



## **CundiEcoPark**

### **Responsables:**

Ángel Fernando. Huérfano Rodríguez

Juan Sebastián Cabezas Peña

Ronald Jadir Ortega García

Trabajo De Grado Creación De Empresas

**Asesor:** Gonzalo Florián Velásquez

Universidad Santo Tomás

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C

.

Mayo 2023

## TABLA DE CONTENIDO

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| Introducción.....                       | 1  |
| Nombre.....                             | 1  |
| Misión.....                             | 1  |
| Visión.....                             | 2  |
| Logotipo.....                           | 2  |
| Slogan.....                             | 3  |
| Fundamentación humanista.....           | 4  |
| Investigación de mercados.....          | 5  |
| Capítulo I: Propositiones de valor..... | 14 |
| Capítulo II: Segmentos de mercado.....  | 19 |
| Capítulo III: Canales.....              | 17 |
| Capítulo IV: Relación con clientes..... | 21 |
| Capítulo V: Ingresos.....               | 22 |
| Capítulo VI: Recursos claves.....       | 26 |
| Capítulo VII: Asociaciones claves.....  | 35 |
| Capítulo VIII: Actividades claves.....  | 41 |
| Capitulo IX: Estructura de costos.....  | 43 |
| Capitulo X: Evaluación financiera.....  | 49 |
| Lienzo del modelo de negocio.....       | 57 |
| Referencias.....                        | 58 |
| Anexos.....                             | 61 |



## **Introducción**

Cundinamarca es un departamento con gran variedad en gastronomía, fauna y flora, además de ser una de las regiones más visitadas por las personas para el desarrollo de actividades de ocio y disfrute al aire libre. Por tal motivo el enfoque del proyecto se basa en el desarrollo de un Ecoparque, donde se pueda participar en actividades y hacer uso de atracciones y zonas residenciales turísticas rodeadas de zonas verdes, que resulten agradables para los clientes, y que puedan divertirse en familia con nuestro CundiEcoPark.

Es un espacio en donde se genere el cuidado y la preservación del ambiente, por medio de la promoción de la salud a partir del desarrollo de actividades físicas que tendrán como objetivo incentivar el bienestar por medio de caminatas y senderismo en donde los profesionales del deporte y la salud garanticen la seguridad de los usuarios por medio de la aplicación de conocimientos específicos en el abordaje del ejercicio para cada tipo de usuario, además de contar con espacios propicios para la lodoterapia y baños termales que son herramientas alternativas para el cuidado de la salud.

## **Nombre**

CundiEcoPark

## **Misión**

CundiEcoPark, permite prestar un servicio de calidad con profesionales del área de la salud en diferentes ramas como la rumba, el entrenamiento funcional y la gimnasia, con el objetivo de ofrecer un excelente servicio a la comunidad, generar empleo y hacer que las



personas empiecen a realizar actividad física, incentivando un estilo de vida saludable de una manera agradable y dinámica. Además de generar una integración social y mejorar las relaciones personales, será reconocido como uno de los parques de gran magnitud, es decir se espera contar con un aforo de más de 1500 personas que visitarán nuestras instalaciones en CundiEcoPark.

### **Visión.**

Para el año 2028 seremos una empresa reconocida a nivel nacional e internacional por el valor de sostenibilidad que le brindamos al medio ambiente y a la formación de hábitos de vida saludable en las personas, por medio de instalaciones y actividades que permitan satisfacer las ambiciones de los clientes, aumentando los indicadores de las condiciones de vida, el bienestar y desarrollo del país. Además, ubicándonos en el mercado como una empresa sólida, sostenible y llena de valores que representen a la naturaleza, la cultura, la sociedad, la diversión y sobre todo la salud.

### **Logotipo**

Nuestro logotipo tiene principalmente el color azul, pues este es un color que refleja la calma y la tranquilidad, además, esto puede tener una amplia relación con nuestro servicio de termales, la cual les permite tener un proceso de serenidad mediante el uso de métodos terapéuticos como el agua; con propiedades curativas. Ahora bien, al fomentar la práctica de actividad física, queremos que nuestros clientes entiendan que es fundamental crear una conexión mente y cuerpo para generar hábitos saludables, incluso, en nuestro logo hay tonalidades blancas, las cuales explican la pureza y la salud que brindamos en nuestro



ecoparque con nuestras actividades recreativas. El círculo con la montaña representa lo positivo y unidos que estamos con nuestros clientes y la naturaleza, además muestra un trazo de luz en la mitad que indica que somos el camino hacia la salud, el bienestar, el cuidado y la diversión.



### **Slogan**

Elige una ruta, no una rutina.

### **Explicación:**

En la actualidad nos damos cuenta de que las personas viven constantemente en una rutina, cumplen un rol, hacen sus deberes y en muchas ocasiones no tienen el tiempo suficiente para desarrollar actividades de ocio o tener un simple descanso, están tan involucrados con la tecnología, que perdemos de vista la belleza de la naturaleza y su capacidad para relacionarnos con nosotros mismos y nuestro entorno. Con este mensaje



queremos abrir el camino hacia rutas que te lleven a hacer lo que te gusta, un lugar de esparcimiento y diversión, a utilizar el tiempo de una manera beneficiosa para tu salud y fomentar hábitos saludables que brindan una mejor calidad de vida a las personas.

### **Fundamentación Humanista**

Nuestra propuesta de negocio está direccionada para la creación de un ecoparque el cual le pueda brindar un servicio óptimo y de calidad a cada uno de nuestros clientes o turistas, en el que todos ellos se sientan a gusto con cada uno de los espacios con los que cuenta nuestro proyecto, por eso podemos darnos de cuenta que en el año 2004 el autor Gómez, afirma que los valores son pautas que orientan el comportamiento humano hacia la transformación social e individual, dando a conocer cada uno de nuestros valores más fundamentales e importantes para nuestra empresa que son la responsabilidad que según el autor Do Céu Almeida en el año 2005 que el turismo depende de la comunidad, de la calidad, del medio ambiente y del contexto internacional para su por lo tanto, es de gran importancia la promoción de prácticas turísticas que cumplan criterios de Responsabilidad Social dentro de las empresas que componen el sector, otro de nuestros valores importantes es la honestidad siendo este un valor muy importante para el desarrollo del día a día de nuestras actividades y teniendo como referencia lo que nos cuentan los autores Garrido y Redondo en el año de 1995, que se refieren a la honestidad como una virtud porque ayuda a establecer relaciones que tienen un significado por ellas mismas; por tal razón la honestidad no es considerada como un tipo de cualidad sino que se concibe como un concepto relacional dándole un plus muy importante a cada uno de los trabajadores que cumplen y tiene en



cuenta el verdadero significado de la honestidad ante cualquier situación que se pueda presentar dentro de la empresa, así como es tendencia la incorporación del valor de la solidaridad a la actividad turística ya que viene respaldada por diferentes estudios como el del autor Herrero Amo en el año 2003, que identifica la conexión entre turismo y solidaridad como una alternativa en la que la principal motivación del viajero es la tranquilidad y la creación de un espacio sano y acogedor, el liderazgo es un valor muy importante en nuestra empresa siendo considerado por los autores Castro, Cetina, Ortega y Aguilar en el año 2010 como un proceso por el cual una persona, normalmente un directivo de empresa o de área, tiene la capacidad de influir y motivar a sus seguidores, contribuyendo al logro de los objetivos establecidos y al éxito del proyecto de la empresa turística. Además, nuestro personal que labora se encuentra completamente capacitado para brindarles un servicio de alta calidad en relación entre el trabajador y el cliente, siempre teniendo presente el respeto, la educación y el buen servicio al cliente. En esta empresa se hace referencia al enfoque tomasino en el cual su prioridad es fomentar el trabajo en equipo y el desarrollo integral para cada uno de nuestros trabajadores, teniendo la habilidad de poder resolver diferentes situaciones que se puedan presentar en cualquiera de nuestras actividades o servicios que preste el parque.

### **Investigación de Mercados**

Utilizaremos la encuesta como herramienta, la cual va a ser aplicada a nuestros clientes potenciales, que permitirá conocer los problemas y necesidades de ellos, probando así la idea de negocio presente en el mercado.



Se aplicó en su momento a través de google forms, con el fin de saber las necesidades de los clientes y tener aspectos clave con ayuda de esta.

<https://forms.gle/nk9CUG6KpGKwj97s5>

#### 6. Análisis de la encuesta:

- Las personas tienen preferencia en ir en familia, pues buscan compartir con cada uno de ellos en estos lugares, y sobre todo tener recuerdos de aquellas experiencias que se brindarán en el ecoparque.
- Las personas asistieron en un promedio de 3 a 6 meses al parque lo cual se entendería que es las fechas de temporada alta, teniendo en cuenta esto, la adecuación de las instalaciones se mantendrá al margen para brindar mejor experiencia en estas fechas.
- A la gran mayoría de personas encuestadas, les gustaría encontrar en estos parques, centros de relajación, descanso y cuidado para su disfrute.
- La gran mayoría de las personas visitan este parque en compañía de la familia o con amigos.
- La mitad de las personas encuestadas hacen uso de este tipo de parques o instalaciones solo como pasadía y la otra mitad la utiliza entre 2 a 3 días.

#### 7. Análisis de la competencia

Aquí se identifica cada competidor con sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas para luego proponer la estrategia de negocio, el párrafo de cierre, métricas clave y ventaja especial frente a la competencia.



| Análisis de la competencia – DOFA |                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                  |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                   | Termales los volcanes                                                                                                                          | Termales Nápoles                                                                                                                                                                                                    | Paraíso termal                                                                                                   |
| Debilidades                       | El servicio de spa es brindado por otra entidad o profesional externo del volcán, difiriendo de subjetividades en servicios.                   | Ampliar más la información de medicinal, especificar porque claramente al acceder a estas piscinas termales están relacionadas a la protección y cuidado de la salud.                                               | La infraestructura puede ser más potencializada                                                                  |
|                                   | Al llenarse las 11 habitaciones en su cupo máximo, las 4 piscinas en algún momento no será espacio suficiente para las 5 personas              | Aumentar más la galería, no se logra identificar de manera clara la planta física y que mejor que se identifique la planta física natural del lugar.                                                                | Puede apoyar a la recreación para generar espacios adecuados familiares y generador de experiencias              |
|                                   | En la página web falta información válida desde la ciencia que sea solo que de un “sensación de renovado por las articulaciones y músculos...” | No establece adecuadamente los valores de la alimentación cada servicio tiene su costo                                                                                                                              | Vincular y afianzar más el servicio en ofrecer oportunidad de generar experiencias y no solo en asistir al lugar |
|                                   | Falta justificar el valor diferenciador del servicio y puede justificar en la clasificación status y accesibilidad.                            | No comunica los servicios o comentarios de las personas que han podido acceder a este servicio, existe información, pero no como los clientes se han podido satisfacer a través de la asistencia a termales Nápoles | Potenciar más lo servicios que se pueden obtener a partir de asistir a paraíso termal                            |



|            |                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                  |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Fortalezas | Baño de vapor termal                                                                                                                                                | Expresan más gama de servicios, en estos termales implementan la recreación y el ecoturismo                                                                                               | Las fotos son de familias o visitantes que toman el servicio, da una sensación de familiaridad                                                                                                                   |
|            | Hospedaje de 1 a 5 personas por habitación                                                                                                                          | Más gama de profesionales al tener la recreación y el ecoturismo habla de la garantía que puede tener este termal en ofrecer el servicio turístico que va más allá                        | Establece que los servicios se pueden acceder antes del check-in y luego del check out, referente a las zonas públicas un muy buen plus para hablar de integralidad del servicio durante los horarios permitidos |
|            | Facilidad de ubicación en la página web además de tener fotos del lugar y se ve estéticamente adecuado y con una buena infraestructura en términos de calidad       | Slogan claro en donde transmite intriga para acceder a este servicio, por un servicio integral                                                                                            | Establece servicios románticos para la pareja y son adecuados para la intención de la selección de la pareja a estos lugares                                                                                     |
|            | Accesibilidad fácil al punto del volcán porque es un municipio cerca de Bogotá y no se aleja de la avenida norte, si no posee carro puede llegar fácilmente en bus. | En los servicios se logra comunicar el valor de la familia y la vinculación de los termales Nápoles, logran relacionar que en este lugar es un factor principal para el cliente potencial | Tiene zonas diferentes que amplían el entretenimiento como juegos tradicionales pero que cumplen adecuadamente su función                                                                                        |



