



ANDEAN TOURS

TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESAS

RESPONSABLES:

Laura Vanessa Navas Corredor

Nicolas Enrique Rodríguez Vallejo

Andrés Felipe Trujillo Bustos

ASESOR:

Gonzalo Florián Velásquez

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Mayo 2024

Índice

	2
INTRODUCCIÓN.....	5
NOMBRE.....	6
LOGO.....	6
SLOGAN.....	7
MISIÓN.....	7
VISIÓN.....	8
MARCO LEGAL.....	8
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA.....	8
MATRIZ DOFA.....	9
Green Bike Tour Medellín.....	9
Pedaleando Alma.....	10
CAPITULO I: Segmentos de mercado.....	11
Tipo de segmento de mercado: Mercado de masas.....	12
Geográfica.....	12
Demográfica.....	14
Psicográfica.....	15
Conductuales.....	15
Perfil del consumidor.....	15
CAPITULO II: Propuesta de valor.....	16
Personalización Excepcional:.....	16
Experiencia y Asesoramiento Profesional:.....	16
Experiencias Locales Auténticas.....	16
Compromiso con la Sostenibilidad:.....	17

	3
Innovación Tecnológica.....	17
Flexibilidad y Adaptabilidad:.....	17
Relación a Largo Plazo:	17
CAPITULO III: Canales.....	18
Información:.....	19
Evaluación:	19
Compra:	19
Entrega:.....	19
Postventa.....	19
CAPITULO IV: Relación con los clientes.....	20
Escucha Activa:	20
Asesoramiento y Personalización:.....	20
Comunicación Transparente:	20
Experiencias Memorables	20
Atención al Cliente 24/7:	21
Gestión Efectiva de Problemas	21
Uso de Tecnología:	21
Programas de Fidelización:	21
Evaluación Continua:	21
CAPITULO V: Fuente de ingresos.....	22
CAPITULO VI: Recursos clave	27
CAPITULO VII: Actividades clave.....	33
CAPITULO VIII: Asociaciones clave	34
CAPITULO IX: Estructura de costes	37

CAPITULO X: Evaluación Financiera	42
LIENZO.....	44
BIBLIOGRAFIA	44

INTRODUCCIÓN

Empresa de turismo que nace para promover el turismo en la zona del eje cafetero mediante el ciclismo (ruta y montaña), que fomenta la actividad física y el conocimiento cultural de la zona del café como el Quindío. Se busca llegar a personas que tengan las ganas y la actitud por conocer un gran paisaje tradicional y cultural lleno de historia colombiana.

La Organización Mundial del Turismo (WTO), define el turismo como: “movimiento de personas que viajan y se quedan en lugares fuera de su entorno habitual por no más de un año consecutivo ya sea por placer, negocios u otros propósitos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada por el lugar visitado”

Muchas de las empresas turísticas solo proporcionan medios de transporte para llegar a sus destinos, y otras solo les proporcionan actividades para realizar en los lugares al llegar, pero hasta ahora muy pocas promueven la actividad y el ejercicio físico, conocen los espacios culturales y regionales que te brinda su destino, en este caso, el eje cafetero colombiano.

En el siguiente trabajo se encontrará un modelo empresarial, guiado por el método CANVAS, donde encontraremos los siguientes aspectos divididos en capítulos: Segmentos de mercado, Propuesta de valor, Canales, Relación con los clientes, Fuente de ingresos, Recursos clave, Actividades clave, Asociaciones clave, Estructura de costes y Evaluación financiera.

NOMBRE

ANDEAN TOURS.

LOGO



El color predominante en el logo es el café/dorado, que no solo se refiere al tono característico de la bebida durante los tours, sino que refleja la tierra fértil de donde proviene

el café y los paisajes naturales explorados durante los viajes. El dorado resalta detalles importantes y añade un toque de elegancia y exclusividad al diseño.

En el centro del diseño se encuentra una elegante taza de café, emanando vapor fragante que se eleva sutilmente hacia arriba. Esta taza está meticulosamente adornada con detalles en tonos dorados, que añaden un toque de lujo y sofisticación al diseño.

Dentro de la taza de café, se encuentra una figura estilizada de una persona montando una bicicleta, simbolizando el movimiento, la libertad y la aventura que se experimentan durante un recorrido turístico.

SLOGAN

“Tours con aroma de café”.

Es un slogan evocador que encapsula la esencia de una experiencia única: explorar el encantador paisaje del eje cafetero en Colombia a través de emocionantes recorridos en bicicleta. Este slogan fusiona dos elementos distintivos de la región: su exuberante belleza natural y su renombrada cultura del café.

MISIÓN

En Andean Tours tenemos el compromiso de promover un estilo de vida activo y saludable, brindando aventuras en bicicleta por el eje cafetero que no solo enriquezcan la vida de nuestros clientes, sino que también generen un impacto positivo en la salud y el bienestar de la comunidad. Destacando los exuberantes cultivos de café, la esencia del paisaje y la cultura del eje cafetero. Perseveramos por brindar aventuras en bicicleta que no solo enriquezcan la vida de nuestros clientes, sino que también generen un impacto positivo en la salud y el bienestar de la comunidad.

VISIÓN

En Andean Tours aspiramos que para el año 2030 ser líderes en el turismo activo y sostenible en el eje cafetero, contando con una ampliación en otros departamentos de Colombia, siendo reconocidos por ofrecer experiencias en bicicleta que fusionan la pasión por el ciclismo con la belleza natural y cultural de las regiones. Nos comprometemos a seguir innovando, desarrollando rutas y servicios de salud y bienestar, tanto de nuestros clientes como de las comunidades locales mediante el turismo.

MARCO LEGAL

El territorio nacional se rige por lo que son leyes en todos los ámbitos del comercio y de ahí se desglosan en los decretos, en nuestro caso, las principales leyes que nos atribuyen al proyecto planteado son: Ley 2068 de diciembre de 2020, que nos habla de la ley general del turismo donde abarca definiciones, disposiciones generales, comités y organización nacional; Ley 300 de julio de 1996, donde se encuentran los incentivos tributarios para fomentar la actividad turística; Ley 1101 de noviembre de 2006.

Estas leyes son las que apropiaremos en nuestro modelo de negocio, ya que rigen todo el ámbito turístico nacional, donde nos aportaran todo el conocimiento necesario para su elaboración.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Somos una empresa que busca el bienestar y el ocio de los usuarios, donde, mediante bicicleta o actividades físicas, promovemos hábitos de vida saludable mejorando la salud física y, además, divulgando los bellos paisajes del eje cafetero colombiano. Contamos con uno de los personales más calificados en el área del deporte y la salud, complementándolo con una excelente formación en ecoturismo los cuales sobresalen distintos valores como lo son:

Honestidad y servicio: Nuestra empresa ofrece un excelente servicio, ya que sabemos que conocer zonas nuevas siempre es difícil si no se tiene la información adecuada, y desde la honestidad ofrecemos lo mejor para el ocio y el disfrute de nuestros usuarios.

Respeto: Siempre se promoverá el respeto y la tolerancia por parte de la empresa, ya que buscamos el bienestar de los usuarios y todo se retribuirá para una excelente relación empresa-usuario.

Compromiso y altruismo: Nos comprometemos por completo a ofrecer un servicio inolvidable, donde siempre se busca lo mejor de lo mejor para nuestros usuarios y haremos todo lo que esté a nuestro alcance para lograrlo.

Salud Social: Dentro de lo propuesto, queremos promover lo que es la salud de nuestros usuarios, donde haremos una estrecha relación entre hábitos de vida saludable en un entorno natural y llamativo donde a medida que se van interesando de todo el entorno natural, sigan mejorando y cuidando su salud.

