Euromonitor International. (September de 2017). Flows in Colombia - Passport.

Euromonitor International. (September de 2017). Passport - Travel in Colombia.

Fernandez, P. (2011). *WAAC: Definicion, interpretaciones equivocadas y errores*. Obtenido de Business School, Univesidad de Navarra: <https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0914.pdf>

Fly Emirates. (2019). *Emirates*. Obtenido de <https://www.emirates.com/co/spanish/about-us/history.aspx#tabs-main=tab-1980s&>

FONTUR. (27 de Agosto de 2009). *Norma Técnica NTSH Sectorial Colombiana 006*. Obtenido de FONTUR: http://www.fontur.com.co/aymsite/aym_document/aym_normatividad/2009/NTSH006-09.pdf

Fundación CODESPA. (2013). *PROGRAMA RUTAS: La apuesta por un turismo inclusivo en Colombia*. (M. J. Perez, Ed.) Obtenido de

https://www.codespa.org/aprende/publicaciones/programa-rutas-la-apuesta-por-un-turismo-inclusivo-en-latinoamerica/?gclid=EAlaIQobChMI6aqD5Ku84gIVz1qGCh17YAGJE AAYASAAEgJiUPD_BwE

HOSTELTUR. (2012). *Hosteltur*. Obtenido de https://www.hosteltur.com/124100_10-mejores-aplicaciones-turismo.html

Instituto Distrital de Turismo. (2016). *Productos turísticos de Bogotá*. Obtenido de Productos turísticos: <http://www.bogotaturismo.gov.co/Productos%20tur%C3%ADsticos%20de%20Bogot%C3%A1>

Intituto Humbolt. (2017). *Intituto Humbolt Coordinacion de Comunicaciones*. Obtenido de <http://www.humboldt.org.co/es/boletines-y-comunicados/item/1087-biodiversidad-colombiana-numero-tener-en-cuenta>

Ionno, M. D., & Mandel, M. (2016). *ProgressivePolicy.org*. Obtenido de Seguimiento de la Economia de las Aplicaciones en Colombia: <https://www.progressivepolicy.org/wp-content/uploads/2016/10/Colombia-SPANISH.pdf>

Marin, J. (2002). *Instituto de Artes da Unicamp*. Obtenido de https://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Linguagem%20Visual/el_analfabetismo_tecnologico.pdf

Mavila Hinojoza, D., & Polar Falcon, E. (2005). *Iustrial Data*. Obtenido de Flujo de caja y tasa de corte para la evaluación de proyectos de inversión: <http://www.redalyc.org/pdf/816/81680204.pdf>

Minambiente. (2018). *Parques Nacionales Naturales*. Obtenido de <http://www.parquesnacionales.gov.co>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). *Nomatividad Turismo*. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=13311>

Ministerio de Industria y Comercio de Colombia. (2010). *Fontur*. Obtenido de https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/ESTUDIO%20MCKIENSEY/3._TERCER_TOMO ESTRATEGIA_TURISMO_.PDF

MiNube. (2018). *MiNube*. Obtenido de <https://www.minube.com.co/viajes/colombia/bogota>

Oficina de Información Diplomática - Ministerio de Asuntos Exteriores Unión Europea y Comunicación. (Abril de 2019). *Dirección General de Comunicación e Información Diplomática España*.

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Dubai. (2010). *DUBAI TRAS LA CRISIS FINANCIERA INTERNACIONAL*. España.

P., J. F.-J. (2012). *Internet móvil: Aceptación tecnológica para el cierre de la brecha digital*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Pacual, L. B. (2009). *Universo COntabi*. Obtenido de <http://gorila.furb.br/ojs/index.php/universocontabil/article/view/1410>

Rodriguez, N. J. (2015). *Universidad Militar Nueva Granada*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/6567>

Rogers, R. B.-R. (2010). *What's Mine is Yours How collaborative consumption is changing the way we live*. Obtenido de http://appli6.hec.fr/amo/Public/Files/Docs/241_fr.pdf

Ruiz, L. F.-J. (Marzo de 2014). *UNDP.ORG*.

Secretaría Distrital de Planeación. (2011). *Monografías de las localidades*. Bogotá.

Semana Sostenible. (24 de Octubre de 2017). *¿Cómo impactaría al sector ambiental el recorte del presupuesto para el 2018?* Obtenido de Medio ambiente: <http://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/recorte-al-presupuesto-afectaria-el-sector-ambiental-en-2018/38832>

Támara Ayús, A. L., & Aristizábal Velásquez, R. E. (2012). *Ecos de Economía*.
Obtenido de Las opciones reales como metodología alternativa en la
evaluación de proyectos de inversión:
<http://www.redalyc.org/pdf/3290/329027339002.pdf>

Taylor and Francis Online. (09 de Septiembre de 2013). *Airbnb: disruptive
innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector*.
Obtenido de
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2013.827159>

9 Anexos

9.1 Desarrollo financiero Escenario Pesimista

% Ventas Por Turismo	54,00%
% Ventas * Internet	36,00%
% Vtas	19,44%
% Objetivo	1,30%
Total Viajeros Nacional	572.295
Prom Vlr Paquete	600.000
Prom de Crecimiento	11,03%
Prom Crec PIB	3,49%