|               |                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Oportunidades | Complementar los testimonios en base de evidencia científica o alguien experto en la capacidad de determinar porque realmente los beneficios si se generan                                                                                          | Comunicar que brindan siempre para las 4 personas una cama, no un sofá cama, por lo que establecen más la calidad del servicio que pueda recibir el cliente que la misma cantidad y que no puedan establecer un descanso ameno en sus vacaciones | Expresar quién es el encargado de las caminatas ecológicas se reconoce que la actividad física necesita de cuidados ante diferentes percepciones respecto a la condición de la salud, es por esto que es importante lograr determinar adecuadamente para las personas que pagan de 20.000\$ a 25.000\$ este servicio |
|               | Expandir más la propuesta sobre los clientes potenciales, porque si se denota que existe la facilidad de ver el hospedaje, pero no tanto el glamping por medio de ofertas de pareja, para los planes personales.                                    | Existe el icono para acceder a la plataforma WhatsApp fácilmente para cotizar o reservar por los servicios ya visualizados anteriormente                                                                                                         | Podría existir renovación en algunas partes como las zonas públicas o algún tipo de mantenimiento que verifique su estado adecuado                                                                                                                                                                                   |
|               | Exponer las fotos de galería en un lugar más visible de la página web, realmente si se ve un lugar que cumpla con estándares de calidad sin embargo estaba perdiendo potencialmente su publicidad al no mostrar estas fotos en un lugar más visible | Exponer en un lugar más amplio la fauna que compone el termal Nápoles de modo que no todos los lugares expresan este factor diferencial                                                                                                          | Mostrar algo de la caminata, no se logra identificar el factor diferencial de las caminatas pues no es adecuado no mostrar posiblemente un factor diferencial                                                                                                                                                        |
|               | En las fotos de la página debería existir algunas que salgan personas accediendo a este servicio, puede ser un factor de decidir qué tan real es que personas del común accedan a este lugar.                                                       | Me parece adecuado poner la información del nit en un lugar más visible porque esto permite comunicar la formalidad de la empresa                                                                                                                | Darle un cambio un poco a la visualización del lugar y darle variabilidades a la publicidad permitiendo visualizar espacios que no se denotan                                                                                                                                                                        |



**Conclusiones análisis de competencia.**

El servicio en ecoparque se centrará en todas las personas que deseen asistir a este multiparque permitiendo así que entre ellos tengan un factor común relacionándolos para la actividad física demostrados en las atracciones y actividades por medio de la familiaridad que estén dentro del grupo o personas asistentes. Es así que, estandarizar la asistencia de aquellas personas que deseen generar experiencias por medio del uso de las instalaciones y la participación de las actividades de CundiEcoPark. Osterwalder (2011) expresa que las relaciones se pueden estructurar con el cliente por medio de la captación para el aumento de las ventas respectivamente a partir de una adecuada fidelización con el cliente potenciando el factor diferencial que es la generación de experiencias.

Los parámetros que logran verificar la adopción es el nivel de asistencia que estará respaldado por la formación de comunidades que tengan vinculación con los programas del servicio y con el uso del canal de la publicidad puedan estar al tanto de los cambios pertinentes de CundiEcoPark, lo cual el mismo autor expresa en la creación de comunidades en línea que permita la solución de problemas por medio de comprender los retos que se deben vencer mediante la actividad física.



**Diferenciación.**

A lo que compete, CundiEcopark al momento de involucrar la personalización del servicio por medio del valor agregado en los servicios con un diseño acorde al objetivo de familiarizar a los clientes por medio de este gran proyecto que une el impacto de la naturaleza en busca de adoptar estilos de vida saludable.

**Capítulo I: Propositiones de valor**

La propuesta de valor es una de las estrategias que se ejecutan en el momento que una empresa se quiere diferenciar de los competidores por algo en concreto, con el objetivo de llamar a atención del público y tener la aprobación del mismo con el producto o servicio que se les va a ofrecer, y que se distingue del competidor (Peiró, 2019). De esta manera con la utilización de este capítulo se pretende mostrar los beneficios que nuestra empresa promete entregar, haciendo descripción de la experiencia que el cliente puede obtener de nuestro servicio. Es por esto que nuestra propuesta de valor utiliza alternativas que solucionarán las necesidades de nuestros clientes y sobre todo diferenciar nuestro servicio de la competencia. Para esto se manejaron los siguientes tipos.

**Tipos**

**Precio:** El precio que se fijara es accesible para todo tipo de población, manteniendo este valor al margen de la competencia, pero sabiendo que se brinda una mayor cantidad de servicios de los que ofrecen ellos.



**Accesibilidad:** Ya que se busca impactar una gran cantidad de personas, capaces de adquirir el servicio a excelentes precios.

**Desempeño:** Guías profesionales en el tema de desarrollo de actividades, atracciones turísticas y también con profesionales en el área de actividad física.

**Personalización:** Utilización de los espacios naturales, que permitirán la estructuración y desarrollo de actividades recreo-deportivas, como caminatas al aire libre y canopy

**Ahorro de tiempo:** cercanía a la ciudad capital y diversidad de servicios en un solo lugar dispuestos para uso exclusivo del cliente.

Teniendo en cuenta los anteriores ítems, estos van a estar enfocados directamente en el servicio que se está desarrollando es un ecoparque turístico, que consta con una serie de actividades recreo-deportivas al aire libre y además con unas zonas de hospedaje y alimentación que estarán dispuestas a los clientes, para que su experiencia mientras esté en nuestras instalaciones sea la mejor.

### **¿Qué soluciona exactamente?**

Brindaremos un servicio a cada una de las personas que son amantes de las aventuras extremas, los termales naturales rodeados de naturaleza en el cual el objetivo principal de nuestro proyecto es satisfacer la poca variedad de lugares de enfoque inteligente para brindar la actividad física en lugares que sean también turísticos debido a que en la región existe muy poca variedad de lugares 100% naturaleza llenos de diversión, y como plus, el poder contar con zonas de alimentación y de hospedaje, todo en un mismo lugar, dando solución a aquellas



necesidad del cliente de tener múltiples servicios en una sola zona y no estar visitando varios lugares, que le llevaría una gran pérdida de su tiempo dispuesto para las vacaciones.

### **¿Qué beneficios se está entregando al cliente?**

Los beneficios que obtiene el cliente a través de nuestro servicio giran entorno actividades de integración por medio del fomento las actividades recreo-deportivas y la actividad física con el acompañamiento de profesionales en el área para el mejoramiento de su salud, así mismo el uso de las actividades turísticas que le permiten estar en contacto con el medio natural y entrar en un ambiente de tranquilidad. Puntualmente son.

**Beneficios sociales.** Esto se da con base en el programa recreativo que CundiEcoPark les va a ofrecer los clientes, solo con el hecho de asistir a las instalaciones, pues estos beneficios serían el convivir, interactuar, participar y trabajar en grupo con los demás, pues estas habilidades poco a poco van a trascienden a la vida cotidiana y van generando cambios en los patrones culturales.

**Beneficios Físicos:** El servicio de recreación va a contribuir a que las personas tengan un mejor estado de salud, pues a través del ejercicio y el interactuar en estados confortables, les da a las personas un alto nivel de bienestar el cual va a impulsar a la población a mantenerse activa y aprovechar mejor su tiempo libre.

**Beneficios Ambientales:** Se enfocará en la enseñanza de cómo se debe llevar el cuidado de las zonas ambientales con ayuda de las actividades recreativas naturales que se



van a tener en el parque, ayudará a fomentar el desarrollo de conocimientos y habilidades para el cuidado de los recursos que los rodean.

**Hábitos de vida saludable:** Al tenerse en cuenta la recreación deportiva también como ítem fundamental del programa recreativo de CundiEcoPark, esta va a contribuir al desarrollo de nuevos hábitos de salud, la disminución de enfermedades crónicas y les brindará a los clientes una mayor expectativa de vida...

## **Capítulo II: Segmentos de mercado**

**Los clientes son la razón de ser de una organización, es por esto que es de vital importancia definir a quienes de ellos nos vamos a dirigir, y para ello es importante tener en cuenta según Corredor, J. (2023) los problemas y necesidades que tienen estas personas, con el fin de ir conociendo también su arquetipo y personalidad. Para lograr moldear el servicio acorde a ellos y llamar su atención, para que así paguen por nuestro servicio.**

Nuestros clientes son todos aquellos que quieren emprender en la actividad física o que desean participar de un pasatiempo con la familia en un lugar donde se proteja el ambiente, conociendo la cultura característica de Chocontá. Se identifican diversas variedades de actividades físicas como, senderismo, rafting y otras actividades que permiten promocionar la actividad física, el deporte y la salud.

**Tipo:**

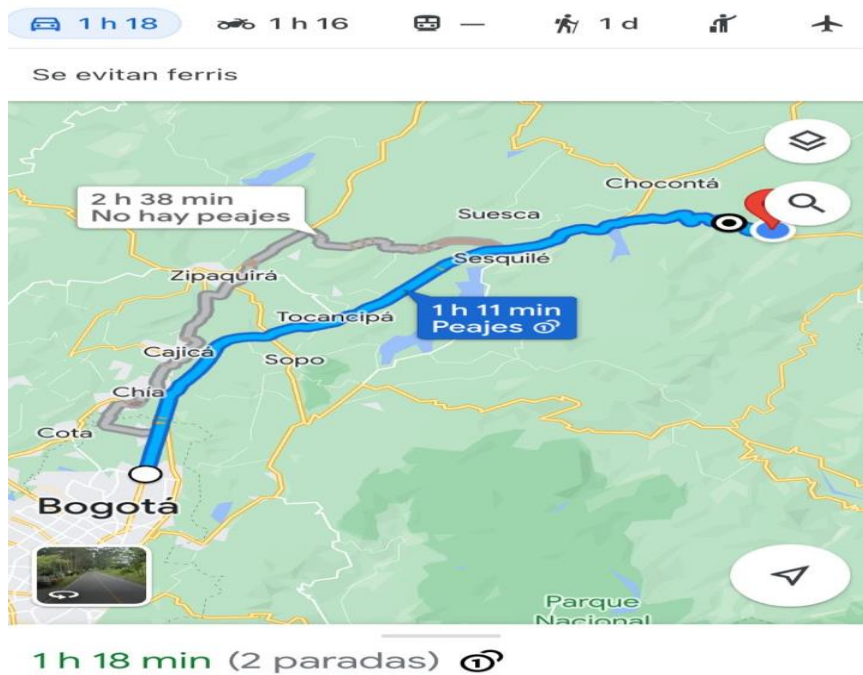


**Mercado de masas:** Inicialmente el servicio va dirigido al público en general, sin tener ninguna distinción, pues se quiere dar solución a necesidades similares del público. Es por esto que va a hacer un servicio integral, con el desarrollo de actividades recreo-deportivas para aquellas personas amantes de la adrenalina, como a su vez ofrecer un servicio de relajación y descanso.

También se presenta una segmentación con características que se buscan en los clientes, estas se dan a nivel.