MATRIZ DOFA

Green Bike Tour Medellín

Green Bike Tours Medellín brinda recorridos en bicicleta y recorridos en bicicleta eléctrica en Medellín, Colombia, desde el año 2015, junto con otras experiencias en la ciudad. Green Bike ofrece tours dirigidos por guías locales todos los días del año, explorando no solo lugares turísticos, sino también parques y rincones ocultos que quizás no descubrirías por tu cuenta. Nos ubicamos entre los diez mejores tours de la ciudad de Medellín, destacando por nuestro excepcional equipo de trabajo, servicio de calidad y trato amable. En Green Bike, no solo encontrarás guías turísticos, sino también amigos locales dispuestos a ayudarte a comprender la ciudad y a brindarte asistencia en todo lo que necesites.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • No cuentan con una asistencia médica especializada durante el recorrido • No tienen para participación de personas con alguna discapacidad 	<p>Tienen un grupo de trabajo completo desde guías, traductores y asistentes para todo lo que se pueda presentar durante el camino</p> <p>Conocimiento amplio sobre la cultura y datos de interés sobre Medellín a medida que</p>

<ul style="list-style-type: none"> • No se cuenta con acceso para silla de ruedas • No hay transporte público cercano 	<p>bombee esas endorfinas en bicicleta por esta hermosa ciudad</p> <p>Amplia opción de recorridos y planes para conocer las diferentes zonas. (los barrios más auténticos con jardines secretos a los que no irías por tu propia cuenta, las plazas históricas rodeadas de comercio local, la vida en El centro de la ciudad y el mirador más espectacular de 360 grados de Medellín.)</p>
FORTALEZAS	AMENAZAS
<p>Cuentan con dos tipos de bicicleta (eléctrica y de montaña)</p> <p>En sus tours cuentan con hidratación y snacks</p> <p>Llevan varios años en el mercado.</p> <p>Están en diferentes plataformas y redes sociales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Están en muchas plataformas • Pocos cupos por turno • Solo tres horarios de participación por día • Solo se encuentran en Medellín

Pedaleando Alma

Desde el año 2015, esta compañía se ha especializado en Cicloturismo en Colombia, con el claro propósito de fomentar el gusto por viajar en bicicleta. Ofrecen orientación personalizada, asistencia y sugerencias que facilitan la planificación de proyectos de viaje, así como tours en bicicleta por diversas regiones del país para vivir experiencias inolvidables. Además, cuentan con una tienda en línea donde es posible adquirir alforjas, parrillas, bolsos para bikepacking y otros accesorios. Su enfoque decidido es promover el Cicloturismo como una actividad sostenible que contribuye a la preservación del patrimonio natural y cultural, alentando la conservación, generando bienestar a los participantes y fomentando la conexión con el territorio.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
-------------	---------------

<ul style="list-style-type: none"> • Competencia en el mercado: Por ser otra empresa que solo se encuentra en Medellín se enfrenta a una competencia fuerte en la industria del ciclo montañismo y con diferentes agencias que puedan proporcionar tours. • Si no tienen su propia bicicleta, ellos no la proporcionan • No ofrecen hidratación 	<ul style="list-style-type: none"> • A medida que aumenta la conciencia sobre la relevancia de la salud y el bienestar, Pedaleando Alma puede atraer a un mayor número de participantes interesados en mantenerse activos y saludables, experimentando así un crecimiento en el interés cultural y físico. • Flexibilidad en horarios
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Acompañamiento por ciclistas experimentados • Recorridos por tramos y carreteras tranquilas con un nivel bajo de peligro • Tienes diferentes tipos de tours (micro aventuras y travesías) • Disfrutar y compartir con diferentes personas, diferentes expresiones culturales, climas, la abundante biodiversidad del país y mucho más. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia local de empresas que muestran y ofrecen el ciclo montañismo con plan turístico. • Mejores ofertas de valores para los tours en otras empresas.

Lo que queremos llegar es promover el cicloturismo por todo el eje cafetero, no absteniéndonos a una ciudad o pueblo, sino a toda la región, donde no solo conocer la región en bicicleta es lo esencial, sino también, disfrutar de todo lo que nos puede brindar esta región cafetera en cuestión de cultura, paisajes, costumbres, lugares pastorales y actividades que salen del diario.

CANVAS

CAPITULO I: Segmentos de mercado

La segmentación de mercado es una metodología que propone una clasificación del total de los clientes potenciales según su comportamiento u otras características relevantes para la decisión de compra. Conocer al cliente ideal es la meta de la segmentación de mercado para

realizar campañas de marketing o de ventas exitosas (Douglas S.,2022). La segmentación de mercado propone la creación de grupos o clases de *clientes-objetivo* para dirigir las campañas de marketing, y clasificarlos según los atributos personales que determinan su perfil.

Tipo de segmento de mercado: Mercado de masas

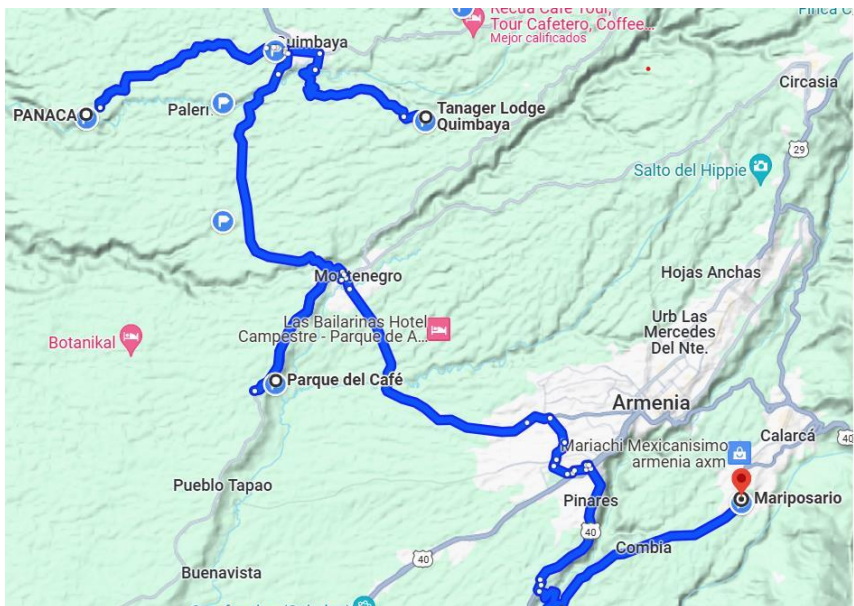
Los modelos de negocio que se dirijan a un mercado de masas lo hacen a un público en general, sin distinción. La propuesta de valor de este tipo de negocios está orientada a satisfacer unas necesidades y problemas similares en el público. El mercado de masas se refiere a un amplio grupo de consumidores con características y necesidades similares a los que se dirige un producto o servicio en particular. En este tipo de mercado, se busca alcanzar a la mayor cantidad posible de personas con una oferta que pueda satisfacer las demandas generales del grupo.

Geográfica

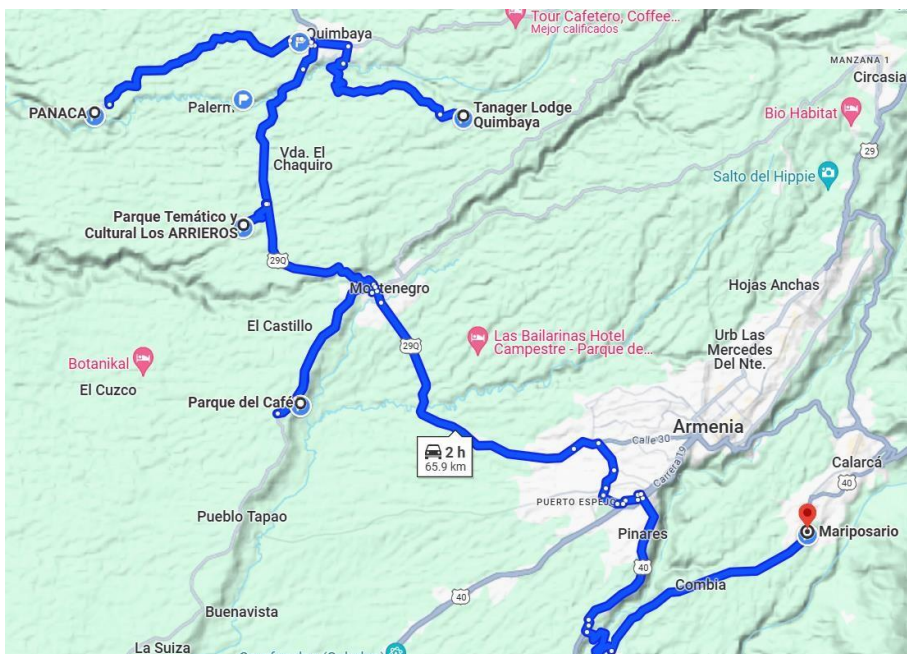
Los clientes de la empresa Andean Tours en bicicleta por el Eje Cafetero provienen de diversas partes del mundo, con un enfoque particular en países de habla hispana como Colombia, España, México, Argentina, entre otros. Además, hay una afluencia considerable de turistas de habla inglesa, provenientes de Estados Unidos, Canadá, Reino Unido y Australia, interesados en explorar la belleza natural y cultural de la región.