Crecimiento según el IPC		3,20%	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%	3,51%	3,63%	3,75%	3,88%	4,01%	4,14%	
Item		2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Ventas Totales			1.015.305.355	1.206.326.385	1.430.514.077	1.698.009.317	2.017.475.266	2.399.670.702	2.857.496.057	3.406.637.678	4.066.200.665	4.859.493.056	5.814.999.451
Margen Utilidad			17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17,00%
Costo del Paquete			600.000	620.400	640.253	661.381	683.868	707.894	733.592	761.110	790.610	822.275	856.304
Mercado Penetrar			1.446	1.662	1.910	2.194	2.521	2.897	3.329	3.826	4.396	5.051	5.804
% Clientes			0,002527	0,002615	0,002707	0,002801	0,002899	0,003000	0,003105	0,003214	0,003326	0,003442	0,003562
% Objetivo			1,30%	1,35%	1,39%	1,44%	1,49%	1,54%	1,60%	1,65%	1,71%	1,77%	1,83%
% Vtas		19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%
Total Viajeros Nacional			572.295	635.415	705.497	783.309	869.703	965.625	1.072.127	1.190.375	1.321.666	1.467.437	1.629.285

Crecimiento según el IPC		3,20%	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%	3,51%	3,63%	3,75%	3,88%	4,01%	4,14%
Item		2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Gastos Generales		1.800.000	19.065.600	19.713.830	20.344.673	42.015.923	43.444.464	44.970.764	46.603.297	48.351.432	50.225.537	52.237.109
Arriendo		13.608.000	14.070.672	14.520.934	15.000.000	15.500.000	16.024.000	16.581.761	17.173.586	17.800.921	18.464.145	19.164.697
Servicio Internet		1.800.000	1.857.600	1.920.758	1.982.223	2.047.636	2.117.256	2.191.639	2.271.201	2.356.396	2.447.730	2.545.763
Servicios Públicos		3.600.000	3.722.400	3.841.517	3.968.287	4.103.209	4.247.363	4.401.552	4.566.658	4.743.662	4.933.649	
Gastos Administrativos		30.400.000	257.572.606	266.330.074	274.852.637	283.922.774	322.576.148	303.890.124	314.921.974	326.735.001	339.399.275	352.992.483
Salarios		233.159.806	241.087.239	248.802.031	257.012.498	265.750.923	275.087.337	285.073.586	295.766.971	307.230.921	319.535.762	
Papelaria		400.000	412.800	426.835	440.494	455.030	470.501	487.031	504.711	523.643	543.940	565.725
Servicio de Terceros		24.000.000	24.816.000	25.610.112	26.455.246	27.354.724	28.315.756	29.343.677	30.444.387	31.624.413	32.890.996	
Bienes Inmuebles		10.000.000	-	-	-	15.000.000	-	-	-	-	-	-
Equipos de computo		20.000.000	-	-	-	14.000.000	-	-	-	-	-	-
Gastos de Venta		61.396.000	5.258.112	5.436.888	5.610.868	5.796.027	5.993.092	6.203.642	6.428.848	6.670.000	6.928.530	7.206.023
Marketing Digital		59.900.000	5.035.200	5.206.397	5.373.001	5.550.311	5.739.021	5.940.646	6.156.303	6.387.232	6.634.802	6.900.531
APP		50.000.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fan Page		600.000	619.200	640.253	660.741	682.545	705.752	730.546	757.067	785.465	815.910	848.588
Mantenimiento WEB Site		3.000.000	3.096.000	3.201.264	3.303.704	3.412.727	3.528.759	3.652.732	3.785.334	3.927.326	4.079.549	4.242.939
Publicidad		3.900.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingeniero "Angular"		3.900.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
LinkedIn		2.500.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pagina WEB		1.250.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Promotor de Venta		216.000	222.912	230.491	237.867	245.716	254.071	262.997	272.544	282.767	293.728	305.492
Hosting		30.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dominio		30.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Gastos Financieros	-	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42
Cuota		7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169
Intereses		7.140.000	7.002.582	6.818.443	6.571.696	6.241.055	5.797.996	5.204.297	4.408.740	3.342.694	1.914.192
Capital		404.169	541.587	725.727	972.474	1.303.115	1.746.174	2.339.873	3.135.429	4.201.476	5.629.977
Saldo	21.000.000	20.595.831	20.054.244	19.328.517	18.356.043	17.052.929	15.306.755	12.966.882	9.831.453	5.629.977	0

Cargo	Devengado										Deducciones					Neto pagado	
	Salario básico	% Comision	% Éxito Comision	Comisiones	Días liquidados	Salario devengado	Horas extras	Recargos nocturnos	Trabajo dominical y festivo	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	Fondo de solidaridad pensional	Retención en la fuente		Otras deducciones
Gerente 1	5.000.000	50%	90%	2.250.000	30	7.250.000	-	-	-	-	7.250.000	290.000	290.000	72.500	-	-	6.597.500
Contador	1.800.000			0	30	1.800.000	-	-	-	-	1.800.000	72.000	72.000	-	-	-	1.656.000
Auxiliar	828.116			0	30	828.116	-	-	-	97.132	925.248	33.125	33.125	-	-	-	858.999
Promotor de Venta	2.500.000	50%	90%	1.125.000	30	3.625.000	-	-	-	-	3.625.000	145.000	145.000	36.250	-	-	3.298.750
Totales						13.503.116	-	-	-	97.132	13.600.248	540.125	540.125	108.750	-	-	12.411.249

Liquidacion Neta Pago Nomina	
Aportes a pensión	1.620.374
Aportes a salud	1.147.765
Aportes a riesgos laboral	70.486
Sena	270.062
Icbf	405.093
Cajas de compensación	540.125
Prima de servicios	1.132.901
Cesantía	1.132.901
Intereses sobre cesantías	135.948
Provisión de vacaciones	563.080
Salarios	12.411.249
Total provisiones	19.429.984

Crecimiento según el IPC		3,20%	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%	3,51%	3,63%	3,75%	3,88%	4,01%	4,14%
Item		2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Salarios		-	233.159.806	241.087.239	248.802.031	257.012.498	265.750.923	275.087.337	285.073.586	295.766.971	307.230.921	319.535.762