**Geográfica:** El domicilio principal de la empresa será el municipio de Chocontá (Cundinamarca) y su dirección para notificaciones judiciales será el kilómetro 14 vía Sisga Macheta, este es un terreno que se tiene fijo por medio de uno de los socios de la idea de negocio. **Como tal el desplazamiento desde la ciudad de Bogotá es muy sencillo, se toma la salida por la autopista norte, pasando el embalse del sisga, se toma un desvío a la derecha que conduce al municipio de macheta Cundinamarca, aproximadamente en el kilómetro 14 encontraras las instalaciones de nuestro parque. Aquí abajo se encuentran más especificaciones de la ruta.**





**Demográfica:** Se quiere implementar un rango de edad estándar desde los 3 años en adelante, respecto a los ingresos; no se busca desarrollar ningún tipo de discriminación con los estratos sociales, tampoco habrá discriminación frente a aspectos como la religión, raza, etnia o género.

**Psicográfica:** Este proyecto busca una gran interacción social y fomentar los estilos de vida saludable, por tal motivo no nos enfocamos en los intereses personales o el estilo de vida que mantienen las personas que nos visitan, simplemente queremos impactar en la salud, el aprovechamiento del tiempo libre y la diversión.

**Conductual:** Es importante aclarar que el comportamiento de los consumidores es cambiante y en muchas ocasiones poco predecible, por tal motivo se busca dar un poco más de libertad en la toma de decisiones que tienen los clientes al participar en las diversas



actividades que ofrece nuestra empresa.

### **Capítulo III: Canales**

Los canales inicialmente son los que van a establecer el contacto de nuestra empresa con los clientes. Principalmente tienen como función dar conocer el servicio que estamos ofreciendo es por esto que (Da silva, 2021), hace referencia en que se tienen que seleccionar los canales de distribución más rápidos y rentables, que garanticen la llegada al segmento de clientes definido.

Para esto utilizaremos los siguientes canales.

#### **Propios – Directos**

Los canales propios según Bohórquez (2019) son aquellos canales que controlan la marca y que ayudan a crear una relación a largo plazo con los consumidores activos que va adquiriendo el proyecto en este caso. El uso de estos canales suministra información y contenidos de valor al cliente, dándole la característica de canales directos, que en este caso para el proyecto se presentan a través de sitios web y redes sociales. Para llevar a cabo esta herramienta se desarrollará a través de las siguientes fases.

#### **Fases de Canal**

**Información:** Daremos a conocer el servicio de nuestra empresa, a través de sitios web oficiales como Facebook, Instagram, publicidad en línea etc., esto gracias al equipo comercial contratado para la empresa, quienes a través de esta mostrarán los espacios con lo que cuenta el eco park, también se encontrarán allí los planes de servicio que se ofrecen para ellos.



**Evaluación.** Se hará utilización de encuestas de satisfacción en el momento de que las personas abandonen nuestras instalaciones, con el fin de saber qué es lo que más atrae a las personas al parque, y que opinan de las actividades que se realizan, con el fin de mejorar nuestros servicios y brindar una experiencia más agradable.

**Compra:** La compra se llevará a cabo por medio de la página web, utilizando el canal de ventas por internet, donde estarán los planes ofrecidos y el cliente tendrá que realizar el pago por medio electrónico, de igual forma la compra de estos tickets se puede hacer de manera presencial, en el lugar de recepción del ecoparque.

**Entrega:** La entrega de nuestro servicio es de manera presencial, haciendo uso de los tickets comprados por el cliente para ingresar a las instalaciones y hacer uso de las atracciones que están en el parque.

**Postventa:** Para mantenernos en la mente de nuestros clientes, se tendrá una tienda propia, a la cual se le hará la invitación a cada uno de ellos para que la visiten antes de hacer su salida del parque, allí encontrarán recuerdos de las atracciones y fotos exclusivas de las actividades en las que estuvieron participando e indumentaria propia del parque.

En general los canales benefician en gran medida a la empresa, pues desde un inicio hace plantear los medios y estrategias que se van a utilizar para hacer contacto con los clientes, ya que con su aplicación según (Ortega, 2021) se mejora la experiencia del servicio y la relación con el cliente, para generar un mayor reconocimiento del ecoparque, y así un aumento de la demanda por nuestros servicios gracias a la atención oportuna.



## Capítulo IV: Relación con clientes

Para este capítulo se nos menciona que se deben tener estrategias para cuidar, mantener y satisfacer al cliente, Con el fin de mantener una buena relación con este. La idea no es conquistarlos hasta que realicen una compra y posteriormente olvidarlos.

Es por esto que Silva, D. (2021) nos resalta que la gestión al cliente se trata de brindar atención antes, durante y después de que lleven a cabo una compra del servicio. Esto puede enriquecer de manera significativa la experiencia del cliente. Y es por esto que se maneja el siguiente tipo de relación con el cliente.

### **Tipo.**

#### **Asistencia personal:**

En primera característica nuestra empresa se destaca por su innovación en la creación de un lugar de relajación, descanso y diversión para cada uno de nuestros clientes, buscando satisfacer cada una de sus necesidades. Además de manera directa se dispondrá de personal que atenderá y estará dispuesto en las instalaciones a solucionar cualquier inquietud y estar en relación con las opiniones de los clientes y sus necesidades.

Para este tipo de relación también se buscará tener presente como característica, el compromiso y respeto donde la comunicación sea un eje fundamental para poder llegar a cada uno de nuestros clientes dándoles a conocer cada uno de nuestros principios morales por parte de nuestros empleados, para así poder garantizar un servicio profesional y de calidad en todo momento.

#### **Estrategias:**



**-Ofrecer descuentos en los planes en ciertas temporadas, que permitan más accesibilidad a los clientes y que puedan llamar su atención para que adquieran el servicio.**

**-Manejar diferentes temáticas en fechas relevantes, con diferentes actividades prácticas en familia que puedan generar grandes experiencias para que los clientes se encuentren a gusto y sigan participando.**

**-Se manejarán algunos retos de cuidado del medio ambiente, pues en su vida cotidiana se les pedirá que promuevan el reciclaje, o planten árboles, actividades que ayuden al medio ambiente, y tendrán que subir un soporte a nuestra página web con el #CundiEcoPark, para acumular puntos y ganar premios.**

**-Entradas Gratis**

**-Bonos de compra en la tienda de ropa de nuestra marca**

**-Descuentos en servicios de nuestras empresas aliadas**



## Capítulo V: Ingresos

Según Gil (2022) comenta que los ingresos, son ese incremento de los recursos financieros que recibe una organización o persona, por la venta de un producto o servicio y que posteriormente constituye el aumento del patrimonio neto de la empresa.

Además, nuestras fuentes de ingresos estarán vinculadas al tipo de ingresos recurrentes, los cuales se definen como pagos periódicos que realizan los clientes por el uso o adquisición de un producto o servicio. Ahora bien, se identificarán las fuentes de ingresos que tienen mayor relación con la venta de nuestros servicios. Estas son:

### Tipos

**Cuota por uso:** nuestro servicio también cuenta con el sistema de hospedajes, por tal motivo, se garantiza cobrar a los clientes por el número de noches que se hospedan en nuestras instalaciones.

**La venta/alquiler/leasing:** esta es una fuente de ingreso que se utiliza como medio de una concesión temporal que, mediante el cambio de un valor, porcentaje o tarifa, permite hacer uso exclusivo de nuestro servicio por un tiempo limitado anteriormente establecido. Los consumidores disfrutarán del servicio pagando únicamente por el tiempo limitado que estarán en las instalaciones del parque (pasadía), haciendo uso de nuestras actividades.



### Proyección de ventas

| Flujo de caja al año |              |                |               |
|----------------------|--------------|----------------|---------------|
| Mes                  | Cantidad P/S | Valor unitario | Total         |
| Enero                | 40           | \$1.233.000    | \$49.320.000  |
| Febrero              | 39           | \$1.233.000    | \$48.087.000  |
| Marzo                | 44           | \$1.233.000    | \$54.252.000  |
| Abril                | 50           | \$1.233.000    | \$61.650.000  |
| Mayo                 | 45           | \$1.233.000    | \$55.485.000  |
| Junio                | 52           | \$1.233.000    | \$64.116.000  |
| Julio                | 60           | \$1.233.000    | \$73.980.000  |
| Agosto               | 43           | \$1.233.000    | \$53.019.000  |
| Septiembre           | 77           | \$1.233.000    | \$94.941.000  |
| Octubre              | 80           | \$1.233.000    | \$98.640.000  |
| Noviembre            | 67           | \$1.233.000    | \$82.611.000  |
| Diciembre            | 82           | \$1.233.000    | \$101.106.000 |
| Total                |              |                | \$837.207.000 |

Se estableció la cantidad de servicios que se podrían vender por mes durante un año, variando la cantidad según los meses de las ventas que se podrían tener, para luego multiplicar por el valor unitario del servicio y obtener los ingresos totales por mes, obteniendo finalmente los ingresos anuales que se podrían generar con la venta de nuestro servicio.

Flujo de caja a 2 años con tasa de inflación del 16% y a 3 años con tasa de inflación del 18%.

| Mes     | Ingresos     | Egresos      | Saldo 1er año | 2do año + 16% | 3er año + 18% |
|---------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| Enero   | \$49.320.000 | \$47.996.910 | \$1.323.090   | \$1.534.784   | \$1.561.246   |
| Febrero | \$48.087.000 | \$47.996.910 | \$90.090      | \$104.504     | \$106.306     |
| Marzo   | \$54.252.000 | \$47.996.910 | \$6.255.090   | \$7.255.904   | \$7.381.006   |
| Abril   | \$61.650.000 | \$47.996.910 | \$13.653.090  | \$15.837.584  | \$16.110.646  |



|              |                      |                      |                      |                      |                      |
|--------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Mayo         | \$55.485.000         | \$47.996.910         | \$7.488.090          | \$8.686.184          | \$8.835.946          |
| Junio        | \$64.116.000         | \$47.996.910         | \$16.119.090         | \$18.698.144         | \$19.020.526         |
| Julio        | \$73.980.000         | \$47.996.910         | \$25.983.090         | \$30.140.384         | \$30.660.046         |
| Agosto       | \$53.019.000         | \$47.996.910         | \$5.022.090          | \$5.825.624          | \$5.926.066          |
| Septiembre   | \$94.941.000         | \$47.996.910         | \$46.944.090         | \$54.455.144         | \$55.394.026         |
| Octubre      | \$98.640.000         | \$47.996.910         | \$50.643.090         | \$58.745.984         | \$59.758.846         |
| Noviembre    | \$82.611.000         | \$47.996.910         | \$34.614.090         | \$40.152.344         | \$40.844.626         |
| Diciembre    | \$101.106.000        | \$47.996.910         | \$53.109.090         | \$61.606.544         | \$62.668.726         |
| <b>Total</b> | <b>\$837.207.000</b> | <b>\$575.962.920</b> | <b>\$261.244.080</b> | <b>\$303.043.128</b> | <b>\$308.268.014</b> |

### Mecanismos de fijación de precios

Se determinó utilizar los precios fijos, ya que estos nos permitirán tener una mayor organización en la contabilidad y gestión financiera de la empresa, pues se ofrece un servicio de alta calidad y un gran volumen de venta, por la gran capacidad de aforo que tiene nuestro ecoparque. Se tuvo en cuenta en primer lugar.