Geográficamente, los clientes pueden residir en áreas urbanas o suburbanas, aunque aquellos ubicados en ciudades más grandes pueden tener un mayor acceso a información sobre viajes y una mayor disposición a aventurarse en viajes más largos.

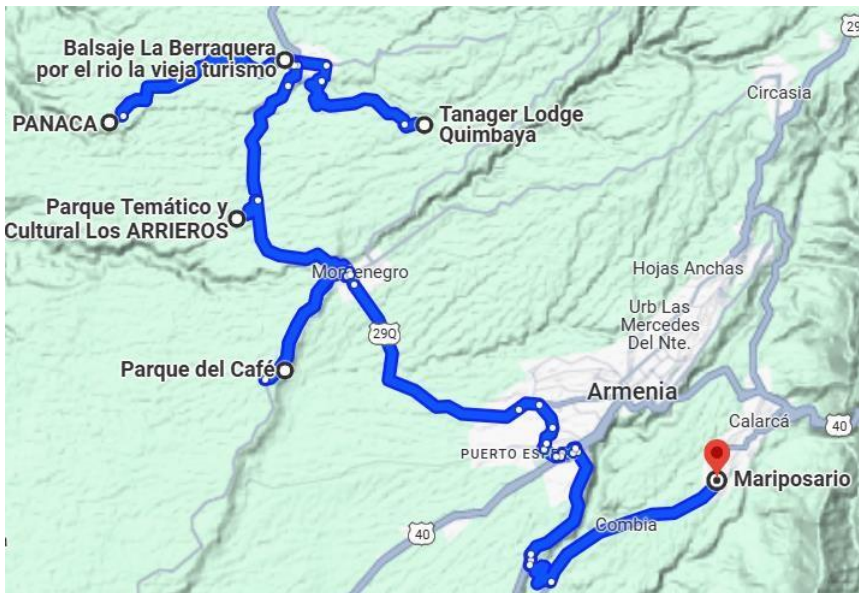
La región del Eje Cafetero, ubicada en el centro de Colombia, es conocida por su exuberante paisaje montañoso, sus plantaciones de café, sus pueblos pintorescos y su clima templado. Atrae a turistas interesados en la naturaleza, la cultura y la aventura al aire libre.



Tour Tinto



Tour Barranquero



Tour Chapolera

Demográfica

- Para todo el público en general.
- No tiene limitación de rango de edad, accesible para todas las edades.
- No está limitado a estratos socioeconómicos.

La clientela abarca una amplia gama de edades, desde jóvenes aventureros hasta adultos mayores que buscan experiencias culturales y de ocio. Las familias constituyen una parte importante de los clientes, con padres que desean compartir experiencias significativas con sus hijos y crear recuerdos duraderos. Los grupos de amigos también representan una parte significativa de la clientela, buscando una escapada divertida y emocionante juntos.

En cuanto a ingresos, los clientes provienen de diversas clases socioeconómicas, aunque suelen tener un nivel de ingresos medio a alto entre los estratos 3–4–5–6.

Psicográfica

- Los clientes de la empresa de tours en bicicleta por el Eje Cafetero son personas activas y aventureras, que valoran la exploración y el contacto directo con la naturaleza.
- Tienen un interés particular en la cultura local, la gastronomía y la historia de la región, y buscan experiencias auténticas que les permitan sumergirse en la vida cotidiana de las comunidades locales.
- Valorizan la sostenibilidad y el ecoturismo, prefiriendo actividades al aire libre que minimicen el impacto ambiental y promuevan prácticas responsables.
- Buscan escapar del estrés y la rutina diaria, buscando en su lugar aventuras emocionantes y momentos de conexión con la naturaleza y con los demás.

Conductuales

- Los clientes suelen ser por beneficios, ya que estos buscan el servicio por todo lo que este les brinda, son muy selectivos a la hora de escoger y siempre buscan el mayor beneficio personal para cada una.

Perfil del consumidor

Aventureros, activos, entusiastas de la cultura y la historia, viajeros conscientes, viajeros independientes, familias, grupos de amigos.

Personas de todas las edades y orígenes que buscan experiencias únicas, emocionantes y enriquecedoras, ya sea solos, en familia o con amigos. Valorarán la combinación de naturaleza, cultura, aventura y sostenibilidad que ofrece la región, así como la calidad del servicio y la atención a la cliente brindada por la empresa de tours.

CAPITULO II: Propuesta de valor

Descubre el Mundo con ANDEAN TOURS.

En un mundo cada vez más conectado, la necesidad de experiencias auténticas y significativas se ha convertido en la fuerza impulsora detrás de la elección de destinos de viaje. En ANDEAN TOURS, nos enorgullece presentar una propuesta de valor con los ítems de comodidad/utilidad, accesibilidad, precio y personalización única que va más allá de simplemente organizar itinerarios; nos esforzamos por ser arquitectos de recuerdos inolvidables, diseñando tours que trasciendan las expectativas y creen conexiones duraderas.

Personalización Excepcional:

Entendemos que cada viajero es único, con gustos, preferencias y sueños distintos. Nuestro compromiso es crear experiencias a medida que reflejen la personalidad de nuestros clientes. Desde escapadas románticas hasta aventuras en familia, nuestro equipo de expertos en tours trabajará estrechamente contigo para comprender tus deseos y transformarlos en un itinerario personalizado, garantizando que cada momento sea tan único como tú.

Experiencia y Asesoramiento Profesional:

Nuestro equipo está compuesto por apasionados trotamundos y expertos en destinos. Desde los sitios más populares hasta los más escondidos, te guiaremos con conocimientos especializados, brindándote información privilegiada y recomendaciones para que tus tours sean extraordinarios. Nos esforzamos por ser más que una empresa; somos tus socios en la exploración.

Experiencias Locales Auténticas:

En ANDEAN TOURS, creemos que la autenticidad es clave para una experiencia de un tour significativo. Trabajamos estrechamente con comunidades locales para ofrecer experiencias auténticas y sostenibles. Ya sea participando en eventos especiales,

disfrutando de lo importante de la región o sumergiéndote en la cultura, te conectaremos con el corazón y el alma de cada parte de la zona cafetera.

Compromiso con la Sostenibilidad:

Reconocemos la importancia de preservar la belleza natural y cultural de nuestro planeta. Nos comprometemos a promover el turismo sostenible, apoyando iniciativas locales y minimizando nuestro impacto ambiental. Cada tour que diseñamos tiene en cuenta la sostenibilidad, asegurando que las futuras generaciones puedan disfrutar de los destinos tanto como lo hacemos hoy.

Soporte Integral:

Desde la planificación inicial hasta el regreso a casa, ANDEAN TOURS está contigo en cada paso del camino. Ofrecemos soporte las 24 horas del día, los 7 días de la semana, para garantizar tu tranquilidad durante toda la contratación y el tour. Nuestra atención al detalle y servicio al cliente excepcional te permitirán relajarte y disfrutar plenamente de cada momento.

Innovación Tecnológica:

Abrazamos la innovación para mejorar tu experiencia en cada tour. Desde aplicaciones personalizadas hasta tecnología de vanguardia en reservas y comunicación, utilizamos herramientas digitales para simplificar la planificación y mejorar la accesibilidad durante el tour. Estamos comprometidos con mantenerte conectado y proporcionarte información relevante en todo momento.

Flexibilidad y Adaptabilidad:

Reconocemos que los tours pueden cambiar y que la flexibilidad es esencial. Nuestro enfoque adaptable nos permite ajustarnos a tus necesidades cambiantes, asegurando que tu experiencia del tour sea fluida y sin complicaciones, incluso en circunstancias imprevistas.