Crecimiento según el IPC	3,20%	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%	3,51%	3,63%	3,75%	3,88%	4,01%	4,14%
Costo	100,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%
Item	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
COSTOS	0	842.703.444	1.001.250.900	1.187.326.684	1.409.347.733	1.674.504.471	1.991.726.682	2.371.721.727	2.827.509.273	3.374.946.552	4.033.379.237
Pago a Proveedores		842.703.444	1.001.250.900	1.187.326.684	1.409.347.733	1.674.504.471	1.991.726.682	2.371.721.727	2.827.509.273	3.374.946.552	4.033.379.237

Estado de pérdidas y Ganancias											
Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas		1.015.305.354,65	1.206.326.385,07	1.430.514.076,70	1.698.009.316,67	2.017.475.266,35	2.399.670.701,64	2.857.496.057,09	3.406.637.677,98	4.066.200.664,94	4.859.493.056,48
Costos	-	842.703.444,36	1.001.250.899,61	1.187.326.683,66	1.409.347.732,84	1.674.504.471,07	1.991.726.682,36	2.371.721.727,39	2.827.509.272,72	3.374.946.551,90	4.033.379.236,88
Utilidad Bruta	-	172.601.910,29	205.075.485,46	243.187.393,04	288.661.583,83	342.970.795,28	407.944.019,28	485.774.329,71	579.128.405,26	691.254.113,04	826.113.819,60
Gastos Generales	1.800.000,00	19.065.600,00	19.713.830,40	20.344.672,97	42.015.922,87	43.444.464,25	44.970.763,86	46.603.297,12	48.351.431,64	50.225.536,87	52.237.109,20
Gastos Administrativos	30.400.000,00	257.572.605,82	266.330.074,42	274.852.636,80	283.922.773,82	322.576.148,13	303.890.124,08	314.921.974,44	326.735.000,74	339.399.274,62	352.992.482,98
Gastos de Ventas	61.396.000,00	5.258.112,00	5.436.887,81	5.610.868,22	5.796.026,87	5.993.091,78	6.203.642,28	6.428.847,54	6.669.999,80	6.928.529,50	7.206.022,57
Utilidad Operativa	(93.596.000,00)	(109.294.407,53)	(86.405.307,17)	(57.620.784,95)	(43.073.139,72)	(29.042.908,88)	52.878.489,06	117.820.210,61	197.371.973,08	294.700.772,04	413.678.204,86
Depreciacion		6.000.000,00	6.000.000,00	6.000.000,00	6.000.000,00	6.000.000,00	5.800.000,00	5.800.000,00	5.800.000,00	5.800.000,00	5.800.000,00
Amortizacion		404.169,42	541.587,02	725.726,61	972.473,65	1.303.114,70	1.746.173,69	2.339.872,75	3.135.429,48	4.201.475,51	5.629.977,18
Gastos Financieros	-	7.140.000,00	7.002.582,40	6.818.442,81	6.571.695,76	6.241.054,72	5.797.995,73	5.204.296,67	4.408.739,94	3.342.693,91	1.914.192,24
Utilidad Antes de Impuestos	(93.596.000,00)	(122.838.576,95)	(99.949.476,58)	(71.164.954,37)	(56.617.309,14)	(42.587.078,30)	39.535.319,65	104.476.041,19	184.027.803,66	281.356.602,62	400.334.035,44
Impuesto (33%)	-	-	-	-	-	-	13.046.655,48	34.477.093,59	60.729.175,21	92.847.678,86	132.110.231,69
Utilidad Neta	(93.596.000,00)	(122.838.576,95)	(99.949.476,58)	(71.164.954,37)	(56.617.309,14)	(42.587.078,30)	26.488.664,16	69.998.947,60	123.298.628,45	188.508.923,76	268.223.803,74

Flujo de caja Financiero											
Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Años Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingreso por Ventas											
Ventas	0	1.015.305.355	1.206.326.385	1.430.514.077	1.698.009.317	2.017.475.266	2.399.670.702	2.857.496.057	3.406.637.678	4.066.200.665	4.859.493.056
Valor de rescate Activo Fijo											
Valor de Rescate Capital de trabajo											
Capital Social	21.000.000										
Subsidios	28.000.000										
Prestamos	21.000.000										
Total Ingresos	70.000.000	1.015.305.355	1.206.326.385	1.430.514.077	1.698.009.317	2.017.475.266	2.399.670.702	2.857.496.057	3.406.637.678	4.066.200.665	4.859.493.056
Costos	-	842.703.444,36	1.001.250.899,61	1.187.326.683,66	1.409.347.732,84	1.674.504.471,07	1.991.726.682,36	2.371.721.727,39	2.827.509.272,72	3.374.946.551,90	4.033.379.236,88
Gastos Operativos	93.596.000,00	281.896.317,82	291.480.792,63	300.808.177,99	331.734.723,56	372.013.704,16	355.064.530,21	367.954.119,10	381.756.432,18	396.553.341,00	412.435.614,75
Intereses	-	7.140.000,00	7.002.582,40	6.818.442,81	6.571.695,76	6.241.054,72	5.797.995,73	5.204.296,67	4.408.739,94	3.342.693,91	1.914.192,24
Amortizacion	-	404.169,42	541.587,02	725.726,61	972.473,65	1.303.114,70	1.746.173,69	2.339.872,75	3.135.429,48	4.201.475,51	5.629.977,18
Impuestos	-	-	-	-	-	-	13.046.655,48	34.477.093,59	60.729.175,21	92.847.678,86	132.110.231,69
Total Egresos	93.596.000,00	1.132.143.931,60	1.300.275.861,66	1.495.679.031,07	1.748.626.625,81	2.054.062.344,65	2.367.382.037,48	2.781.697.109,50	3.277.539.049,52	3.871.891.741,18	4.585.469.252,73
Total Flujo de Caja	(23.596.000,00)	(116.838.576,95)	(93.949.476,58)	(65.164.954,37)	(50.617.309,14)	(36.587.078,30)	32.288.664,16	75.798.947,60	129.098.628,45	194.308.923,76	274.023.803,74
Capital Inversionistas											
Total Flujo de Caja Acumulado	(23.596.000,00)	(140.434.576,95)	(234.384.053,53)	(299.549.007,91)	(350.166.317,05)	(386.753.395,34)	(354.464.731,18)	(278.665.783,58)	(149.567.155,13)	44.741.768,63	318.765.572,37