### Análisis de competencia

|           | Categorías | Termales los volcanes | Categoría      | Termales Nápoles | Categoría           | Paraíso termal |
|-----------|------------|-----------------------|----------------|------------------|---------------------|----------------|
| Hospedaje | Estándar   | \$441.000             | L-V            | \$100.000        | Tradicional (L-V)   | \$100.000      |
|           | Deluxe     | \$532.000             | S-D-F          | \$120.000        | Tradicional Puentes | \$120.000      |
|           | Suite      | \$602.000             | Plan Romántico | \$550.000        | Por pareja          | \$550.000      |
|           | Total      | \$1.575.000           | Total          | \$770.000        | Total               | \$770.000      |



|                       |                                    |             |                                                      |             |                         |                            |
|-----------------------|------------------------------------|-------------|------------------------------------------------------|-------------|-------------------------|----------------------------|
| SPA                   | Choco aventuras                    | \$60.000    | Masaje antiestrés medio cuerpo                       | \$45.000    | Antiestrés medio cuerpo | \$45.000                   |
|                       | Choco terapia adulta               | \$80.000    | Masaje antiestrés cuerpo completo                    | \$90.000    |                         | Antiestrés cuerpo completo |
|                       | Terapia en pareja                  | \$240.000   |                                                      |             |                         |                            |
|                       | Total                              | \$380.000   | Total                                                | \$135.000   | Total                   | \$135.000                  |
| Piscina               | Adultos y niños mayores de 12 años | \$42.000    | Por persona                                          | \$30.000    | Por Persona             | \$30.000                   |
|                       | Niños de 3 a 11 Años               | \$29.000    | Adulto mayor                                         | \$25.000    | Niño o adulto           | \$25.000                   |
|                       | Adulto mayor a 65 Años             | \$41.000    | Niños - 3 años                                       | \$25.000    |                         |                            |
|                       | Total                              | \$112.000   | Total                                                | \$80.000    | Total                   | \$190.000                  |
| Servicios Adicionales | N.A                                | N.A         | Caminata Rufino Cuervo                               | \$15.000    | N.A                     | N.A                        |
|                       | N.A                                | N.A         | Caminata Camino Virreinal                            | \$20.000    | N.A                     | N.A                        |
|                       | N.A                                | N.A         | Caminata cascada el golpe y visita a Manta el pueblo | \$25.000    | N.A                     | N.A                        |
|                       | Total                              |             |                                                      | \$60.000    |                         |                            |
| Valor Total           |                                    | \$2.067.000 |                                                      | \$1.045.000 |                         | \$1.095.000                |
| Total Competencia     | \$4.207.000                        |             |                                                      |             |                         |                            |



Es importante tener bien claras y definidas nuestras fuentes de ingresos, pues de esta manera, podemos optimizar nuestras estrategias de venta y comercio. Estos ingresos son de gran importancia, ya que es el insumo principal con el cual nuestra empresa podrá seguir atendiendo las prioridades y necesidades de la misma, pues según Meza (2018) el aumento económico proveniente de nuestro servicio ofrecido hará que nuestro patrimonio oficial aumente debido al mayor ingreso de activos que ayudan a cubrir las obligaciones de la empresa.

|           | Categorías                             | CUNDI – ECO PARK |
|-----------|----------------------------------------|------------------|
| Hospedaje | Estándar<br>L-V                        | 150.000          |
|           | Deluxe<br>S-D-F                        | 260.000          |
|           | Suite<br>Plan Romántico                | 350.000          |
|           | Total                                  | 760.000          |
| SPA       | Choco aventuras<br>“Masaje antiestrés” | \$60.000         |
|           | Choco terapia adulta                   | \$70.000         |
|           | Terapia en pareja                      | 130.000          |
|           | Total                                  | \$260.000        |
| Piscina   | Adultos y niños mayores de 12<br>años  | 45.000           |
|           | Niños de 3 a 11 Años                   | 25.000           |



|                       |                                             |         |
|-----------------------|---------------------------------------------|---------|
|                       | Adulto mayor a 65 Años                      | 40.000  |
|                       | Total                                       | 110.000 |
| Servicios Adicionales | Caminata Ecológica Adultos                  | 20.000  |
|                       | Caminata Ecológica niños mayores de 10 años | 8.000   |
|                       | Canopy                                      | 55.000  |
|                       | Entrenamiento Funcional                     | 20.000  |
|                       | Total                                       | 103.000 |
| Valor Total           | 1.233.000                                   |         |

### Rango de Utilidad

|                               |             |                             |           |
|-------------------------------|-------------|-----------------------------|-----------|
| Valor Total de la competencia | \$4.207.000 | Valor servicio CundiEcoPark |           |
| Promedio                      | \$1.402.333 | \$1.233.000                 | \$169.333 |
|                               |             | Rango utilidad              | 12%       |

### Capítulo VI: Recursos claves



En CundiEcoPark se reconoce la infraestructura como elemento fijo del funcionamiento del parque de forma tangible, diferenciando así el impacto ambiental por medio del cuidado y la preservación. Es así, que se podrá identificar que la propuesta de valor se define a partir del profesionalismo de los trabajadores del multiparque y su cuidado por medio de habilidades intelectuales la formación de estilos de vida saludable a los clientes que asistan de forma positiva mediante la promoción y prevención de la salud.

Lo cual refiere (Ostelwater, 2011) la garantía económica favorece la garantía de la existencia de la empresa en la vida útil a partir de la optimización del servicio a través de la adecuación de estudios financieros aplicables como el balance que analice los ingresos netos y de una posición adecuada al patrimonio con el que se contará, sin embargo, es de suma importancia pretender por este equilibrio financiero para una mejor solvencia de CundiEcoPark.

### Recursos Físicos

Aquí se puede encontrar la localización de la oficina, los espacios necesarios con su respectiva dimensión, los materiales para los productos y servicios.

| Físicos |                   |          |                                                                               |             |                 |                |
|---------|-------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------|----------------|
|         | Producto          | Cantidad | Descripción                                                                   | Valor total | Cantidad de uso | Valor X unidad |
| Físicos | Bebedores de agua | 15       | Es vital tener a nuestros clientes hidratados por seguridad en las diferentes | 17.235.000  | 1               | 1.149.000      |



|          |                                                                                   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                    |             |   |           |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---|-----------|
| Técnicos |                                                                                   |       | actividades, teniendo en cuenta que la deshidratación es un factor de riesgo                                                                                                                                                                                       |             |   |           |
|          | Banco de madera                                                                   | 25    | 1X2 medida con refuerzo de madera en las puntas                                                                                                                                                                                                                    | 5.300.000   | 1 | \$265.000 |
|          | Escenario Tarima                                                                  | 4     | Tarima de Sol & Sombra 240x240                                                                                                                                                                                                                                     | 1.612.000   | 1 | \$403.000 |
|          | Gorras para la protección de las personas, así como para la promoción de eco park | 300   | Que sean los colores base de la idea de eco-park con material impermeable que permita ser lavable y el material no se degenere tan rápido.                                                                                                                         | 5.208.900   | 1 | \$17.363  |
|          | Steps(Entrenamiento)                                                              | 30    | Aerobics 2, marca sport fitness                                                                                                                                                                                                                                    | \$3.948.000 | 1 | \$131.600 |
|          | Kit de bandas de resistencia de entrenamiento                                     | 30    | Diferentes resistencias para la adaptación del ejercicio de las personas que asistan                                                                                                                                                                               | 3.948.000   | 1 | 149.900   |
|          | Manilla de entrada                                                                | 1.000 | Manillas, son necesarias para la entrada al evento                                                                                                                                                                                                                 | 375.000     | 1 | \$375     |
|          | Papel tapiz especial para piedras                                                 | 100   | Para sistema de marcas, para el senderismo, permitiendo así una señalización más adecuada para la distancia y tipo de recorrido                                                                                                                                    | 4.000.000   | 1 | \$40.000  |
|          | Kit de brújulas para clientes de eco park                                         | 150   | <p>Hecho de construcción de metal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medir la dirección, longitud y latitud, horizontal y así sucesivamente</li> <li>• Ventana visar con línea</li> <li>• Flecha norte</li> <li>• Brújula flotante esfera con</li> </ul> | 7.110.000   | 1 | \$47.400  |



|              |                                |     |                                                                                                                          |            |   |             |
|--------------|--------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---|-------------|
| Tecnológicos |                                |     | escala de 360 °<br>• Dial giratorio con escala de 360 °<br>• Anillo de cubierta de unidad                                |            |   |             |
|              | Bastones para senderismo       | 100 | Bastones anti shock ajustables                                                                                           | 3.948.000  | 1 | 44.900      |
|              | Camel back                     | 40  | Promocionando la marca así mismo para proteger la columna vertebral y no dañar la columna mientras realiza el recorrido  | 2.116.000  | 1 | \$52.900    |
|              | Indicador led de temperatura   | 1   | Indicador para temperatura, humedad relativa y CO2, apto para piscinas y entornos con vapores                            | 7.000.000  | 1 | \$7.000.000 |
|              | Cabinas de sonido              | 25  | Cabina De Sonido Activa American Sound Bluetooth                                                                         | 12.999.750 | 1 | \$519.990   |
|              | Computador Asus Intel Core i 3 | 4   | Computador Portátil ASUS 14" Pulgadas X415JA-EK566 Intel Core i3 - 8GB RAM - Disco Estado Sólido 256 GB color Slate Gray | 4.796.000  | 1 | \$1.199.000 |
|              | Cámaras de seguridad           | 8   | Kit Hikvision Dvr 8ch + 8 Cámaras 1080p + Disco D. 1tb                                                                   | 1.250.000  | 8 | \$1.250.000 |
| Valor Total  | \$ 80.846.650                  |     |                                                                                                                          |            |   |             |



## Intelectuales

Se debe tener en cuenta los derechos de propiedad intelectual como la marca registrada, los derechos de autor, los secretos comerciales. Es por esto que se debe verificar que nuestro nombre como marca esté disponible en la cámara de comercio y pueda ser utilizado.

☒ Por nombre o razón social\*

Escriba los primeros caracteres del nombre

**Búsqueda por palabra clave**

☐ Por palabra clave

☐ Registro mercantil

Digite el número de matrícula

| Cámara de Comercio | Matrícula | Razón Social | Organización Jurídica | Ultimo año renovado | Estado |
|--------------------|-----------|--------------|-----------------------|---------------------|--------|
|                    |           |              |                       |                     | 1      |

## Realice su consulta empresarial o social

☒

 Recomendaciones de uso

## Talento Humano

Describir cuales son los empleados calificados y cuáles son sus habilidades para su respectivo puesto de trabajo, esta descripción del cargo debe contar con funciones y salario.



|                               |          | Mano de obra                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |               |             |             |
|-------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|-------------|
| Talento humano                | Cantidad | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Valor X Hora  | Valor X mes | Valor total |
| Especialistas en senderismo   | 5        | Debe guiar a los aficionados de la montaña, explicándoles en todo momento lo que deben hacer durante las actividades de baja y media montaña. Durante el transcurso de la ruta, el guía comparte sus conocimientos sobre la flora, la fauna, el clima y el entorno cultural. Lidera en la recepción y despedida de los participantes e incentiva la interacción y el compañerismo entre excursionistas. | 8h = 320.000  | 1.920.000   | 9.600.000   |
| Entrenador de zumba           | 2        | Debe tener la habilidad de enseñar y motivar personas de todas las edades y procedencias, además de una excelente comunicación para explicar técnicas y movimientos con claridad.                                                                                                                                                                                                                       | 2h = 80.000   | 480.000     | 960.000     |
| Entrenador método Tabata      | 2        | El entrenador debe tener un buen nivel de forma física, una excelente comunicación para explicar técnicas y movimientos con claridad y una actitud responsable hacia la salud y la seguridad.                                                                                                                                                                                                           | 1h = 40.000   | 240.000     | 480.000     |
| Socorrista Acuático           | 5        | Velar por la salud y seguridad de los usuarios de las piscinas, vigilancia de vestuarios y limpieza de la piscina                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 10h = 400.000 | 2.400.000   | 12.000.000  |
| Operario en canopy / Tirolesa | 4        | Desarrollar un guion para la charla de bienvenida, seguridad y uso del equipo de canopy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 8h = 320.000  | 1.920.000   | 7.680.000   |
| Personal de aseo              | 5 - 8    | Realizar diversas tareas de limpieza con el fin de mantener limpio y ordenado interiores e instalaciones de CundiEcoPark                                                                                                                                                                                                                                                                                | 6h = 240000   | 1.440.000   | 8.640.000   |