Relación a Largo Plazo:

En ANDEAN TOURS, no buscamos ser simplemente una empresa de tours por el eje cafetero; aspiramos a ser tus socios a lo largo de tus aventuras de por vida. Estamos comprometidos a construir relaciones sólidas y duraderas, adaptándonos a tus cambios de estilo de vida y garantizando que cada tour con nosotros sea tan emocionante como el primero.

Con base al modelo canvas, nos basamos en la personalización, precio, accesibilidad y la comodidad/utilidad, ya que nuestros servicios se adaptan a las necesidades específicas que requiere el cliente ya que brindamos diversas maneras y opciones para mejorar el servicio no cohibiéndonos a solo una opción, llevándolo a ellos de una manera sencilla con buena accesibilidad a todos nuestros servicios y a un buen precio.

En resumen, en ANDEAN TOURS, no solo te llevamos a destinos exóticos; te llevamos a una experiencia de vida. Desde la planificación hasta la ejecución, nos dedicamos a superar tus expectativas, ofreciendo momentos que perdurarán mucho después de que todo inicie. Descubre el mundo con nosotros y permítenos ser el arquitecto de tus recuerdos inolvidables, con ANDEAN TOURS. “Tours con aroma de café” y haz que cada viaje sea una obra maestra.

CAPITULO III: Canales

Los canales de comunicación, distribución y venta son los medios con los que la empresa se conecta con sus clientes. Estos canales desempeñan un papel crucial en la experiencia del cliente. Algunas de sus funciones incluyen: Informar a los clientes sobre los productos y servicios de la empresa, ayudar a los clientes a evaluar la propuesta de valor de la empresa, facilitar la compra de productos y servicios específicos por parte de los clientes, proporcionar una propuesta de valor a los clientes y ofrecer un servicio de atención posventa a los clientes.

El tipo de canal que manejamos es propio directo, ya que trabajamos directamente con los usuarios brindándoles la información nosotros mismo y hablando directamente con ellos, donde podemos evidenciar 5 fases:

Información:

En primera instancia se realizará con voz a voz con los usuarios que se nos acercan por medio de los medios de comunicación más usados hoy en día: Instagram, Facebook, WhatsApp o que lleguen directamente a nuestra página web.

Evaluación:

Al llegar a nosotros por estos medios, se realizará una base de datos de estos clientes para que estén en contacto con nosotros y podamos ofrecerles los servicios de manera más efectiva e interpersonal.

Compra:

Los clientes podrán hacer su pago mediante transferencia bancaria, pago por pse, ya sea virtualmente utilizando sus tarjetas de crédito/debito, y también se les facilitará el pago en efectivo en el establecimiento.

Entrega:

Se les brindará la información del servicio que requieran o estén interesados con una cotización de todo mediante nuestros canales de comunicación, y, gracias a la base de datos, se les enviará información más detallada semanalmente.

Postventa:

A medida que nuestros clientes se vinculen mediante un servicio, se les considerará para una próxima ocasión un descuento o servicio privilegiado por su fidelidad, igual si nos llegasen a recomendar.

CAPITULO IV: Relación con los clientes

La relación con el cliente es un aspecto crucial en el éxito de una empresa de turismo. Esta relación va más allá de simplemente vender un servicio; implica entender las necesidades y expectativas del cliente, proporcionar experiencias memorables y construir conexiones a largo plazo. Aquí hay varios elementos clave que destacan la importancia de la relación con el cliente en nuestra empresa de turismo:

Escucha Activa:

Buscamos comprender las necesidades específicas de cada cliente para ofrecer servicios personalizados. Nuestra empresa practicará una escucha activa, ya sea a través de encuestas, comentarios en línea o interacciones directas, para adaptarse continuamente a las expectativas cambiantes de los clientes.

Asesoramiento y Personalización:

La asesoría en lugares, actividades y opciones de tours es una forma de construir confianza con los clientes. La personalización de tours según los intereses y preferencias individuales nos agrega un valor significativo, demostrando un compromiso genuino con la satisfacción del cliente.

Comunicación Transparente:

La transparencia en la comunicación es clave, especialmente en términos de costos, políticas de cancelación y cualquier otro aspecto relevante para el cliente. La confianza se fortalece cuando los clientes sienten que están bien informados y que nuestra empresa está siendo honesta en todas sus interacciones.

Experiencias Memorables:

La creación de experiencias memorables durante los tours contribuye significativamente a la satisfacción del cliente. Desde la elección de lugares únicos hasta

la organización de tours especiales, cada detalle cuenta para hacer que el momento sea inolvidable.

Atención al Cliente 24/7:

El turismo no sigue un horario convencional, por lo que se busca ofrecer atención al cliente las 24 horas, los 7 días de la semana. Esto puede ser a través de líneas telefónicas, chat en vivo o asistencia en redes sociales, brindando tranquilidad a los clientes y mostrando un compromiso constante.

Gestión Efectiva de Problemas:

Los problemas y contratiempos pueden ocurrir durante un viaje. Nuestra empresa de turismo tiene un proceso claro y eficiente para gestionar problemas, responder rápidamente a situaciones imprevistas y resolver cualquier inconveniente de manera satisfactoria para el cliente.

Uso de Tecnología:

La implementación de tecnologías como sistemas de reservas en línea, aplicaciones móviles y plataformas de gestión de relaciones con el cliente (CRM) nos puede mejorar la eficiencia operativa y proporcionar una experiencia más fluida al cliente, desde la reserva hasta la conclusión del tour.

Programas de Fidelización:

Incentivamos la fidelidad del cliente a través de programas de recompensas, descuentos para clientes frecuentes o acceso exclusivo a ofertas especiales para fortalecer los lazos a largo plazo entre la empresa y sus clientes.

Evaluación Continua:

Realizaremos evaluaciones continuas de la satisfacción del cliente y recopilar comentarios permitiendo a la empresa identificar áreas de mejora y ajustar los servicios según las expectativas cambiantes del mercado.

En conclusión, la relación con el cliente de nuestra empresa es la de asistencia personal según CANVAS, ya que en nuestra empresa de turismo implica vender servicios, crear experiencias significativas y construir relaciones a largo plazo, con una interacción más humana para una mejor comprensión de lo que queremos ofrecer y atender dudas si hay. Desde la planificación inicial hasta la conclusión del tour y/o actividad, cada interacción estará diseñada para satisfacer y superar las expectativas del cliente, contribuyendo así al éxito sostenible de la empresa en la industria del turismo.

CAPITULO V: Fuente de ingresos

Las fuentes de ingresos de una empresa de tours pueden ser diversas y dependerán de la naturaleza de la empresa y de su modelo de negocio donde nos basaremos en la venta de activos y la cuota por uso. Los precios estimados provienen de un análisis de los servicios prestados de la región, aparte de guiarnos de algunos grupos parecidos activos en estas giras en el país. Aquí hay cinco fuentes comunes de ingresos que se proponen realizar para nuestra empresa:

- **Venta de paquetes turísticos:** Una de las principales fuentes de ingresos para una empresa de tours es la venta de paquetes turísticos. Estos paquetes pueden incluir alojamiento, transporte, visitas guiadas y actividades específicas en destinos turísticos populares. La empresa puede generar ingresos al vender estos paquetes a personas, grupos de personas o incluso a otras agencias de viajes.
- **Servicios de guía turístico:** Otra fuente de ingresos importante es la prestación de servicios de guía turístico. Esto implica ofrecer guías calificados y expertos que acompañen a los clientes durante sus recorridos por los diferentes destinos turísticos. Estos guías proporcionaran información cultural, histórica y práctica sobre los lugares visitados, enriqueciendo así la experiencia del cliente.
- **Comisiones por ventas de actividades adicionales:** También generar ingresos al ofrecer actividades adicionales a los clientes, como excursiones opcionales, espectáculos en vivo, clases o aventuras al aire libre. La empresa puede obtener comisiones al vender estas actividades en colaboración con proveedores locales.