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL - WACC			
	Monto	Mezcla de capit	Costo
Recursos Propios	21.000.000	50,00%	13,00%
Obligacion Financiera	21.000.000	50,00%	22,78%
Total	42.000.000	100,00%	17,89%

Años	Flujos Netos
0	-23.596.000
1	-116.838.577
2	-93.949.477
3	-65.164.954
4	-50.617.309
5	-36.587.078
6	32.288.664
7	75.798.948
8	129.098.628
9	194.308.924
10	274.023.804

COSTO DE OPORTUNIDAD	13,00%
RENTABILIDAD DEL PROYECTO - TII	9,55%
WACC	17,89%
EVA	-8,34%
VALOR DEL PROYECTO	-\$ 31.341.889,15
VIABILIDAD FINANCIERA	-\$ 54.937.889,15

9.2 Desarrollo financiero Escenario Realista

% Ventas Por Turismo	54,00%
% Ventas * Internet	36,00%
% Vtas	19,44%
% Objetivo	1,40%
Total Viajeros Nacional	572.295
Prom Vir Paquete	600.000
Prom de Crecimiento	
Visitantes	11,03%
Prom Crec PIB	3,49%

Crecimiento según el IPC	3,20%	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%	3,51%	3,63%	3,75%	3,88%	4,01%	4,14%
Item	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Ventas Totales	1.093.405.767	1.299.120.722	1.540.553.621	1.828.625.418	2.172.665.671	2.584.260.756	3.077.303.446	3.668.686.730	4.378.985.331	5.233.300.215	6.262.307.101
Margen Utilidad	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17,00%
Costo del Paquete	600.000	620.400	640.253	661.381	683.868	707.894	733.592	761.110	790.610	822.275	856.304
Mercado Penetrar	1.558	1.790	2.057	2.363	2.715	3.120	3.585	4.120	4.734	5.440	6.251
% Clientes	0,002722	0,002817	0,002915	0,003017	0,003122	0,003231	0,003344	0,003461	0,003582	0,003707	0,003836
% Objetivo	1,40%	1,45%	1,50%	1,55%	1,61%	1,66%	1,72%	1,78%	1,84%	1,91%	1,97%
% Vtas	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%
Total Viajeros Nacional	572.295	635.415	705.497	783.309	869.703	965.625	1.072.127	1.190.375	1.321.666	1.467.437	1.629.285

Crecimiento según el IPC	3,20%	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%	3,51%	3,63%	3,75%	3,88%	4,01%	4,14%
Item	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Gastos Generales	1.800.000	19.065.600	19.713.830	20.344.673	42.015.923	43.444.464	44.970.764	46.603.297	48.351.432	50.225.537	52.237.109
Arriendo		13.608.000	14.070.672	14.520.934	36.000.000	37.224.000	38.531.761	39.930.545	41.428.378	43.034.145	44.757.697
Servicio Internet	1.800.000	1.857.600	1.920.758	1.982.223	2.047.636	2.117.256	2.191.639	2.271.201	2.356.396	2.447.730	2.545.763
Servicios Publicos		3.600.000	3.722.400	3.841.517	3.968.287	4.103.209	4.247.363	4.401.552	4.566.658	4.743.662	4.933.649
Gastos Administrativos	30.400.000	257.572.606	266.330.074	274.852.637	283.922.774	322.576.148	303.890.124	314.921.974	326.735.001	339.399.275	352.992.483
Salarios		233.159.806	241.087.239	248.802.031	257.012.498	265.750.923	275.087.337	285.073.586	295.766.971	307.230.921	319.535.762
Papelaria	400.000	412.800	426.835	440.494	455.030	470.501	487.031	504.711	523.643	543.940	565.725
Servicio de Terceros		24.000.000	24.816.000	25.610.112	26.455.246	27.354.724	28.315.756	29.343.677	30.444.387	31.624.413	32.890.996
Bienes Inmuebles	10.000.000	-	-	-	-	15.000.000	-	-	-	-	-
Equipos de computo	20.000.000	-	-	-	-	14.000.000	-	-	-	-	-
Gastos de Venta	61.396.000	5.258.112	5.436.888	5.610.868	5.796.027	5.993.092	6.203.642	6.428.848	6.670.000	6.928.530	7.206.023
Marketing Digital	59.900.000	5.035.200	5.206.397	5.373.001	5.550.311	5.739.021	5.940.646	6.156.303	6.387.232	6.634.802	6.900.531
APP	50.000.000										
Fan Page	600.000	619.200	640.253	660.741	682.545	705.752	730.546	757.067	785.465	815.910	848.588
Mantenimiento WEB Site		1.320.000	1.364.880	1.408.556	1.455.039	1.504.510	1.557.367	1.613.902	1.674.441	1.739.343	1.809.005
Publicidad	3.000.000	3.096.000	3.201.264	3.303.704	3.412.727	3.528.759	3.652.732	3.785.334	3.927.326	4.079.549	4.242.939
Ingeniero "Angular"	3.800.000										
Linkedin	2.500.000										
Pagina WEB	1.250.000										
Hosting	216.000	222.912	230.491	237.867	245.716	254.071	262.997	272.544	282.767	293.728	305.492
Dominio	30.000										