|                                     |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |               |           |            |
|-------------------------------------|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------|------------|
| Personal de recepción               | 4     | Brindar atención e información al personal interno y externo, además de generar apoyo en los procesos administrativos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 10h = 400.000 | 2.400.000 | 9.600.000  |
| Guías Turísticos                    | 3     | Brindar al turista información, acerca de los diferentes puntos de referencia del Ecoparque y así facilitar el desarrollo de actividades                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 4h = 160.000  | 960.000   | 2.880.000  |
| Jefes de cocina/Ayudantes de cocina | 5     | Realizar de manera cualificada, funciones de planificación, organización y control de todas las tareas propias del departamento de cocina y repostería. Organizar, dirigir y coordinar el trabajo del personal a su cargo. Dirigir y planificar el conjunto de actividades de su área. Realizar inventarios y controles de materiales, mercancías, etc., de uso en el departamento de su responsabilidad. Diseñar platos y participar en su elaboración | 7h = 280.000  | 1.600.000 | 8.000.000  |
| Camareros                           | 15-20 | Preparar las áreas de trabajo y transportar los útiles necesarios para el servicio, además de la atención directa al cliente para el consumo de comidas o bebidas.                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 3h = 120.000  | 720.000   | 10.800.000 |
| Mantenimiento y adecuación          | 25    | Realizar actividades de limpieza, reparaciones y comprobación de paneles de control de las instalaciones.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 3h = 120.000  | 720.000   | 18.000.000 |
| Servicio al cliente                 | 20    | Brindar información guiando al usuario en cualquier inquietud o duda que pueda tener.<br>Gestión de base de datos y procesos de reclamaciones y quejas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3h = 120.000  | 720.000   | 14.400.000 |
| SPA                                 | 10    | Ofrecer una amplia variedad de tratamientos de terapia curativa enfocados en la salud y belleza                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 1h = 40.000   | 240.000   | 2.400.000  |



|                              |   |                                                                                                                                                                                |                 |           |           |
|------------------------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------|-----------|
| Seguridad                    | 5 | Proteger a personas, propiedades y toda clase de bienes, además de la prevención del consumo y acciones no autorizadas dentro del parque.                                      | 8h = 320.000    | 1.920.000 | 9.600.000 |
| Primeros Auxilios            | 3 | Permitir la atención inmediata de una persona accidentada por medio de técnicas que disminuyan el riesgo de lesión de una persona, hasta que llegue la asistencia profesional. | 4h = 160.000    | 960.000   | 2.880.000 |
| Programador página web       | 2 | Crear, mejorar y ampliar softwares informáticos que puedan ejecutar diferentes funciones, además de administrar programas, redes sociales y páginas web.                       | 4h = 160.000    | 960.000   | 1.920.000 |
| Manager Digital              | 2 | Desarrollar y dirigir estrategias de marketing para aumentar la visibilidad y reputación de la marca.                                                                          | 4h = 160.000    | 960.000   | 1.920.000 |
| Administradores del proyecto | 3 | Coordinadores y supervisores del parque y sus actividades.                                                                                                                     | Mes = 3.000.000 | 3.000.000 | 9.000.000 |
| <b>\$ 130.760.000</b>        |   |                                                                                                                                                                                |                 |           |           |

### Recursos económicos

Se describe la estrategia para conseguir los fondos de inversión del capital inicial para dar inicio a la compañía, además se debe tener los costos de los canales.

**Inversión Inicial = \$277.354.462**



**El capital autorizado de la sociedad es de (\$3.000.000.000), dividido en (6) acciones y su valor nominal está dividido de la siguiente manera.**

**Acciones mayoritarias: Corresponde a \$1.500.000.000 millones**

**\$ 1.500.000.000 que corresponde al terreno**

**Acciones minoritarias corresponde a \$975.000.000 millones derivado de**

**\$500.000.000 gobernación de Cundinamarca**

**\$375.000.000 Colanta**

**\$100.000.000 DotAlturas**

**Restarían \$525.000.000 millones que se buscará conseguir por medio de la estrategia Crowdfunding, la cual nos permitirá tener aportaciones de una variedad de inversores. Para esto se utilizarán plataformas como Sky Funders , a2censo, entre otras.**

Es importante entender que el terreno hace parte de una acción, por tal motivo la otra parte del capital será producto de los préstamos hechos por la Gobernación de Cundinamarca y demás socios aliados, Además, también se utilizará como estrategia, la utilización de herramientas publicitarias con apoyo de las asociaciones clave y nuestros especialistas en esa área.

**Especialistas para el manejo publicitario**



|                           |   |                                                                                                                                                          |              |         |           |
|---------------------------|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------|-----------|
| Programador<br>página web | 2 | Crear, mejorar y ampliar softwares informáticos que puedan ejecutar diferentes funciones, además de administrar programas, redes sociales y páginas web. | 4h = 160.000 | 960.000 | 1.920.000 |
| Manager<br>Digital        | 2 | Desarrollar y dirigir estrategias de marketing para aumentar la visibilidad y reputación de la marca.                                                    | 4h = 160.000 | 960.000 | 1.920.000 |

Total: \$3.840.000



## Capítulo VII: Asociaciones claves

Las asociaciones clave son consideradas herramientas de gestión estratégica que principalmente se enfocan en la formación de alianzas que se establecen con diferentes organizaciones por medio de colaboraciones, por ejemplo, compartir recursos, experiencias, solventar costos, ahorrar tiempo, la distribución de productos, entre otros. Así como nos comenta Sánchez (2022) su principal objetivo es “establecer redes de proveedores y potenciales socios que van a contribuir al desarrollo, el crecimiento y óptimo funcionamiento de las actividades de la empresa o como tal, el modelo de negocio”.

### Alianzas estratégicas entre empresas competidoras

Este tipo de alianzas nos permitirán reducir costos, ya que es una buena opción para transferir recursos o implementar el uso de nuevas tecnologías que se estén utilizando en el mercado por parte de la competencia. Además, sus principales objetivos son mejorar la calidad de vida de las personas, sea bien, como empleado o familiar afiliado se ofrecen beneficios de programas sociales, recreativos, deportivos, educativos, turísticos, entre otros, estrategia que podríamos poner en práctica para hacer publicidad de nuestros servicios, tipo (Guest Posting).



Imagen tomada: Google Imágenes

<https://comunicarte.idartes.gov.co/>



Imagen tomada: Google Imágenes

<https://bogota.gov.co/>

### **Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras**

Con este tipo de alianza, buscamos un clase de estrategia complementaria que nos permita tener mayor reconocimiento en el mercado e impactar a una gran cantidad de personas, este tipo de empresas manejan convenios que ayudan a movilizar poblaciones o individuos a diferentes tipos de eventos, también es importante conocer que la Gobernación de Cundinamarca será considerada como un socio comercial en el sentido en el que participará en el aporte de un porcentaje del capital social de la empresa, el cual será representada en acciones.





Imagen tomada: Google Imágenes  
<https://www.cundinamarca.gov.co/>



## Dota/alturas

Es una empresa que importa y comercializa productos de seguridad en alturas, elementos de rescate, brigadas de emergencia, dotaciones industriales, herramientas varias, entre muchas otras. Se caracteriza por cumplir con altos índices de calidad en sus productos y certificados de cursos en altura. Esta alianza nos permitirá suministrar nuestra organización con diversos recursos para la óptima función de las actividades de la empresa, formalizando así, una alianza proveedor - cliente.



Imagen tomada: Google Imágenes  
<https://www.dotaalturas.com/>



**Colanta**®  
**Sabe Más**



Imagen tomada: Google Imágenes  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Colanta.jpg>

Las principales motivaciones para establecer este tipo de asociaciones se dan principalmente por la adquisición de recursos y actividades particulares, pues nos brindan una mayor aproximación a la información, la adquisición de licencias y el acceso a una gran variedad de clientes. Por último, tenemos la optimización y economía de escala, ya que la creación de sociedades estratégicas nos genera una reducción de costos e incluso formar una gran red de proveedores para nuestra empresa.



Imagen tomada: Google Imágenes  
<https://weloans.com/store/sky-funding-group-llc-a0ee8e70>

| Alianzas estratégicas entre empresas competidoras CundiEcoPark |      |            |
|----------------------------------------------------------------|------|------------|
| Entidad                                                        | Logo | Beneficios |
|                                                                |      |            |



|                                                      |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Compensar                                            |    | <p><b>Beneficios CundiEcoPark.</b></p> <p>Nuestra empresa se encuentra muy cerca de la capital del país, en el cual el desplazamiento hacia el lugar está rodeado de lugares mágicos, llenos de gran biodiversidad y un ambiente natural, puro tranquilo y seguro.</p> <p><b>Beneficios empresa.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Colsubsidio                                          |    | <p>Buscar que los afiliados a esta caja de compensación familiar logren obtener distintos beneficios a los que normalmente se les ofrece, brindándoles descuentos desde el 10% hasta el 25% en los diferentes planes familiares, en los cuales cada uno de nuestros visitantes puedan llevar a cabo un descanso satisfactorio en nuestro ecoparque.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Colanta                                              |  | <p><b>Beneficios CundiEcoPark.</b></p> <p><b>Buscamos tener una alianza con proveedores de alimentos que beneficien a la marca y nos permitan obtener recursos de alimentos que nos garanticen la calidad y economía, así mismo brindar a nuestros clientes un excelente servicio de alimentación</b></p> <p><b>Beneficios empresa.</b></p> <p><b>Esta empresa accionista se beneficiará de que el nombre de su marca se valla conociendo a un más, pero sobre todo de que aquellos nuevos productos que deseen sacar al mercado tengan circulación y una pronta interacción con el cliente, de manera que favorezca el desarrollo en ventas y el alcance en el mercado a nivel nacional e internacional.</b></p> |



| <p><b>Sky Funding – a2censo</b></p> <p><b>Aportaciones de Postobón</b></p> <p><b>Margaritas</b></p> <p><b>Speedo</b></p> |    | <p><b>Beneficios CundiEcoPark</b></p> <p><b>Mantener a disposición de los clientes varias marcas, para que introduzcan sus productos a nuestras instalaciones, para tratar de suplir todas aquellas necesidades que se les presenten a nuestros usuarios.</b></p> <p><b>Beneficios empresa.</b></p> <p><b>Los beneficios para aquellas empresas es que podrán interactuar con nuestra marca a través la generación de cupones y concursos con sus productos para promocionar nuestro servicio, pero así mismo ellos aumentar sus ventas en productos.</b></p>                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                          |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Entidad                                                                                                                  | Logo                                                                                | Beneficios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p><b>Gobernación de Cundinamarca</b></p>                                                                                |  | <p><b>Beneficios CundiEcoPark.</b></p> <p><b>Brindar convenios turísticos con la gobernación de Cundinamarca buscando satisfacer los distintos programas de diferentes municipios de la región para así poder expandir y dar a conocer el ecoparque en distintos lugares del departamento.</b></p> <p><b>Beneficios empresa.</b></p> <p><b>De igual forma, mantener alianzas para el buen cuidado del medio ambiente ya que este es un ente que vela por el cuidado y bienestar tanto del medio ambiente, como de las personas, siendo materia prima en la creación de la empresa.</b></p> |



|            |                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dotalturas |  | <p><b>Beneficios CundiEcoPark.</b></p> <p>Buscamos llevar a cabo una alianza de seguridad integral con esta empresa de alturas en la cual nosotros como empresa turística podamos obtener descuentos, beneficios y capacitaciones en las distintas atracciones del parque, para así brindar una mayor seguridad a nuestros clientes.</p> <p><b>Beneficios empresa.</b></p> <p>Además de eso brindaremos a los trabajadores de esta empresa un descuento del 15% en el valor de la entrada al parque y bonos regalo para restaurante.</p> |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



## Capítulo VIII: Actividades claves

Las actividades clave según Alonso (2022) son aquellas tareas imprescindibles que va a desarrollar la empresa, resaltando además que no solo son clave el servicio que desarrolla la empresa, sino todas aquellas tareas básicas, pero importantes que se ejecutan para que todo funcione. En el caso de CundiEcoPark se llevarán a cabo aquellas actividades que se van a desarrollar para poner en marcha el proyecto que se está desarrollando, pero a través del siguiente tipo de actividad clave.