- **Servicios de transporte:** Si la empresa de tours proporciona servicios de transporte, ya sea en forma de traslados desde y hacia el aeropuerto, transporte para llegar a los puntos de encuentro para la salida a los tours, esto también puede constituir una fuente significativa de ingresos. La empresa puede cobrar tarifas por estos servicios o incluirlos como parte de los paquetes por tour.
- **Ventas de productos y souvenirs:** Generar ingresos adicionales mediante la venta de productos y souvenirs relacionados con los destinos visitados y con nombres o logotipos de la empresa. Esto puede incluir artículos como camisetas, sombreros, imanes de nevera, libros de guía y otros recuerdos que los clientes pueden comprar como recuerdo de su experiencia turística.

Las empresas de tours podemos diversificar las fuentes de ingresos mediante la venta de paquetes turísticos, la prestación de servicios de guía, la venta de actividades adicionales, la oferta de servicios de transporte y la venta de productos y souvenirs las cuales hacen referencia a la venta de activos según el modelo CANVAS. La combinación de estas fuentes de ingresos puede ayudar a la empresa a mantenerse rentable y atractiva para los clientes.

PROYECCIÓN DE VENTAS

INGRESOS

Mes	Cantidad	Valor
Enero	26 tours (cortos 12, medianos 8 y 6 largos), souvenirs, videotour.	58'000.000
Febrero	14 tours (cortos 6, medianos 4 y largos 4), souvenirs, videotour.	29'000.000
Marzo	26 tours (cortos 12, medianos 8 y 6 largos), souvenirs, videotour.	58'000.000

	14 tours (cortos 6, medianos 4 y largos 4),	
Abril	souvenirs, videotour.	29'000.000
Mayo	14 tours (cortos 6, medianos 4 y largos 4), souvenirs, videotour.	29'000.000
Junio	26 tours (cortos 12, medianos 8 y 6 largos), souvenirs, videotour.	58'000.000
Julio	26 tours (cortos 12, medianos 8 y 6 largos), souvenirs, videotour.	58'000.000
Agosto	14 tours (cortos 6, medianos 4 y largos 4), souvenirs, videotour.	29'000.000
Septiembre	14 tours (cortos 6, medianos 4 y largos 4), souvenirs, videotour.	29'000.000
Octubre	14 tours (cortos 6, medianos 4 y largos 4), souvenirs, videotour.	29'000.000
Noviembre	14 tours (cortos 6, medianos 4 y largos 4), souvenirs, videotour.	29'000.000
Diciembre	26 tours (cortos 12, medianos 8 y 6 largos), souvenirs, videotour.	58'000.000
	VALOR TOTAL	493'000.000

La empresa presenta una clara estacionalidad en sus ingresos, con picos en los meses de enero, marzo, junio, julio y diciembre, donde se registran ingresos de \$58.000.000 COP por mes. Estos meses coinciden con periodos de mayor afluencia turística en la región, impulsados por las vacaciones escolares, festividades y eventos especiales.

En contraste, durante los meses restantes del año (febrero, abril, mayo, agosto, septiembre, octubre y noviembre), la empresa experimenta una temporada baja, con ingresos promedio de \$29.000.000 COP por mes. Esta disminución se debe a la menor afluencia turística durante estos periodos.

Distribución de Ingresos:

A continuación, se presenta un desglose de los ingresos anuales, diferenciando entre temporada alta y baja:

- **Temporada Alta (5 meses):**
 - Ingresos totales: \$290.000.000 COP (58.000.000 COP/mes x 5 meses)
 - Representa el 58.8% de los ingresos totales anuales.
- **Temporada Baja (7 meses):**
 - Ingresos totales: \$203.000.000 COP (29.000.000 COP/mes x 7 meses)
 - Representa el 41.2% de los ingresos totales anuales.

La empresa de Andean Tours presenta un comportamiento cíclico en sus ingresos, con temporadas altas que generan un 58.8% de los ingresos totales anuales y temporadas bajas que representan el 41.2% restante. Es importante considerar esta estacionalidad al momento de realizar proyecciones financieras y tomar decisiones estratégicas para el negocio.

FLUJO DE EFECTIVO

Mes	Ingresos	Egresos	Saldo
Enero	58'000.000	35'209.120	22'790.880
Febrero	29'000.000	7'040.000	21'960.000
Marzo	58'000.000	7'040.000	50'960.000
Abril	29'000.000	7'040.000	21'960.000
Mayo	29'000.000	7'040.000	21'960.000
Junio	58'000.000	9'910.000	48'090.000

Julio	58'000.000	7'040.000	50'960.000
Agosto	29'000.000	7'040.000	21'960.000
Septiembre	29'000.000	7'040.000	21'960.000
Octubre	29'000.000	7'040.000	21'960.000
Noviembre	29'000.000	7'040.000	21'960.000
Diciembre	58'000.000	9'910.000	48'090.000
		VALOR TOTAL	374'610.880

1. Ingresos:

- **Temporada alta:** \$58 millones por mes.
- **Temporada baja:** \$29 millones por mes.

2. Egresos:

- **Enero:** \$35'299.120.
- **Temporada alta:** \$9'910.000.
- **Temporada baja:** \$7'040.000.

La empresa tiene un flujo de efectivo anual positivo de \$374'610.880 lo que indica que genera más efectivo del que gasta durante el año. Sin embargo, es importante observar la estacionalidad del negocio. Los meses de alta generan flujos de efectivo significativamente mayores que los meses de baja.

El estado de flujo de efectivo es una herramienta valiosa para la empresa Andean tours. Permite comprender la estacionalidad del negocio, identificar los meses con mayor generación de efectivo y tomar decisiones financieras informadas.

CAPITULO VI: Recursos clave

Los recursos clave son los haberes de la empresa, los medios con los que cuenta la compañía para realizar su actividad económica. Así, mientras que una empresa de fabricación puede que se centre en los recursos materiales como lo es toda la maquinaria necesaria para la producción, una empresa consultora puede que prefiera centrarse en el talento de su equipo humano. (Alonso M, 2024).

Estos recursos clave pueden ser de diversos tipos:

- Recursos materiales como los equipos informáticos.
- Recursos intelectuales como patentes.
- Recursos humanos.
- Recursos financieros de la empresa.

Tabla de recursos

Recursos	Elemento	Valor		
	s	Características	Cantidad	Unitario

Talento humano	Guías	Posee un profundo conocimiento de la región, su historia, cultura y paisajes. Este individuo se versa en los diferentes destinos turísticos del Eje Cafetero y comprende la historia del café, desde su cultivo hasta su producción, con conocimiento en la flora, la fauna y la importancia de la conservación ambiental en la región.	2	Tour corto: \$540.000 \$45.000 Tour medio: \$440.000 \$55.000 Tour largo: \$65.000	Tour corto: (12) Tour medio: (8) Tour largo: (6)
		Personal fundamentalmente preparado para atender emergencias médicas que puedan surgir durante los tours. Este individuo probablemente tendría habilidades básicas de primeros auxilios, como saber cómo tratar cortes, raspaduras, esguinces, quemaduras solares, deshidratación, caídas graves, golpes en la cabeza, lesiones musculares importantes o incluso incidentes relacionados con la climatología, como golpes de calor o hipotermia. que son comunes en actividades al aire libre como andar en bicicleta.	2	\$75.000	\$150.000
Talento humano	Mecánico	Personal posee una combinación única de habilidades técnicas y conocimientos especializados en bicicletas, así como un profundo entendimiento de la región del eje cafetero en Colombia. Esta persona debe conocer la mecánica de	2	\$40.000	\$320.000

		bicicletas, incluyendo la capacidad de diagnosticar y reparar problemas mecánicos que surjan durante un tour en bicicleta.			
		Su papel abarca una amplia gama de tareas, desde recibir a los visitantes y gestionar llamadas telefónicas hasta manejar la correspondencia y coordinar la agenda del equipo, debe			
Talento humano	Secretaria administrativa	tener habilidades organizativas excepcionales para mantener todos los documentos, registros y horarios en orden.	1	\$1'300.000	\$1'300.000
				TOTAL	\$3'140.000

Recursos	Elementos	Características	Cantidad	Valor	
				Unitario	Valor Total
Técnicos	Ciclas	BICICLETA CICLA MTB ALUM-X 21 VELOCIDADES ADULTOS RIN 29 La línea de bicicletas ALUM-X de BKS está diseñada para llevarte a senderos de Cross Country y a través de la jungla de concreto.	20	\$809.990	\$16'199.800