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Gastos Financieros	-	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42
Cuota		7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169
Intereses		7.140.000	7.002.582	6.818.443	6.571.696	6.241.055	5.797.996	5.204.297	4.408.740	3.342.694	1.914.192
Capital		404.169	541.587	725.727	972.474	1.303.115	1.746.174	2.339.873	3.135.429	4.201.476	5.629.977
Saldo	21.000.000	20.595.831	20.054.244	19.328.517	18.356.043	17.052.929	15.306.755	12.966.882	9.831.453	5.629.977	0

Cargo	Devengado										Deducciones					Neto pagado
	Salario básico	% Comision	% Éxito Comision	Comisiones	Días liquidados	Salario devengado	Horas extras	Recargos nocturnos	Trabajo dominical y festivo	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	Fondo de solidaridad pensional	Retención en la fuente	
Gerente 1	5.000.000	50%	90%	2.250.000	30	7.250.000	-	-	-	7.250.000	290.000	290.000	72.500	-	-	6.597.500
Contador	1.800.000			0	30	1.800.000	-	-	-	1.800.000	72.000	72.000	-	-	-	1.656.000
Auxiliar	828.116			0	30	828.116	-	-	-	97.132	925.248	33.125	33.125	-	-	858.999
Promotor de Venta	2.500.000	50%	90%	1.125.000	30	3.625.000	-	-	-	3.625.000	145.000	145.000	36.250	-	-	3.298.750
Totales						13.503.116	-	-	-	97.132	13.600.248	540.125	540.125	108.750	-	12.411.249

Liquidacion Neta Pago Nomina	
Aportes a pensión	1.620.374
Aportes a salud	1.147.765
Aportes a riesgos laboral	70.486
Sena	270.062
Icbf	405.093
Cajas de compensación	540.125
Prima de servicios	1.132.901
Cesantia	1.132.901
Intereses sobre cesantias	135.948
Provisón de vacaciones	563.080
Salarios	12.411.249
Total provisiones	19.429.984

Crecimiento según el IPC	3,20%	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%	3,51%	3,63%	3,75%	3,88%	4,01%	4,14%
Item	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Salarios	-	233.159.806	241.087.239	248.802.031	257.012.498	265.750.923	275.087.337	285.073.586	295.766.971	307.230.921	319.535.762

Crecimiento según el IPC	3,20%	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%	3,51%	3,63%	3,75%	3,88%	4,01%	4,14%
Costo	100,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%
Item	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
COSTOS	0	907.526.786	1.078.270.200	1.278.659.505	1.517.759.097	1.803.312.507	2.144.936.427	2.554.161.860	3.045.009.986	3.634.557.825	4.343.639.178
Pago a Proveedores		907.526.786	1.078.270.200	1.278.659.505	1.517.759.097	1.803.312.507	2.144.936.427	2.554.161.860	3.045.009.986	3.634.557.825	4.343.639.178

Estado de pérdidas y Ganancias											
Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas		1.093.405.766,54	1.299.120.722,39	1.540.553.621,06	1.828.625.417,95	2.172.665.671,46	2.584.260.755,61	3.077.303.446,10	3.668.686.730,13	4.378.985.331,47	5.233.300.214,67
Costos	-	907.526.786,23	1.078.270.199,58	1.278.659.505,48	1.517.759.096,90	1.803.312.507,31	2.144.936.427,16	2.554.161.860,26	3.045.009.986,01	3.634.557.825,12	4.343.639.178,17
Utilidad Bruta		185.878.980,31	220.850.522,81	261.894.115,58	310.866.321,05	369.353.164,15	439.324.328,45	523.141.585,84	623.676.744,12	744.427.506,35	889.661.036,49
Gastos Generales	1.800.000,00	19.065.600,00	19.713.830,40	20.344.672,97	42.015.922,87	43.444.464,25	44.970.763,96	46.603.297,12	48.351.431,64	50.225.536,87	52.237.109,20
Gastos Administrativos	30.400.000,00	257.572.605,82	266.330.074,42	274.852.636,80	283.922.773,82	322.576.148,13	303.890.124,08	314.921.974,44	326.735.000,74	339.399.274,62	352.992.482,98
Gastos de Ventas	61.396.000,00	5.258.112,00	5.436.887,81	5.610.868,22	5.796.026,87	5.993.091,78	6.203.642,28	6.428.847,54	6.669.999,80	6.928.529,50	7.206.022,57
Utilidad Operativa	(93.596.000,00)	(96.017.337,51)	(70.630.269,82)	(38.914.062,41)	(20.868.402,50)	(2.660.540,01)	84.259.798,24	155.187.466,74	241.920.311,95	347.874.165,35	477.225.421,75
Depreciacion		6.000.000,00	6.000.000,00	6.000.000,00	6.000.000,00	6.000.000,00	5.800.000,00	5.800.000,00	5.800.000,00	5.800.000,00	5.800.000,00
Amortizacion	-	404.169,42	541.587,02	725.726,61	972.473,65	1.303.114,70	1.746.173,69	2.339.872,75	3.135.429,48	4.201.475,51	5.629.977,18
Gastos Financieros		7.140.000,00	7.002.582,40	6.818.442,81	6.571.695,76	6.241.054,72	5.797.995,73	5.204.296,67	4.408.739,94	3.342.693,91	1.914.192,24
Utilidad Antes de Impuestos	(93.596.000,00)	(109.561.506,93)	(84.174.439,24)	(52.458.231,83)	(34.412.571,92)	(16.204.709,43)	70.915.628,82	141.843.297,32	228.576.142,53	334.529.995,89	463.881.252,33
Impuesto (33%)							23.402.157,51	46.808.288,12	75.400.127,03	110.394.898,66	153.080.813,27
Utilidad Neta	(93.596.000,00)	(109.561.506,93)	(84.174.439,24)	(52.458.231,83)	(34.412.571,92)	(16.204.709,43)	47.513.471,31	95.035.009,20	153.146.015,49	224.135.097,27	310.800.439,06