### Resolución de problemas:

Se trabajará para satisfacer cada una de las necesidades de nuestros clientes, turistas y visitantes, ofreciendo una serie de actividades únicas e innovadoras que no existen por esta provincia, pues según actividades al aire libre que favorecen el sano esparcimiento, la adrenalina y el bienestar de cada uno de nuestros clientes, estas actividades recreativas están diseñadas para las diferentes edades. Pues Según Varela (2018) nos comenta que la recreación ayuda y favorece al desarrollo de diferentes destrezas motrices, lo cual ayuda a interactuar al ser humano con un entorno más saludable y que les brinde un mejor desempeño integral a las personas.

Canopy.



**El canopy es una actividad extrema la cual consiste en suspenderse y deslizarse por cables sujetos de montañas o de distintas bases aérea el cual su recorrido es aproximadamente de 1 km de largo en el cual su desplazamiento se lleva a cabo por el medio de la naturaleza haciéndolo más extremo y llamativo al tener contacto con los árboles, para poder llevar a cabo la realización de este deporte es importante contar con distintos elementos de seguridad como lo son el casco, guantes, arnés, poleas y líneas de vida.**

Esta es una de nuestras actividades más atractivas para el público ya que será un recorrido en cuerda con una distancia de 900 mts y una altura de 1.500 mts, teniendo una vista panorámica de todo nuestro proyecto ecoturístico.



Imagen tomada: Google Imágenes

<https://www.perurail.com/es/blog/canopy-una-experiencia-de-altura/>

### **Termales Naturales.**



Las termas naturales (Piscinas) son nuestra principal atracción debido a que nuestras Piscinas cuentan con grandes beneficios como la mejora de la circulación de la sangre, la relajación muscular y alivia el estrés. **Además de eso se llevarán a cabo distintas actividades recreativas como lo son clases de rumba dirigidas por un profesional del arte dancístico en el cual se involucren los diferentes ritmos musicales de nuestro país dentro de las piscinas termales.**



Imagen tomada: Google Imágenes

https: <https://lanotapositiva.com/>



### **Caminata Ecológica.**

Esta actividad está desarrollada para brindar un sano esparcimiento a cada uno de nuestros turistas en un lugar lleno de flora y fauna en donde podrán observar diferentes tipos de especies y los diferentes nacimientos de las aguas termales.

**Esta actividad costara de un recorrido de 800 mts por los distintos senderos de nuestro parque, allí encontraremos y observaremos los distintos nacimientos de agua termal, las diferentes tipos de flora y fauna y diversas clases de animales que rodean nuestra zona montañosa, el desarrollo de esta caminata está dirigido para cualquier tipo de población ya que el recorrido es en un nivel llano el cual no presenta ningún problema para que los turistas lo realicen.**



Imagen tomada: Google Imágenes  
<https://blog.endurancegroup.org/>



### **Hospedaje (cabañas)**

Nuestro proyecto brinda a cada uno de nuestros clientes cómodos lugares para descansar y relajarse en medio de la naturaleza, como lo son nuestras cabañas 100% naturales y trabajadas con guadua de nuestra misma zona residencial.



Imagen tomada: Google Imágenes  
<https://www.entornoturistico.com/>



### Servicio Diferencial

El servicio se manejará a través de la página web oficial de la empresa Cundí-Ecopark.



Presentar los servicios que se ofrecen y atracciones que encontraran en las instalaciones.

Además, se le dará al usuario los planes que ofrecemos.

y

Libertad de escoger armar su propio plan, incluyendo algunas atracciones, acceder y solo pagar por ellas.



Seleccionar el número de personas y su rango de edad para estimar el valor final, y obtener el pasaje de entrada





Las actividades están pensadas en el beneficio físico y mental de nuestros clientes, en la mejora de su calidad de vida.



Por su parte también la unión de varios servicios, presentados anteriormente en un solo lugar, permite la comodidad del usuario al elegirnos como primera opción pues le damos valor al tiempo de cada uno de nuestros clientes y reducimos el tiempo perdido en desplazamientos

## **Capítulo IX: Estructura de costos**

Cuando hablamos de costes según Moya (2021) nos referimos al conjunto de pagos que realiza la empresa que se relaciona con aquellos recursos clave que son necesarios para poder realizar la propuesta de valor. De este modo, la principal característica de la estructura de costos es poder calcular aquella inversión inicial que se requiere para poder plantear el modelo de negocio, algo que es indispensable para identificar la viabilidad y rentabilidad económica del proyecto.



## Costos fijos

| Recursos | Elementos                                                                        | Costos Fijos | Valor Unitario X Hora | Valor Total  |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------|--------------|
| Humanos  | Especialistas en senderismo                                                      | X            | 8h = 320.000          | \$1.920.000  |
|          | Entrenador de zumba                                                              | X            | 2h = 80.000           | \$480.000    |
|          | Entrenador método Tabata                                                         | X            | 1h = 40.000           | \$240.000    |
|          | Socorrista Acuático                                                              | X            | 10h = 400.000         | \$12.000.000 |
|          | Operario en canopy / Tirolesa                                                    | X            | 8h = 320.000          | \$7.680.000  |
|          | Personal de aseo                                                                 | X            | 6h = 240000           | \$8.640.000  |
|          | Personal de recepción                                                            | X            | 10h = 400.000         | \$9.600.000  |
|          | Guías Turísticos                                                                 | X            | 4h = 160.000          | \$2.880.000  |
|          | Jefes de cocina/Ayudantes de cocina                                              | X            | 7h = 280.000          | \$8.000.000  |
|          | Camareros                                                                        | X            | 3h = 120.000          | \$10.800.000 |
|          | Mantenimiento y adecuación                                                       | X            | 3h = 120.000          | \$18.000.000 |
|          | Servicio al cliente                                                              | X            | 3h = 120.000          | \$14.400.000 |
|          | SPA                                                                              | X            | 1h = 40.000           | \$2.400.000  |
|          | Seguridad                                                                        | X            | 8h = 320.000          | \$9.600.000  |
|          | Primeros Auxilios                                                                | X            | 4h = 160.000          | \$2.880.000  |
|          | Programador página web                                                           | X            | 4h = 160.000          | \$1.920.000  |
|          | Manager Digital                                                                  | X            | 4h = 160.000          | \$1.920.000  |
|          | Administradores del proyecto                                                     | X            | Mes = 3.000.000       | \$9.000.000  |
|          | Manilla de entrada                                                               | X            | \$375                 | \$375.000    |
|          | Banco de madera                                                                  | X            | \$265.000             | \$5.300.000  |
| Técnicos | Escenario Tarima                                                                 | X            | \$403.000             | \$1.612.000  |
|          | Gorras para la protección de las personas, así como para la promoción de ec-park | X            | \$17.363              | \$5.208.900  |
|          | Steps(Entrenamiento)                                                             | X            | \$131.600             | \$3.948.000  |



|                     |                                               |   |             |              |
|---------------------|-----------------------------------------------|---|-------------|--------------|
|                     | Kit de bandas de resistencia de entrenamiento | X | 149.900     | \$3.948.000  |
|                     | Bebedores de agua                             | X | 1.149.000   | \$17.235.000 |
|                     | Papel tapiz especial para piedras             | X | \$40.000    | \$4.000.000  |
|                     | Kit de brújulas para clientes de eco park     | X | \$47.400    | \$7.110.000  |
|                     | Bastones para senderismo                      | X | 44.900      | \$3.948.000  |
|                     | Camel back                                    | X | \$52.900    | \$2.116.000  |
| Tecnológicos        | Indicador Led De Temperatura                  | X | \$7.000.000 | \$7.000.000  |
|                     | Cabinas De Sonido                             | X | \$519.990   | \$12.999.750 |
|                     | Computador Asus Intel Core I 3                | X | \$1.199.000 | \$4.796.000  |
|                     | Cámaras De Seguridad                          | X | \$1.250.000 | \$10.000.000 |
| Total, costos Fijos |                                               |   |             | 212.000.650  |

Para los costos fijos se incluyó los recursos humanos que está compuesto por el personal de entrenadores y jefes de área que están atentos a sus responsabilidades para brindar un buen servicio al cliente, estos personal tendrá un sueldo fijo que estará respaldado por el contrato que adquieran con nuestra empresa, los técnicos compuestos por instrumentos auxiliares algunos de una única compra y otros que su adquisición va a ser frecuente pero que su precio no varía, también se encuentran los tecnológicos compuestos por herramientas digitales de única compra y que brindaran una mejor prestación del servicio en las instalaciones. El desarrollo esta lista hace que se prevean otros costos que va a tener CundiEcoPark, para la prestación de sus servicios.

### Costos Variables

|                 |      |   |       |           |
|-----------------|------|---|-------|-----------|
| Otros Servicios | Luz  | X | 4.580 | 3.300.000 |
|                 | Agua | X | 4.580 | 3.300.000 |
|                 | Gas  | X | 4.580 | 3.300.000 |



|                           |           |   |         |              |
|---------------------------|-----------|---|---------|--------------|
|                           | Salud     | X | 160.000 | 2.800.000    |
|                           | Seguridad | X | 320.000 | 9.600.000    |
| Total de Costos Variables |           |   |         | \$22.300.001 |

Los costos variables que se presentan en la anterior tabla son aquellos servicios básicos que se necesitan para el cubrimiento de las necesidades básicas de los clientes y también para mantener su seguridad dentro de nuestras instalaciones, tener en cuenta que estos costos varían según la cantidad de clientes que se encuentren en CundiEcoPark, pues a mayor número de clientes mayor consumo de estos servicios y un aumento en los costos variables.

#### Cantidad de servicios

| Servicios |
|-----------|
| 150 SD    |
| 900 SS    |
| 3600 SM   |
| 43.200 SA |

Son 150 servicios diarios, lo que a la semana se multiplicará x 6 Días a la semana que serán 900; lo cual al mes son x 4 semanas lo que da 3.600 servicios mensuales y al ser 12 meses los servicios totales al año son 43.200.

| Mes | Egresos     | Valor       | Total       |
|-----|-------------|-------------|-------------|
|     | Nomina 121  | 121.760.000 | 121.760.000 |
|     | Servicios P | 10.000.000  | 10.000.000  |
|     | Transporte  | 117.172     | 14.177.812  |
|     | Bebidas     | 50.000      | 6.050.000   |



|       |                |            |             |
|-------|----------------|------------|-------------|
|       | Bonos          | 50.000     | 6.050.000   |
|       | Insumos        | 70.000     | 8.470.000   |
|       | Impuestos      | 20.000.000 | 20.000.000  |
|       | Recursos F y T | 80.846.650 | 80.846.650  |
|       | Otros          | 1.000.000  | 1.000.000   |
| Total |                |            | 277.354.462 |

**Esta Tabla de inversión inicial representa la suma de todos los recursos que permitirán dar inicio al correcto funcionamiento del modelo de negocio.**

### **Puntos de equilibrio**

**El punto de equilibrio nos comenta Flores (2023) que es un concepto que permite determinar los momentos en que los ingresos y egresos de una empresa se encuentran al mismo nivel, lo que quiere decir que no se evidencian ni pérdidas ni ganancias. Esta es una gran estrategia para evaluar y detectar la rentabilidad de un negocio, incluso ayuda a trascender a las empresas y no dejarlas estancadas y ayudarles a mantener una mayor estabilidad durante el año.**

Valores a tener en cuenta

| Promedio de ingresos de un mes |                 |                 |              |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Producto/servicio              | Precio promedio | Ventas promedio | Ingresos     |
| Ingreso al parque              | \$1.233.000     | 56              | \$69.048.000 |
| Total, ingresos                |                 |                 | \$69.048.000 |



|                         |           |
|-------------------------|-----------|
| Costo Variable Unitario | \$398.214 |
|-------------------------|-----------|

Egresos Promedio de un mes

|                  |               |
|------------------|---------------|
| Costos Fijos     | \$47.996.910  |
| Costos variables | \$22.300.000  |
| Ventas Totales   | \$837.207.000 |

\*Punto de equilibrio unidades.