Técnicos	Kit de primeros auxilios	Apósitos estériles para limpiar y cubrir heridas abiertas. Cinta adhesiva para fijar gasas o vendajes. Tijera para cortar gasas y vendas o la ropa de la víctima. Antisépticos, yodo povidona,	2	\$40.000	\$80.000
----------	--------------------------	--	---	----------	----------

		agua oxigenada (de 10 volúmenes) o alcohol para prevenir infecciones, guates de látex, tapa bocas, curitas.			
		Palancas para desmontar las cubiertas, kit de parches para bicicletas, Cámara neumática de repuesto, Inflador portátil. Navaja"			
	Kit de reparación	multiherramientas, Llaves de radios, Corta cadenas, Bolso de herramientas.			
Técnicos	bicicleta		2	\$45.000	\$90.000
	Casos para bicicleta	Los cascos de ciclismo están diseñados para absorber los impactos mediante la destrucción parcial de la carcasa y el forro.	20	\$80.000	\$1'600.000
	GoPro				
Técnicos	Cámara		2	\$1'184.210	\$2'368.420
	Souvenir	Conjunto de artículos promocionales que pretenden dar a conocer la empresa, entre otros. De otra manera, todos los productos incorporan un logotipo, eslogan o diseño de empresa para regalarlos y ganar popularidad.	90	\$2'700.000	\$2'700.000
	Implementación	Camiseta de fitness manga larga y corta domyos	20	\$30.000	\$600.000
	Implementación	Gorra deportiva artengo tc100	10	\$36.000	\$360.000
				TOTAL	\$23'998.220

Elemento		Valor			
Recursos	s	Características	Cantidad	Unitario	Valor Total
	Creación del				
Intelectual	proyecto	Creación del proyecto Andean Tours.	3	\$1'300.000	\$3'900.00
TOTAL					\$3'900.000
Elemento		Valor			
Recursos	s	Características	Cantidad	Unitario	Valor Total
	Página web	Dominio cibernético donde se encontrará toda la información respectiva a los tours, la localización, los precios, los paquetes y la información general de la empresa.	1	\$80.000	\$80.000
	Computador portátil 14"	Procesador Intel® Core™ i5 de 11.ª generación. Windows 11 Home Single Language Unidad de estado sólido PCIe® NVMe™ M.2 de 256 GB	1	\$1'490.900	\$1'490.900
	Celular	Iphone SE	1	\$2'600.000	\$2'600.000
TOTAL					4'170.900
TOTAL GENERAL					\$35'209.120

Esta tabla describe los recursos invertidos en la empresa de Andean Tours, categorizados en talento humano, recursos técnicos, recursos intelectuales y recursos tecnológicos.

Recurso Inversión Talento Humano: \$3.140.000 incluye los costos de contratación, capacitación y desarrollo del personal necesario para operar la empresa, como guías turísticos, mecánicos de bicicletas, personal de atención al cliente y personal administrativo.

Recursos Técnicos: \$23.998.220 incluye la inversión en equipos y herramientas necesarias para operar la empresa, como bicicletas, cascos, herramientas de reparación, vehículos de apoyo, sistemas de comunicación y sistemas de reservas.

Recursos Intelectuales: \$3.900.000 incluye la inversión en la creación de materiales promocionales, desarrollo de rutas de ciclismo, capacitación del personal en temas relacionados con el ciclismo y el Eje Cafetero, y la obtención de permisos y licencias necesarias para operar la empresa.

Recursos Tecnológicos: \$4.170.900 Incluye la inversión en software de gestión de reservas, sitio web, aplicaciones móviles, sistemas de pago electrónico y otras herramientas tecnológicas que permiten a la empresa operar de manera eficiente y brindar una buena experiencia al cliente.

Total inversión: \$35.209.120 suma de la inversión en todas las categorías de recursos.

- La mayor inversión se ha realizado en recursos técnicos, lo que refleja la importancia de contar con equipos y herramientas de calidad para ofrecer una experiencia segura y satisfactoria a los clientes.
- La inversión en talento humano también es significativa, ya que el personal capacitado y experimentado es esencial para el éxito de la empresa.
- La inversión en recursos intelectuales y tecnológicos también es importante para diferenciar a la empresa de la competencia y ofrecer un servicio de alta calidad.

La tabla de recursos ofrece una visión de las inversiones realizadas en la empresa de tours en bicicleta por el Eje Cafetero. La empresa ha realizado una inversión significativa en todos los tipos de recursos, lo que demuestra su compromiso con ofrecer un servicio de alta calidad a sus clientes.

CAPITULO VII: Actividades clave

En el modelo Canvas para una empresa de turismo, las actividades clave abarcan una amplia gama de acciones necesarias para operar y brindar servicios turísticos de manera efectiva. Estas actividades pueden incluir desde la gestión de reservas y atención al cliente hasta la organización de tours y actividades recreativas. Según el modelo Canvas propuesto por Osterwalder y Pigneur (2010), las actividades clave son aquellas que permiten a la empresa ofrecer su propuesta de valor de manera efectiva y diferenciarse de la competencia en el mercado turístico. Por ejemplo, la creación de itinerarios personalizados, la garantía de la seguridad de los viajeros y la promoción de destinos únicos pueden considerarse actividades clave que contribuyen al éxito de la empresa de turismo.

Además, las actividades clave en una empresa de turismo también pueden incluir la gestión de relaciones con proveedores, la comercialización de servicios turísticos y la implementación de estrategias de marketing digital. Según el modelo Canvas, estas actividades son fundamentales para establecer y mantener la ventaja competitiva de la empresa en el mercado turístico. Asimismo, la adaptabilidad y la innovación son aspectos clave que deben integrarse en todas las actividades para responder a las cambiantes demandas y tendencias del sector turístico. En resumen, las actividades clave son aquellas que permiten a la empresa de turismo ofrecer experiencias memorables y satisfactorias a los viajeros, al tiempo que garantizan la eficiencia operativa y la rentabilidad del negocio.

Resolución de problemas:

Montar en bicicleta no solo ofrece beneficios físicos significativos, sino que también proporciona una experiencia única para explorar sitios turísticos. La actividad física que implica pedalear fortalece el sistema cardiovascular, mejora la resistencia y contribuye a mantener un peso saludable. Además, montar en bicicleta es una forma sostenible de transporte que no emite gases contaminantes, lo que la convierte en una opción respetuosa con el medio ambiente para desplazarse por destinos turísticos. La capacidad de recorrer distancias moderadas en bicicleta permite a los viajeros sumergirse en la cultura local, descubrir rincones ocultos y detenerse para apreciar vistas panorámicas que de otro modo podrían pasarse por alto. Esta combinación de actividad física y exploración activa promueve una experiencia turística enriquecedora que beneficia tanto el cuerpo como el espíritu.

Nuestros recorridos se dividen en 3, los cuales son: Tinto (corto), Barranquero (mediano) y Chapolera (Largo), estos poseen lo que son los sitios turísticos vinculados al modelo de negocios.

El Tinto es un recorrido corto donde visitaremos lo que son: El parque del café, el Mariposario y Panaca, los cuales lo dividimos en 2 días ya que lo que es el parque del café se demora todo el día en visitarlo.

El Barranquero es un recorrido de mediana distancia ya que incluye los 3 anteriores sumándole lo que es el parque Los Arrieros, donde es un parque plenamente cultural para pasar el día rodeado de la cultura cafetera.

Y por último, pero no menos importante está La Chapolera la cual se suman los sitios de El Tinto y El Barranquero con la actividad del Balsaje, donde por un día completo recorrerás lo que es el río la vieja en una balsa hecha por guadua de la zona, disfrutando de esos paisajes naturales tan idílicos y únicos de la región.