Flujo de caja Financiero											
Rubro	Años										
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingreso por Ventas											
Ventas	0	1.093.405.767	1.299.120.722	1.540.553.621	1.828.625.418	2.172.665.671	2.584.260.756	3.077.303.446	3.668.686.730	4.378.985.331	5.233.300.215
Valor de rescate Activo Fijo											
Valor de Rescate Capital de trabajo											
Capital Social	21.000.000										
Subsidios	28.000.000										
Prestamos	21.000.000										
Total Ingresos	70.000.000	1.093.405.767	1.299.120.722	1.540.553.621	1.828.625.418	2.172.665.671	2.584.260.756	3.077.303.446	3.668.686.730	4.378.985.331	5.233.300.215
Costos		907.536.786,23	1.078.270.199,58	1.278.659.505,48	1.517.759.096,90	1.803.512.507,31	2.144.996.427,16	2.554.161.860,26	3.045.009.986,01	3.634.557.825,12	4.343.639.178,17
Gastos Operativos	93.596.000,00	281.896.517,82	291.480.792,63	300.808.177,99	331.734.723,56	372.013.704,16	355.064.530,21	367.954.119,10	381.756.432,18	396.553.341,00	412.435.614,75
Intereses	-	7.140.000,00	7.002.582,40	6.818.442,81	6.571.695,76	6.241.054,72	5.797.995,73	5.204.296,67	4.408.739,94	3.342.695,91	1.914.192,24
Amortizacion	-	404.169,42	541.587,02	725.726,61	972.473,65	1.303.114,70	1.746.173,69	2.339.872,75	3.135.429,48	4.201.475,51	5.629.977,18
Impuestos	-	-	-	-	-	-	23.402.157,51	46.808.288,12	75.430.127,03	110.394.898,66	153.080.813,27
Total Egresos	93.596.000,00	1.196.967.273,47	1.377.295.161,63	1.587.011.852,89	1.857.037.989,88	2.182.870.380,89	2.530.947.284,30	2.976.468.436,90	3.509.740.714,64	4.149.050.234,20	4.916.699.775,61
Total Flujo de Caja	(23.596.000,00)	(103.561.506,93)	(78.174.439,24)	(46.458.231,83)	(28.412.571,92)	(10.204.709,43)	53.313.471,31	100.835.009,20	158.946.015,49	229.935.097,27	316.600.439,06
Capital Inversionistas											
Total Flujo de Caja Acumulado	(23.596.000,00)	(127.157.506,93)	(205.331.946,17)	(251.790.178,00)	(280.202.749,92)	(290.407.459,35)	(237.093.988,04)	(136.258.978,84)	22.687.036,66	252.622.133,93	569.222.572,99

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL - WACC			
	Monto	Mezcla de capit	Ponderado
Recursos Propios	21.000.000	50,00%	13,00%
Obligación Financiera	21.000.000	50,00%	22,78%
Total	42.000.000	100,00%	17,89%

Años	Flujos Netos
0	-23.596.000
1	-103.561.507
2	-78.174.439
3	-46.458.232
4	-28.412.572
5	-10.204.709
6	53.313.471
7	100.835.009
8	158.946.015
9	229.935.097
10	316.600.439

COSTO DE OPORTUNIDAD	13,00%
RENTABILIDAD DEL PROYECTO - TII	17,27%
WACC	17,89%
EVA	-0,62%
VALOR DEL PROYECTO	\$ 90.094.300,98
VIABILIDAD FINANCIERA	\$ 66.438.300,98

9.3 Desarrollo financiero Escenario Optimista

% Ventas Por Turismo	54,00%
% Ventas * Internet	36,00%
% Vtas	19,44%
% Objetivo	1,50%
Total Viajeros Nacional	572.295
Prom Vlr Paquete	600.000
Prom de Crecimiento	11,03%
Visitantes	
Prom Crec PIB	3,49%

Crecimiento según el IPC		3,20%	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%	3,51%	3,63%	3,75%	3,88%	4,01%	4,14%	
Item		2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Ventas Totales		1.171.506.178	1.391.915.060	1.650.593.165	1.959.241.519	2.327.856.077	2.768.850.810	3.297.110.835	3.930.735.782	4.691.769.998	5.607.107.373	6.709.614.751	
Margen Utilidad		17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17,00%
Costo del Paquete		600.000	620.400	640.253	661.381	683.868	707.894	733.592	761.110	790.610	822.275	856.304	
Mercado Penetrar		1.669	1.918	2.203	2.532	2.909	3.343	3.841	4.414	5.072	5.828	6.697	
% Clientes		0,002916	0,003018	0,003123	0,003232	0,003345	0,003462	0,003583	0,003708	0,003838	0,003972	0,004110	
% Objetivo		1,50%	1,55%	1,61%	1,66%	1,72%	1,78%	1,84%	1,91%	1,97%	2,04%	2,11%	
% Vtas	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	19,44%	
Total Viajeros Nacional		572.295	635.415	705.497	783.309	869.703	965.625	1.072.127	1.190.375	1.321.666	1.467.437	1.629.285	