$PE = \text{Costos fijos} / (\text{Precio Unitario} - \text{Costo Variable Unitario})$

$PE = \$47.996.910 / (\$1.233.000 - \$398.214)$

$PE = \$47.996.910 / \$834.786 = 21$

$PE = 57 \text{ U}$

Se necesitan vender 57 unidades para lograr el punto de equilibrio. Al vender esa cantidad, la empresa obtendría 70.281.000 en ingresos y utilizará la misma cantidad en costos al mes. Anualmente serían 684 servicios, lo que generaría ingresos de \$843.372.000

\*Punto de equilibrio en volumen de unidades = 225

$\text{Inversión total (inicial)} / \text{Valor P/S (producto o servicio)}$

$PVU = \$277.354.462 / 1.233.000 = 225$



Esta ecuación hace referencia a la cantidad de servicios que debemos vender para mantener un equilibrio como retribución en la inversión inicial. Por lo mismo, se concluye que en el séptimo mes se alcanzan e incluso superan esta cantidad de servicios, más precisamente 248 sv en el mes de Julio.

\*Valor de equilibrio = Punto de equilibrio \* Precio unitario

$$VE = 57 * \$1.233.000 = \$70.281.000$$

$$VE = \$70.281.000$$

La empresa debe vender y obtener esta cantidad de ingresos en unidades monetarias para lograr su punto de equilibrio, (no ganar ni perder).

## Capítulo X: Evaluación financiera

La evaluación financiera según Bedford R (2019) tiene como objetivo identificar y valorar los costos y beneficios financieros asociados a determinados proyectos. Para ello se tiene en cuenta la capacidad de generar rentabilidad y flujo de caja del proyecto para sus inversionistas, para así determinar la capacidad financiera del proyecto y la rentabilidad del capital invertido.

### Ingresos Por ventas

| Flujo de caja al año |              |                |              |
|----------------------|--------------|----------------|--------------|
| Mes                  | Cantidad P/S | Valor unitario | Total        |
| Enero                | 40           | \$1.233.000    | \$49.320.000 |



|            |    |             |               |
|------------|----|-------------|---------------|
| Febrero    | 39 | \$1.233.000 | \$48.087.000  |
| Marzo      | 44 | \$1.233.000 | \$54.252.000  |
| Abril      | 50 | \$1.233.000 | \$61.650.000  |
| mayo       | 45 | \$1.233.000 | \$55.485.000  |
| junio      | 52 | \$1.233.000 | \$64.116.000  |
| julio      | 60 | \$1.233.000 | \$73.980.000  |
| agosto     | 43 | \$1.233.000 | \$53.019.000  |
| septiembre | 77 | \$1.233.000 | \$94.941.000  |
| octubre    | 80 | \$1.233.000 | \$98.640.000  |
| noviembre  | 67 | \$1.233.000 | \$82.611.000  |
| Diciembre  | 82 | \$1.233.000 | \$101.106.000 |
| Total      |    |             | \$837.207.000 |

Esta tabla permite identificar la cantidad de ingresos que se van a tener con la prestación del servicio durante un año, manteniendo un margen de servicios promedio, no muy alto ya que apenas se está dando a conocer el servicio; se multiplica el valor del servicio por los servicios previstos a prestar por cada mes y obtener un total que serían nuestros ingresos por ventas.

#### Tabla de egresos

| MES | Servicios | Egresos                          | Cantidad    | Valor       | Total       |
|-----|-----------|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|
|     | Hospedaje | Aseo de la habitación            | 6h = 240000 | \$1.440.000 | \$8.640.000 |
|     |           | Kit de aseo                      | 200         | \$45.000    | \$9.000.000 |
|     |           | Mantenimiento Aire acondicionado | 2           | \$100.000   | \$200.000   |
|     |           | Paquete Internet (TV)            | 2           | \$400.000   | \$800.000   |



|  |                      |                                 |             |             |             |
|--|----------------------|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|
|  | SPA                  | Aceites                         | 15          | \$34.000    | \$510.000   |
|  |                      | Estante para cuarto             | 2           | \$208.905   | \$417.810   |
|  |                      | Toallas                         | 10          | \$50.000    | \$500.000   |
|  |                      | Camilla para spa                | 4           | \$519.900   | \$2.079.600 |
|  |                      | Difusores ultrasónicos          | 8           | \$46.500    | \$372.000   |
|  |                      | Mantequilla corporal            | 11          | \$34.000    | \$374.000   |
|  |                      | Vaporizador facial              | 3           | \$266.000   | \$798.000   |
|  |                      | piedras de Spa                  | 3           | \$172.000   | \$516.000   |
|  | Piscina              | Filtro de agua                  | 3           | \$820.500   | \$2.461.500 |
|  |                      | Piscina ionizadora              | 4           | \$820.500   | \$3.282.000 |
|  |                      | Mantenimiento de la piscina     | 6h = 240000 | \$1.440.000 | \$8.640.000 |
|  | Caminatas ecológicas | Kit de brújulas                 | 30          | \$32.500    | \$975.000   |
|  |                      | Bastón de senderismo            | 30          | \$32.900    | \$987.000   |
|  |                      |                                 |             |             |             |
|  | Canopy               | Mantenimiento                   | 8           | \$600.000   | \$4.800.000 |
|  |                      | Arnés                           | 7           | \$100.000   | \$700.000   |
|  |                      | Polea                           | 7           | \$142.000   | \$994.000   |
|  |                      | Mosquetón                       | 10          | \$35.000    | \$350.000   |
|  |                      | Líneas de vida                  | 4           | \$400.000   | \$1.600.000 |
|  | Rafting              | Cuerdas de seguridad 3/\$p 100m | 1           | \$400.000   | \$400.000   |



|  |       |                 |    |           |              |
|--|-------|-----------------|----|-----------|--------------|
|  |       | Balsas Revisión | 2  | \$100.000 | \$200.000    |
|  |       | Remo            | 10 | \$200.000 | \$2.000.000  |
|  | Total |                 |    |           | \$47.996.910 |

Se encuentra anteriormente especificado los servicios con que va a contar CundiEcoPark, y el valor de estos mismos para ponerlos en funcionamiento y que puedan ser usados por nuestros clientes, con este valor total se ha entendido que son los egresos que vamos a tener en un mes por el uso de estos en nuestras instalaciones.

#### Flujo de efectivo a 1 año

| Mes        | Ingresos      | Egresos       | Saldo         |
|------------|---------------|---------------|---------------|
| Enero      | \$49.320.000  | \$47.996.910  | \$1.323.090   |
| Febrero    | \$48.087.000  | \$47.996.910  | \$90.090      |
| Marzo      | \$54.252.000  | \$47.996.910  | \$6.255.090   |
| Abril      | \$61.650.000  | \$47.996.910  | \$13.653.090  |
| Mayo       | \$55.485.000  | \$47.996.910  | \$7.488.090   |
| Junio      | \$64.116.000  | \$47.996.910  | \$16.119.090  |
| Julio      | \$73.980.000  | \$47.996.910  | \$25.983.090  |
| Agosto     | \$53.019.000  | \$47.996.910  | \$5.022.090   |
| Septiembre | \$94.941.000  | \$47.996.910  | \$46.944.090  |
| Octubre    | \$98.640.000  | \$47.996.910  | \$50.643.090  |
| Noviembre  | \$82.611.000  | \$47.996.910  | \$34.614.090  |
| Diciembre  | \$837.207.000 | \$575.962.920 | \$261.244.080 |

Se encuentra los ingresos que vamos a tener en cada mes según el valor de nuestro servicio y el número de servicios que vamos a vender por mes, por otra parte, se encuentra los egresos, que son el costo de producir nuestro servicio, para obtener y un saldo que en este caso en todos los meses es un valor positivo, previendo que la empresa va a ir por buen camino.



### Flujo de efectivo a 3 años

| Mes        | Ingresos      | Egresos       | Saldo 1er año | 2do año + 16% | 3er año + 18% |
|------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Enero      | \$49.320.000  | \$47.996.910  | \$1.323.090   | \$1.534.784   | \$1.561.246   |
| Febrero    | \$48.087.000  | \$47.996.910  | \$90.090      | \$104.504     | \$106.306     |
| Marzo      | \$54.252.000  | \$47.996.910  | \$6.255.090   | \$7.255.904   | \$7.381.006   |
| Abril      | \$61.650.000  | \$47.996.910  | \$13.653.090  | \$15.837.584  | \$16.110.646  |
| Mayo       | \$55.485.000  | \$47.996.910  | \$7.488.090   | \$8.686.184   | \$8.835.946   |
| Junio      | \$64.116.000  | \$47.996.910  | \$16.119.090  | \$18.698.144  | \$19.020.526  |
| Julio      | \$73.980.000  | \$47.996.910  | \$25.983.090  | \$30.140.384  | \$30.660.046  |
| Agosto     | \$53.019.000  | \$47.996.910  | \$5.022.090   | \$5.825.624   | \$5.926.066   |
| Septiembre | \$94.941.000  | \$47.996.910  | \$46.944.090  | \$54.455.144  | \$55.394.026  |
| Octubre    | \$98.640.000  | \$47.996.910  | \$50.643.090  | \$58.745.984  | \$59.758.846  |
| Noviembre  | \$82.611.000  | \$47.996.910  | \$34.614.090  | \$40.152.344  | \$40.844.626  |
| Diciembre  | \$101.106.000 | \$47.996.910  | \$53.109.090  | \$61.606.544  | \$62.668.726  |
| Total      | \$837.207.000 | \$575.962.920 | \$261.244.080 | \$303.043.128 | \$308.268.014 |

En la anterior tabla se presentó el flujo de efectivo a 2 años con tasa de inflación del 16% y a 3 años con tasa de inflación del 18%, con el fin de prever las ganancias que se van a tener con la prestación de servicio.

### Flujo neto

**Flujo Neto**



| Año | Cantidad      |
|-----|---------------|
| 1   | \$261.244.080 |
| 2   | \$303.043.128 |
| 3   | \$308.268.014 |

**La caja de flujo neto cual nos permite identificar los ingresos que tiene la empresa en los 3 años correspondientes.**

### **Valor Presente Neto (VPN)**

El objetivo del valor presente neto según Gasbarrino (2022) permite realizar las comparaciones entre los periodos en los que el proyecto tuvo diferentes flujos de efectivo en el transcurso anual para determinar si conviene o no invertir en él. El valor depende de la tasa de interés a la que se ajusta el cálculo del valor presente neto.

| VAN – VPN |                 |
|-----------|-----------------|
| Año       | Cantidad        |
| 0         | - \$277.354.462 |
| 1         | \$261.244.080   |
| 2         | \$303.043.128   |
| 3         | \$308.268.014   |
| VAN       | \$805.577.194   |

### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

El TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, así pues, permite evaluar no solo una sino varias opciones de inversión de menor riesgo. Esta fórmula según Torres (2021), es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto, determinando



inicialmente la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión., además de tener en cuenta que esta se realiza basado en predicciones de flujo de caja a años posteriores.

| TIR |                 |
|-----|-----------------|
| Año | Cantidad        |
| 0   | - \$277.354.462 |
| 1   | \$261.244.080   |
| 2   | \$303.043.128   |
| 3   | \$308.268.014   |
| TIR | 85,44%          |

### **Recuperación de la Inversión (RI) = 1.06**

La RI según Clavijo (2023), hace referencia a un periodo de tiempo en el que se identifica la recuperación del capital inicial invertido en un negocio, por medio de una fórmula que permite determinar días, meses o años que demora y también si es rentable o no. Podemos considerarlo como un detector de riesgos que evita que las personas inviertan en negocios no rentables o negocios que generen beneficios y ganancias a muy largo plazo.