CAPITULO VIII: Asociaciones clave

Las asociaciones clave desempeñan un papel fundamental en el éxito de las empresas turísticas al proporcionar acceso a recursos y conocimientos especializados que de otra manera serían difíciles de obtener. Según Roa (2023), estas colaboraciones estratégicas permiten a las empresas expandir su alcance geográfico y acceder a segmentos de mercado que podrían ser inaccesibles de forma individual. Además, autores como Kim y Mauborgne (2005) destacan que las asociaciones estratégicas en la industria del turismo pueden generar sinergias significativas, permitiendo a las empresas combinar sus recursos y capacidades para ofrecer experiencias turísticas más completas y atractivas para los clientes.

Es esencial que estas asociaciones sean mutuamente beneficiosas y se basen en una relación de confianza y cooperación entre las partes involucradas. Como señala Dwyer y Kim (2003), las empresas turísticas deben buscar alianzas que agreguen valor a sus ofertas y contribuyan al logro de sus objetivos comerciales a largo plazo. De esta manera, al establecer asociaciones estratégicas sólidas, las empresas turísticas pueden mejorar su competitividad, optimizar recursos y ofrecer experiencias memorables que satisfagan las necesidades y expectativas de los viajeros.

Es fundamental que las asociaciones sean mutuamente beneficiosas para todas las partes involucradas, lo que garantiza una alianza justa y sostenible. Por tanto, la asociación clave que buscamos establecer es una Alianza Estratégica, que implica llegar a acuerdos que beneficien a ambas partes.

Bajo este enfoque, se busca optimizar recursos y aprovechar las economías de escala, lo que conlleva a la reducción de costos, el aumento de la rentabilidad y la consolidación o mejora de la posición en el mercado.

ALIANZAS CLAVE

Nombre de la empresa	Ganancia de la empresa	
	externa	Ganancia de la propia empresa
Tanager Lodge	Estadía por persona (\$120.000)	Alquiler del tour y publicidad

	Visita del parque (entre \$60.000 y	
Parque del café	\$85.000)	Crecimiento publicitario
		Accesibilidad a los productos
Dislicores del puerto	Consumo de bebidas y alimentos	durante la ruta
Balsaje la berraquera	Uso de sus servicios (\$75.000)	Reconocimiento y publicidad
	Visita del parque (entre \$60.000 y	
Panaca	\$170.000)	Crecimiento publicitario
Finca la coqueta	Estadía por persona (\$120.000)	Alquiler del tour y publicidad
Finca la Cascada	Estadía por persona (\$120.000)	Alquiler del tour y publicidad
	Visita al lugar (niños \$30.000 y	
El mariposario	adultos \$60.000)	Crecimiento publicitario
Parque de los arrieros	Visita al lugar (\$63.000)	Crecimiento publicitario
Café concorde (mirador)	Visita al lugar	Crecimiento publicitario

Establecer alianzas estratégicas para mejorar la experiencia del cliente, ampliar la oferta de servicios y aumentar las ventas.

Las empresas con las que se pueden realizar alianzas para generar ganancias mutuas, teniendo sus respectivos valores para la estadía, ingreso y consumo en cada empresa y con ello un mayor número de visitantes, aumentando la publicidad para ambas empresas, generando mayores ingresos y tener un crecimiento empresarial.

Las alianzas estratégicas pueden ser una herramienta poderosa para que la empresa de Andean Tours crezca y prospere. Al establecer alianzas con empresas complementarias, las empresas de tours en bicicleta pueden ofrecer a sus clientes una experiencia más completa y atractiva, aumentar su alcance de mercado y mejorar sus resultados financieros.

CAFITULO IX: Estructura de costes

La estructura de costos se refiere a la forma en que se distribuyen los costos de producción de una empresa. En otras palabras, es el desglose detallado de los costos que se necesitan para producir un producto o servicio. Es un proceso fundamental para organizar eficazmente los costos dentro de una empresa y mejorar la toma de decisiones. El proyecto fue basado en una estructura según el valor.

Recursos	Costos fijos	Costos Variables
Guía	X	
personal primeros auxilios	X	
mecánico	X	
secretaria adm	X	
Ciclas		X
kit primeros auxilios		X
kit de reparación		X
Cascos		X
souvenirs		X
implementación		X
intelecto	X	
página web		X
Portátil		X
Celular		X

Esta tabla muestra los recursos que generan costos fijos y costos variables, para el desarrollo de los tours generando egresos e ingresos a lo largo del desarrollo de los tours por el Eje Cafetero.

EGRESOS

Mes	Egresos	Valor
Enero	Guía, personal primeros auxilios, mecánico, secretaria adm, ciclas, kit primeros auxilios, kit de reparación, cascos, souvenirs, implementación, intelecto, página web, portátil y celular.	35'209.120
Febrero	Guía, personal primeros auxilios, mecánico, secretaria, intelecto.	7'040.000
Marzo	Guía, personal primeros auxilios, mecánico, secretaria, intelecto.	7'040.000
Abril	Guía, personal primeros auxilios, mecánico, secretaria, intelecto.	7'040.000
Mayo	Guía, personal primeros auxilios, mecánico, secretaria, intelecto.	7'040.000
Junio	Guía, personal primeros auxilios, mecánico, secretaria, intelecto, kit de primeros auxilios, kit de reparación, souvenirs.	9'910.000
Julio	Guía, personal primeros auxilios, mecánico, secretaria, intelecto.	7'040.000

Agosto	Guía, personal primeros auxilios, mecánico, secretaria, intelecto.	7'040.000
Septiembre	Guía, personal primeros auxilios, mecánico, secretaria, intelecto.	7'040.000
Octubre	Guía, personal primeros auxilios, mecánico, secretaria, intelecto.	7'040.000
Noviembre	Guía, personal primeros auxilios, mecánico, secretaria, intelecto.	7'040.000
Diciembre	Guía, personal primeros auxilios, mecánico, secretaria, intelecto, kit de primeros auxilios, kit de reparación, souvenirs.	9'910.000
	VALOR TOTAL EGRESOS	118'389.120

La tabla de egresos anual presenta los gastos proyectados para la empresa Andean Tours durante un año. Se consideran diferentes categorías de egresos, incluyendo recursos materiales, humanos, intelectuales y electrónicos. La tabla se describe de la siguiente manera:

Mes: Se indica el mes del año, comenzando por enero y finalizando en diciembre.

Egresos: Se presenta el valor total de los egresos para cada mes, discriminados por las categorías de recursos:

- **Materiales** Incluye gastos relacionados con la adquisición, mantenimiento y reparación de equipos, herramientas, materiales de oficina y otros elementos físicos necesarios para la operación del negocio.
- **Humanos:** Comprende los costos asociados a la nómina de empleados, incluyendo salarios, prestaciones sociales, parafiscales y otros beneficios laborales.

- **Intelectuales:** Agrupa los gastos en licencias de software, derechos de autor, suscripciones a servicios especializados y otros pagos por propiedad intelectual.
- **Electrónicos:** Engloba los costos de servicios públicos como energía, internet y telefonía, así como gastos en reparaciones y mantenimiento de equipos electrónicos.

Total: Se muestra la suma total de los egresos para cada mes, incluyendo todas las categorías de recursos

- La tabla refleja un egreso total anual de \$118.389.120, distribuidos a lo largo de los 12 meses del año.
- El mes de enero presenta el mayor valor de egresos (\$35.209.120), mientras que junio y diciembre tienen el menor valor (\$9.910.000).
- Los meses restantes del año (febrero, marzo, abril, mayo, julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre) presentan un valor de egresos constante de \$7.040.000.

La tabla de egresos anual es una herramienta fundamental para la planificación financiera de la empresa de tours en bicicleta. Permite comprender la estructura de gastos del negocio, identificar los rubros que generan mayor impacto y tomar decisiones informadas para optimizar el uso de los recursos disponibles.

PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO				
Costos Fijos mensuales	\$	7.040.000,00		
Ganancias Mensuales	\$	4.059.000,00		
TIPO DE SERVICIO	COSTO DE PRESTACION	COSTO DE VENTA	GANANCIAS UNITARIA	No MES
TOUR CORTO	\$ 720.000,00	\$ 1.600.000,00	\$ 880.000,00	12
TOUR MEDIANO	\$ 978.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 1.422.000,00	8
TOUR LARGO	\$ 1.443.000,00	\$ 3.200.000,00	\$ 1.757.000,00	6
			\$ 4.059.000,00	
COSTOS FIJOS EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO				
	CORTO (2 DIAS)	MEDIANO (3 días)	LARGO (5 días)	
Estadia	\$ 120.000,00	\$ 240.000,00	\$ 480.000,00	
Alimentación	\$ 125.000,00	\$ 200.000,00	\$ 350.000,00	
Guía	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	
Personal	\$ 115.000,00	\$ 115.000,00	\$ 115.000,00	
Actividades	\$ 315.000,00	\$ 378.000,00	\$ 453.000,00	
Costos totales	\$ 720.000,00	\$ 978.000,00	\$ 1.443.000,00	
Balsaje			\$ 75.000,00	
Parque del Café	\$ 85.000,00	\$ 85.000,00	\$ 85.000,00	
Panacá	\$ 170.000,00	\$ 170.000,00	\$ 170.000,00	
Mariposario	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	
Parque de los Arrieros		\$ 63.000,00	\$ 63.000,00	
	\$ 315.000,00	\$ 378.000,00	\$ 453.000,00	
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$	1,73		

Un punto de equilibrio igual a 1.73 significa que, independientemente del número de participantes en cada tour, se necesitaría de seis personas mínimo dos en cada tipo de tours, para financiar los costos fijos mensuales del proyecto.

Así las cosas, se tendría \$8'118.000 de ingresos y una ganancia neta de \$1'078.000.

El tipo de equilibrio hallado corresponde al económico, ya que es el que más seguridad brinda para tomar decisiones, por cuanto se calcula tomando tanto los costos erogables como los no erogables, en que se incurren para la prestación del servicio, arrojando el número de unidades mínimas que se requieren vender para cubrir estos costos de producción y además permite conocer la ganancia que se obtendría.

CAPITULO X: Evaluación Financiera

La evaluación financiera es un examen a fondo de la salud económica de un proyecto o una empresa. Para hacer este examen, se utilizan diferentes herramientas, se estudian los ingresos, los gastos, las inversiones y otros factores importantes, para ver si el proyecto o la empresa genera suficiente dinero para cubrir sus costos y dar ganancias a sus dueños.

En otras palabras, la evaluación financiera te ayuda a tomar decisiones inteligentes sobre tu dinero. Te dice si vale la pena invertir en un proyecto, si una empresa es rentable o si necesitas tomar medidas para mejorar su salud financiera.

La evaluación financiera es:

- Un análisis del desempeño económico de un proyecto o empresa.
- Se utiliza para tomar decisiones de inversión.
- Se basa en el estudio de ingresos, gastos, inversiones y otros factores.
- Te ayuda a proteger tu dinero y tomar decisiones inteligentes.

TIR

Inversión inicial	Flujo de caja
-\$ \$-	
35.209.120,00	\$ \$374.610.880,00
TIR	9,64 % anual









Teniendo en cuenta que el resultado al calcular la TIR nos guía hacia la toma de decisión para invertir o no en un proyecto y que, de acuerdo con la teoría, una $TIR > 0$ obliga a rechazar el proyecto y por el contrario una $TIR < 0 = 0$ nos habilita para tomar una decisión

positiva frente a la inversión, una TIR de 9.64% significa que la inversión es rentable, ya que se supera el costo del capital invertido.

Bajo las condiciones expresadas en el proyecto una TIR del 9.64%, indican una alta rentabilidad es decir el rendimiento anual esperado con una inversión inicial de \$35'209.120 es del 9,64%, lo cual equivale a \$339'415.916 anual.

Lo anterior significa que la inversión inicial de \$35,209,120 generará flujos de efectivo futuros que, descontados a una tasa del 9,64 % anual, un 0,8 % mensual, que sumarán \$374,610,880 anual y \$31,217.573 mensuales. En otras palabras, el valor presente de los flujos de efectivo futuros es igual al monto de la inversión inicial.

LIENZO

<p>Alianzas clave </p> <ul style="list-style-type: none"> -Tanager Lodge -Finca La Coqueta -Finca Los Tulipanes -Parque del café -Dislicores del puerto -Balsaje la Berraquera -Panaca -El Mariposario -Parque los arrieros -Café concode (mirador) 	<p>Actividades clave </p> <p>Resolución de problemas:</p> <p>Beneficios físicos con beneficios turísticos</p>	<p>Propuestas de valor </p> <p>Conocer el eje cafetero en bicicleta, promoviendo todo el ecoturismo de la región del café y su gran variedad</p>	<p>Relación con clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> - Escucha activa -Asesoramiento y personalización -Comunicación transparente -Experiencias memorables -Atención al cliente 24/7 -Gestión efectiva de problemas -Uso de tecnología 	<p>Segmentos de mercado </p> <p>Segmentos del mercado</p> <p>Geográfica: Región del quindío</p> <p>Psicográfica: Personas activas, aventureras, interés particular en la cultura, gastronomía, historia, ecoturismo...</p> <p>Conductuales: Beneficios</p>
<p>Recursos clave </p> <ul style="list-style-type: none"> -Guía -Personal de primeros auxilios -Mecánico -Secretaría adm -Cafeter -Kit primeros auxilios -Kit de reparación -Cacron -Souvenirs -Implementación -Intelecto -Página web -Pórtatil -Cafeter 	<p>Fuentes de ingresos </p> <p>TOURS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tinto (corto): 400 USD (1' 600,000 COP) Barranquero (medio): 600 USD (2' 400,000 COP) Chapolera (largo): 800 USD (3' 200,000 COP) Souvenirs 	<p>Estructura de costes </p> <p>Estadía: \$120,000 (corto) \$240,000 (medio) \$480,000 (largo)</p> <p>Alimentación: \$125,000 (corto) \$200,000 (medio) \$350,000 (largo)</p> <p>Guía: \$45,000 (corto, medio, largo)</p> <p>Personal: \$15,000 (corto, medio, largo)</p> <p>Actividades: \$35,000 (corto) \$378,000 (medio) \$453,000 (largo)</p>		

BIBLIOGRAFIA

- Alonso, M. (2024, 8 de febrero). *Modelo Canvas: Qué es y cómo hacer uno con ejemplos [2024]* • Asana. <https://asana.com/es/resources/business-model-canvas>
- Carvajal, CE (2012, 30 de julio). *Especialistas en Cicloturismo en Colombia* . Pedaleando Alma. <https://pedaleandoalma.com/>
- Ceieu.com. Recuperado el 4 de marzo de 2024 *Usted está siendo redirigido*. de <https://www.ceieu.com/segmentos-mercado-segun-modelo-de-negocio-erp/>
- Confecamaras.co. Recuperado el 28 de abril de 2024. *Registro Nacional de Turismo-RNT* . de <https://rnt.confecamaras.co/legislacion>
- DIARIO DEL EXPORTADOR. Recuperado el 4 de marzo de 2024 *¿Qué son mercados masivos y nichos de mercado?* de <https://www.diariodelexportador.com/2016/09/que-son-mercados-masivos-y-nichos-de.html>
- Fastercapital.com. Recuperado el 28 de abril de 2024, de <https://fastercapital.com/es/contenido/Que-es-la-evaluacion-financiera.html>
- FONTUR. Recuperado el 28 de abril de 2024. de <https://fontur.com.co/es>
- García-Mila, P. (2021, 13 de febrero). *¿Qué son las fuentes de ingreso y cómo sacar el máximo partido de ellas?* *Pau García-Milá* . <https://paugarciamila.com/que-son-las-fuentes-de-ingreso/>
- *Green Bike Tour Medellín – Tours en Bicicleta y Tours en Bicicleta Eléctrica en Medellín. La mejor manera de explorar Medellín 4 horas. Tours diarios en bicicleta y Tours nocturnos en bicicleta en Medellín. CAMINA MENOS – ** DISFRUTA MÁS* . (s/f).
- Greenbiketourmedellin.com. Recuperado el 28 de abril de 2024, de <https://greenbiketourmedellin.com/>
- Rodrigues, N. (2023, 2 de noviembre). *Estructura de costos: qué es y cómo crearla (con ejemplos)* . Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/sales/estructura-costos>
- Vargas, A. (2017). *Investigación de mercados*. [Investigación de Mercados.pdf \(areandina.edu.co\)](https://areandina.edu.co)