Crecimiento según el IPC		3,20%	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%	3,51%	3,63%	3,75%	3,88%	4,01%	4,14%	
Item		2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
Gastos Generales		1.800.000	19.065.600	19.713.830	20.344.673	42.015.923	43.444.464	44.970.764	46.603.297	48.351.432	50.225.537	52.237.109	
Arriendo		13.608.000	14.070.672	14.520.934	15.000.000	37.224.000	38.531.761	39.930.545	41.428.378	43.034.145	44.757.697		
Servicio Internet		1.800.000	1.857.600	1.920.758	1.982.223	2.047.636	2.117.256	2.191.639	2.271.201	2.356.396	2.447.730	2.545.763	
Servicios Publicos			3.600.000	3.722.400	3.841.517	3.968.287	4.103.209	4.247.363	4.401.552	4.566.658	4.743.662	4.933.649	
Gastos Administrativos		30.400.000	257.572.606	266.330.074	274.852.637	283.922.774	322.576.148	303.890.124	314.921.974	326.735.001	339.399.275	352.992.483	
Salarios			233.159.806	241.087.239	248.802.031	257.012.498	265.750.923	275.087.337	285.073.586	295.766.971	307.230.921	319.535.762	
Papeleria	400.000		412.800	426.835	440.494	455.030	470.501	487.031	504.711	523.643	543.940	565.725	
Servicio de Terceros			24.000.000	24.816.000	25.610.112	26.455.246	27.354.724	28.315.756	29.343.677	30.444.387	31.624.413	32.890.996	
Bienes Inmuebles	10.000.000		-	-	-	-	15.000.000	-	-	-	-	-	
Equipos de computo	20.000.000		-	-	-	-	14.000.000	-	-	-	-	-	
Gastos de Venta		61.396.000	5.258.112	5.436.888	5.610.868	5.796.027	5.993.092	6.203.642	6.428.848	6.670.000	6.928.530	7.206.023	
Marketing Digital	59.900.000		5.035.200	5.206.397	5.373.001	5.550.311	5.739.021	5.940.646	6.156.303	6.387.232	6.634.802	6.900.531	
APP	50.000.000												
Fan Page	600.000		619.200	640.253	660.741	682.545	705.752	730.546	757.067	785.465	815.910	848.588	
Mantenimiento WEB Site			1.320.000	1.364.880	1.408.556	1.455.039	1.504.510	1.557.367	1.613.902	1.674.441	1.739.343	1.809.005	
Publicidad	3.000.000		3.096.000	3.201.264	3.303.704	3.412.727	3.528.759	3.652.732	3.785.334	3.927.326	4.079.549	4.242.939	
Ingeniero "Angular"	3.800.000												
Linkedin	2.500.000												
Pagina WEB	1.250.000												
Hosting	216.000		222.912	230.491	237.867	245.716	254.071	262.997	272.544	282.767	293.728	305.492	
Dominio	30.000												

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Gastos Financieros	-	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42	7.544.169,42
Cuota		7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169	7.544.169
Intereses		7.140.000	7.002.582	6.818.443	6.571.696	6.241.055	5.797.996	5.204.297	4.408.740	3.342.694	1.914.192
Capital		404.169	541.587	725.727	972.474	1.303.115	1.746.174	2.339.873	3.135.429	4.201.476	5.629.977
Saldo	21.000.000	20.595.831	20.054.244	19.328.517	18.356.043	17.052.929	15.306.755	12.966.882	9.831.453	5.629.977	0

Cargo	Devengado										Deducciones						Neto pagado
	Salario básico	% Comision	% Éxito Comision	Comisiones	Días liquidados	Salario devengado	Horas extras	Recargos nocturnos	Trabajo dominical y festivo	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	Fondo de solidaridad pensional	Retención en la fuente	Otras deducciones	
Gerente 1	5.000.000	50%	90%	2.250.000	30	7.250.000	-	-	-	-	7.250.000	290.000	290.000	72.500	-	-	6.597.500
Contador	1.800.000			0	30	1.800.000	-	-	-	-	1.800.000	72.000	72.000	-	-	-	1.656.000
Auxiliar	828.116			0	30	828.116	-	-	-	97.132	925.248	33.125	33.125	-	-	-	858.999
Promotor de Venta	2.500.000	50%	90%	1.125.000	30	3.625.000	-	-	-	-	3.625.000	145.000	145.000	36.250	-	-	3.298.750
Totales						13.503.116	-	-	-	97.132	13.600.248	540.125	540.125	108.750	-	-	12.411.249

Liquidación Neta Pago Nomina	
Aportes a pensión	1.620.374
Aportes a salud	1.147.765
Aportes a riesgos laboral	70.486
Sena	270.062
Icgbf	405.093
Cajas de compensación	540.125
Prima de servicios	1.132.901
Cesantía	1.132.901
Intereses sobre cesantías	135.948
Provisión de vacaciones	563.080
Salarios	12.411.249
Total provisiones	19.429.984

Crecimiento según el IPC	3,20%	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%	3,51%	3,63%	3,75%	3,88%	4,01%	4,14%
Item	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Salarios	-	233.159.806	241.087.239	248.802.031	257.012.498	265.790.923	275.087.337	285.073.586	295.766.971	307.230.921	319.535.762

Crecimiento según el IPC	3,20%	3,40%	3,20%	3,30%	3,40%	3,51%	3,63%	3,75%	3,88%	4,01%	4,14%
Costo	100,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%	83,00%

Item	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
COSTOS	0	972.350.128	1.155.289.500	1.369.992.327	1.626.170.461	1.932.120.544	2.298.146.172	2.736.601.993	3.262.510.699	3.894.169.098	4.653.899.119
Pago a Proveedores		972.350.128	1.155.289.500	1.369.992.327	1.626.170.461	1.932.120.544	2.298.146.172	2.736.601.993	3.262.510.699	3.894.169.098	4.653.899.119