Ahora bien, esta es una fórmula que utilizan mucho los inversionistas para comparar la rentabilidad de 2 o más negocios y de esta manera tomar decisiones de invertir o no sus recursos en las empresas, además, entre menor sea el periodo de la RI, este se considera más redituable.

Fórmula:



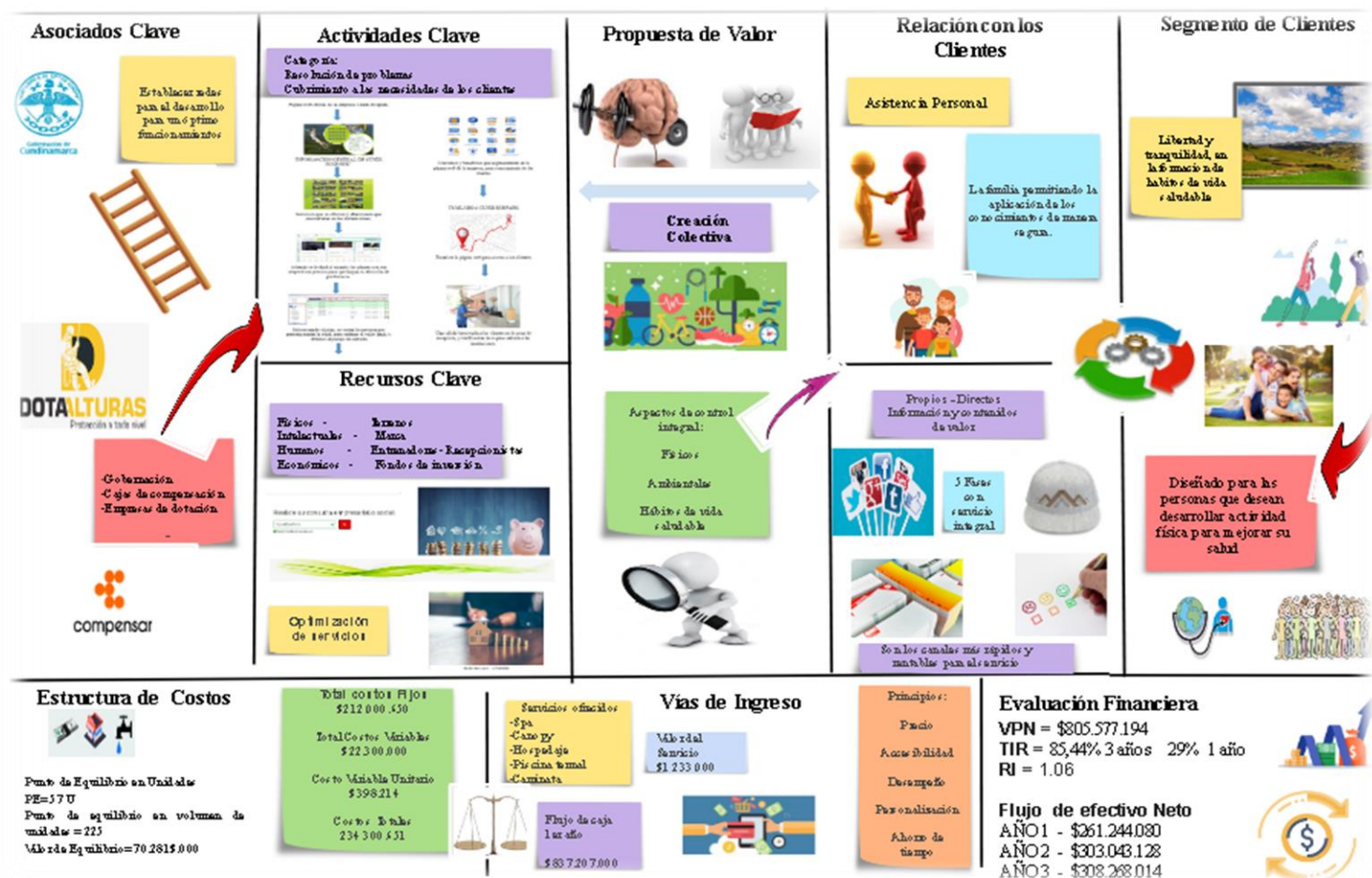
= Inversión Inicial / Flujo de efectivo anual

$$= 277.354.462 / \$261.244.080 = 1.06$$

De acuerdo a la fórmula, se interpreta que si redondeamos el 1.06, encontramos el retorno de inversión en un periodo de 1 año. Esta fórmula también les permite a nuestros inversores socios identificar el tiempo estimado en el que el proyecto comience a brindar beneficios para tomar decisiones de reinvertir, comparar con otros negocios, entre muchas otras opciones.



## LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO



## Referencias

Alonso, M. (2022). Modelo Canvas: para qué sirve y cómo hacerlo paso a paso. *Asana*.

<https://asana.com/es/resources/business-model-canvas>

Bohórquez, T. (2019). La importancia de los canales propios en estrategias de contenidos.

*Empresa de Marketing de contenidos | WeAreContent.*

<https://www.wearecontent.com/blog/marketing-de-contenidos/importancia-de-los-canales-propios>.

Bedford R. (2019). Evaluación financiera de proyectos.

<https://www.russellbedfordgct.com/evaluacion-financiera-de-proyectos/>



- Bonilla, A., Corredor, G. R., Lizcano, C., Galeano, M., Miranda, A. M., Aldana, J. I. E., Rodríguez, J. P., & Suarez, C. (2011). Una aproximación hacia el concepto de honestidad en el ámbito laboral colombiano. *Revista Iberoamericana de Psicología: Ciencia y Tecnología*, 4(2), 101-106. <https://doi.org/10.33881/2027-1786.rip.4210>.
- Corredor, J. C. (2023). Emprendimiento e innovación en la facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación. P39. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/48822/Obracompleta.Coleccionmodular.2022Corredorjuan.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Clavijo, C. (2023). Cómo calcular el periodo de recuperación de tu inversión. *HubSpot*. <https://acortar.link/krtYS0>
- Da Silva, D. (2021). ¿Qué es el modelo Canvas? Tu plan de negocios paso a paso. *Zendesk MX*. <https://www.zendesk.com.mx/blog/modelo-canvas-que-es/>
- Flores, J. (2023) Punto de Equilibrio en una empresa: Qué es y cómo se calcula. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa>.
- Gasbarrino, S. (2022). Valor presente neto: qué es y cómo se calcula (incluye ejemplos). *Hubspot.es*. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-valor-presente-neto>
- Gil, S. (2022). Ingreso. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html>
- González Martínez, José (2016): “Un nuevo liderazgo para las empresas turísticas”, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 21 (diciembre 2016).



Meza, J. (2018). ¿Qué es un ingreso en contabilidad? *Siigo*.

<https://www.siigo.com/blog/contador/que-es-un-ingreso-en-contabilidad/>

Moraleda, L. F., Muñoz-Mazón, A., & Rodríguez-Izquierdo, S. J. G. (2016). El turismo solidario como instrumento de desarrollo: un estudio de caso para analizar las principales motivaciones de los turistas solidarios. *Cuadernos de Turismo*.

<https://doi.org/10.6018/turismo.37.256221>.

Moya, D. P. (2021). Canvas: Estructura de costes de la empresa. *Emprender*

*Fácil*. <https://www.emprender-facil.com/modelo-canvas/el-modelo-de-negocio-canvas/estructura-de-costes-de-la-empresa-canvas/>

Ortega, C. (2021). Canales de comunicación con el cliente más

utilizados. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/canales-de-comunicacion-con-el-cliente/>

Osterwalder y Yves Pigneur. (2011). Generación de modelos de negocio. un manual para visionarios, revolucionarios y retadores.

[https://aulavirtual.usantotomas.edu.co/pluginfile.php/1054669/mod\\_resource/content/1/Libro%20M%C3%B3delo%20CANVAS.pdf](https://aulavirtual.usantotomas.edu.co/pluginfile.php/1054669/mod_resource/content/1/Libro%20M%C3%B3delo%20CANVAS.pdf)



Peiró, R. (2019). Propuesta de valor. *Economipedia*.

<https://economipedia.com/definiciones/propuesta-de-valor.html>

Peña Miranda, David Daniel; Serra Cantallops, Antoni responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 21, núm. 6, noviembre, 2012, pp. 1456-1480 Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina

Silva, D. (2021). Modelo Canvas de relación con el cliente: qué es y cómo funciona.

Zendesk MX. <https://www.zendesk.com.mx/blog/canva-relacion-con-cliente/>

Sánchez, C. (2022). Qué son los socios claves en el modelo Canvas y por qué te interesa saberlo. *Sage Advice España*. <https://www.sage.com/es-es/blog/que-son-los-socios-claves-en-el-modelo-canvas-y-por-que-te-interesa-saberlo/>

Torres, M. (2021). Tasa Interna de Retorno (TIR): definición, cálculo y ejemplos. *Rankia*.

<https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>

Varela, A. (2018) Definición de Recreación y Su Importancia. *Parques Alegres I.A.P.*

<https://parquesalegres.org/biblioteca/blog/definicion-de-recreacion-importancia/>



## Anexos

### Revisión de similitud en Turnitin

| Título                                                                                                                                        | Fecha de inicio    | Fecha límite de entrega | Fecha de publicación | Correcciones disponibles |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------|----------------------|--------------------------|
|  Revisión voluntaria de documentos en Turnitin # - Sección 1 | 2 Aug 2022 - 10:56 | 31 Dec 2024 - 10:56     | 9 Aug 2022 - 10:56   | 100                      |

Resumen:

Si desea adelantar una revisión de coincidencias con la herramienta Turnitin, de los documentos que se encuentra elaborando, puede cargar a través de esta actividad un archivo para su verificación.

Esta actividad le permite revisar hasta 5 archivos. En caso de requerir la revisión de documentos adicionales, puede hacer uso de los otros enlaces de revisión voluntaria de documentos en Turnitin.

Los documentos que publique en esta actividad no se utilizan como base permanente de revisión de coincidencias.

Puede publicar un documento y a partir de los resultados de coincidencias, hacer las mejoras pertinentes para luego publicarlo nuevamente en este espacio y hacer nueva revisión. En esta actividad, el servicio Turnitin está configurado para descartar las versiones anteriores en la revisión de coincidencias.

 Actualizar entregas

|  Título de la Entrega  | Identificador del trabajo de Turnitin  | Entregado  | Similitud  | Calificación  | Nota general                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <a href="#">Ver recibo digital</a> <a href="#">CundiEcopark Creacion de Empresa</a>                    | 2082689521                                                                                                              | 2/05/2023 22:12                                                                             | 13% <div><div></div></div>                                                                  | N/A                                                                                              | -- <a href="#">Entregar Trabajo</a>  -- |

### Excel - Análisis financiero

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1NS7yi0kyD7Xw2e7BlzYAuVDNaBMyapo2/edit?usp=sharing&ouid=100911909340260581918&rtpof=true&sd=true>

### Formulario de encuesta - Investigación de mercados

<https://forms.gle/nk9CUG6KpGKwj97s5>

### Lienzo modelo Canvas

<https://docs.google.com/drawings/d/1VgIqdjW0jH2tsIsPgh6AP1wvs5mKOWw1TVBIUAxT6ck/edit?usp=sharing>