Estado de pérdidas y Ganancias											
Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas	1.171.506.178,44	1.391.915.059,70	1.650.593.165,42	1.959.241.519,24	2.327.856.076,56	2.768.850.809,58	3.297.110.835,11	3.930.735.782,28	4.691.769.998,01	5.607.107.372,86	
Costos	-	972.350.128,11	1.155.289.499,55	1.369.992.327,30	1.626.170.460,97	1.932.120.543,55	2.298.146.171,95	2.736.601.993,14	3.262.510.699,29	3.894.169.098,35	4.653.899.119,47
Utilidad Bruta	-	199.156.050,33	236.625.560,15	280.600.838,12	333.071.058,27	395.735.533,02	470.704.637,63	560.508.841,97	668.225.082,99	797.600.899,66	953.208.253,39
Gastos Generales	1.800.000,00	19.065.600,00	19.713.830,40	20.344.672,97	42.015.922,87	43.444.464,25	44.970.763,86	46.603.297,12	48.351.431,64	50.225.536,87	52.237.109,20
Gastos Administrativos	30.400.000,00	257.572.605,82	266.330.074,42	274.852.636,80	283.922.773,82	322.576.148,13	303.890.124,08	314.921.974,44	326.735.000,74	339.399.274,62	352.992.482,98
Gastos de Ventas	61.396.000,00	5.258.112,00	5.436.887,81	5.610.868,22	5.796.026,87	5.993.091,78	6.203.642,28	6.428.847,54	6.669.999,80	6.928.529,50	7.206.022,57
Utilidad Operativa	(93.596.000,00)	(82.740.267,49)	(54.855.232,48)	(20.207.339,87)	1.336.334,71	23.721.828,86	115.640.107,41	192.554.722,87	286.468.650,81	401.047.558,66	540.772.638,64
Depreciacion	-	6.000.000,00	6.000.000,00	6.000.000,00	6.000.000,00	6.000.000,00	5.800.000,00	5.800.000,00	5.800.000,00	5.800.000,00	5.800.000,00
Amortizacion	-	404.169,42	541.587,02	725.726,61	972.473,65	1.303.114,70	1.746.173,69	2.339.872,75	3.135.429,48	4.201.475,51	5.629.977,18
Gastos Financieros	-	7.140.000,00	7.002.582,40	6.818.442,81	6.571.695,76	6.241.054,72	5.797.995,73	5.204.296,67	4.408.739,94	3.342.693,91	1.914.192,24
Utilidad Antes de Impuestos	(93.596.000,00)	(96.284.436,91)	(68.399.401,90)	(33.751.509,29)	(12.207.834,70)	10.177.659,44	102.295.938,00	179.210.553,45	273.124.481,39	387.703.389,24	527.428.469,22
Impuesto (33%)	-	-	-	-	-	3.358.627,62	33.757.659,54	59.139.482,64	90.131.078,86	127.942.118,45	174.051.394,84
Utilidad Neta	(93.596.000,00)	(96.284.436,91)	(68.399.401,90)	(33.751.509,29)	(12.207.834,70)	6.819.031,82	68.538.278,46	120.071.070,81	182.993.402,53	259.761.270,79	353.377.074,38

Flujo de caja Financiero											
Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Años Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingreso por Ventas											
Ventas	0	1.171.506.178	1.391.915.060	1.650.593.165	1.959.241.519	2.327.856.077	2.768.850.810	3.297.110.835	3.930.735.782	4.691.769.998	5.607.107.373
Valor de rescate Activo Fijo											
Valor de Rescate Capital de trabajo											
Capital Social	21.000.000										
Subsidios	28.000.000										
Prestamos	21.000.000										
Total Ingresos	70.000.000	1.171.506.178	1.391.915.060	1.650.593.165	1.959.241.519	2.327.856.077	2.768.850.810	3.297.110.835	3.930.735.782	4.691.769.998	5.607.107.373
Costos	-	972.350.128,11	1.155.289.499,55	1.369.992.327,30	1.626.170.460,97	1.932.120.543,55	2.298.146.171,95	2.736.601.993,14	3.262.510.699,29	3.894.169.098,35	4.653.899.119,47
Gastos Operativos	93.596.000,00	281.896.317,82	291.480.792,63	300.808.177,99	331.734.723,56	372.013.704,16	355.064.530,21	367.954.119,10	381.756.432,18	396.553.341,00	412.435.614,75
Intereses	-	7.140.000,00	7.002.582,40	6.818.442,81	6.571.695,76	6.241.054,72	5.797.995,73	5.204.296,67	4.408.739,94	3.342.693,91	1.914.192,24
Amortizacion	-	404.169,42	541.587,02	725.726,61	972.473,65	1.303.114,70	1.746.173,69	2.339.872,75	3.135.429,48	4.201.475,51	5.629.977,18
Impuestos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Egresos	93.596.000,00	1.261.790.615,35	1.454.314.461,60	1.678.344.674,71	1.965.449.353,94	2.315.037.044,74	2.694.512.531,12	3.171.239.764,29	3.741.942.579,75	4.426.208.727,21	5.247.930.298,48
Total Flujo de Caja	(23.596.000,00)	(90.284.436,91)	(62.399.401,90)	(27.751.509,29)	(6.207.834,70)	12.819.031,82	74.338.278,46	125.871.070,81	188.793.402,53	265.561.270,79	359.177.074,38
Capital Inversionistas											
Total Flujo de Caja Acumulado	(23.596.000,00)	(113.880.436,91)	(176.279.838,80)	(204.031.348,09)	(210.239.182,80)	(197.420.150,97)	(123.081.872,51)	2.789.198,30	191.582.600,83	457.143.871,62	816.320.946,00

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL - WACC			
	Montio	Mecsla de capil	Ponderado
Recursos Propios	21.000.000	50,00%	6,50%
Obligacion Financiera	21.000.000	50,00%	22,78%
Total	42.000.000	100,00%	17,89%

Años	Flujos Netos
0	-23.596.000
1	-90.284.437
2	-62.399.402
3	-27.751.509
4	-6.207.835
5	12.819.032
6	74.338.278
7	125.871.071
8	188.793.403
9	265.561.271
10	359.177.074

COSTO DE OPORTUNIDAD	13,00%
RENTABILIDAD DEL PROYECTO - TI	25,41%
WACC	17,89%
EVA	7,52%
VALOR DEL PROYECTO	\$ 209.587.562,61
VIABILIDAD FINANCIERA	\$ 185.991.562,61