



**Modelo de negocio para la creación de un parque infantil ecoturístico en el municipio  
de Arcabuco, Boyacá**

**Yuli Vanessa Barrios Buitrago – Darzy Yineth Diaz Sánchez**

Código: 20311913568 - 20311911864

**Universidad Antonio Nariño**

Programa Administración de Empresas

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Tunja, Colombia

2022

**Modelo de negocio para la creación de un parque infantil ecoturístico en el municipio  
de Arcabuco, Boyacá**

**Yuli Vanessa Barrios Buitrago – Darzy Yineth Diaz Sánchez**

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

**Administradoras de Empresas**

Director (a):

Martha Lucia Faustino Castillo

Línea de Investigación:

Gestión de la Innovación

Grupo de Investigación:

Innovación Social

**Universidad Antonio Nariño**

Programa Administración de Empresas

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Tunja, Colombia

2022

**NOTA DE ACEPTACION**

El trabajo de grado titulado  
**Modelo de negocio para la creación  
de un parque infantil ecoturístico en  
el municipio de Arcabuco Boyacá,**  
Cumple con los requisitos para optar  
Al título de Administradoras de Empresas.

---

Firma del Tutor

---

Firma Jurado

---

Firma Jurado

Tunja, noviembre, 2022

## **Dedicatoria**

*A Dios por ser mi guía, por llenarme de bendiciones a diario y ser mi fortaleza en los momentos de dificultad y debilidad.*

*A mis padres Dora Buitrago y Álvaro Barrios, quienes con su amor incondicional me han acompañado a lo largo de mi vida; Gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, y a mi hermano Julián Barrios quien me ha acompañado con todo su amor en este proceso aportando en mi formación tanto profesional como humana.*

*Vanessa Barrios*

*El presente trabajo lo dedico primeramente a Dios, por ser el inspirador y darme fortaleza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.*

*A mis padres Sandra Sánchez y Ramiro Diaz quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía.*

*Darzy Diaz*

### **Agradecimientos**

Agradecimientos a la universidad Antonio Nariño y a todos los docentes, quienes con su conocimiento y apoyo nos motivaron a desarrollarnos como profesionales, en especial a la coordinadora del programa de administración de empresas y directora de trabajo de grado Martha Lucia Faustino por acompañarnos en este proceso y formar parte de este sueño, y a todas las personas que nos apoyaron y compartieron sus conocimientos para realizar con éxito este trabajo de grado.

## **Resumen**

Este proyecto, ha tenido como objetivo, mediante la implementación de una metodología investigativa orientada a la obtención de datos estadísticos en torno a las necesidades latentes al interior de las instituciones educativas en materia de educación ambiental, determinar aspectos que permiten evidenciar las carencias pedagógicas en torno a esta rama y la importancia de brindar espacios que permitan su abordaje y eventual solución.

Es por esto que, la implementación de un modelo de negocio orientado a la satisfacción de necesidades propias del turismo ecológico, se constituye en sí misma como una herramienta eficaz y versátil, que genera un amplio impacto en el sector educativo, brindando, al sector educativo, alternativas cruciales para un adecuado acercamiento de los estudiantes al entorno ambiental, propendiendo por el fomento del cuidado y conservación de los recursos naturales, aunado a la exaltación de la riqueza agrícola, medio ambiental y de diversidad de fauna y flora que ofrece el departamento de Boyacá.

Esta investigación ha tenido como resultado el conocimiento de la demanda existente en el departamento y las necesidades que con este proyecto se suplen, brindando una opción pedagógica y recreativa para los niños y niñas; además de esto determinar mediante los estudios realizados que el Parque Ecoturístico Semillitas De Alegría será una empresa técnica y administrativamente viable, pero sobre todo financieramente rentable, dando un cumplimiento satisfactorio a los objetivos propuestos y el problema planteado en la investigación.

### **Abstract**

This project has aim, through the implementation of a research methodology aimed at obtaining statistical data on the latent needs within educational institutions in the field of environmental education, to determine aspects that allow to demonstrate the pedagogical deficiencies around this branch and the importance of providing spaces that allow its approach and eventual solution.

That is why, the implementation of a business model oriented to the satisfaction of the needs of ecological tourism, is constituted in itself as an effective and versatile tool, which generates a broad impact on the education sector, providing, to the education sector, crucial alternatives for an adequate approach of students to the environment, tending for the promotion of the care and conservation of natural resources, together with the exaltation of the agricultural, environmental and diversity of fauna and flora that the department of Boyacá offers.

This research has resulted in the knowledge of the existing demand in the department and the needs that this project meets, providing a pedagogical and recreational option for children; in addition to this determine through the studies carried out that the Semillitas De Alegría Ecotourism Park will be a technically and administratively viable company, but above all financially profitable, giving a satisfactory fulfillment to the proposed objectives and the problem raised in the investigation.

## Tabla de contenido

1	Introducción .....	16
2	Estado del arte .....	17
3	Objetivos .....	25
3.1	Objetivo general.....	25
3.2	Objetivos específicos .....	25
4	Justificación.....	26
5	Planteamiento del problema.....	27
5.1	Descripción del problema .....	27
5.2	Formulación del problema.....	27
5.3	Pregunta problema .....	28
5.4	Sistematización del problema .....	28
6	Marco teórico .....	29
7	Marco geográfico .....	32
8	Aspectos metodológicos.....	34
8.1	Según el objeto de estudio .....	34
8.1.1	Investigación aplicada .....	34
8.2	Según la metodología.....	34
8.2.1	Investigación descriptiva .....	34
8.3	Según el nivel de análisis de la información.....	34
8.3.1	Investigación mixta .....	34
8.4	Según sus fuentes de información .....	34
8.4.1	Investigación de campo .....	34
8.5	Técnicas de investigación .....	35
8.6	Tamaño de la muestra .....	35



8.7	Líneas de investigación.....	35
9	CAPITULO I.....	37
9.1	Contexto.....	37
9.2	Operación turística de la zona.....	38
9.3	Población objetivo .....	41
9.4	Perfil de los clientes.....	44
9.5	Necesidades de los niños según Maslow .....	44
9.6	Aplicación comercial .....	44
9.7	Análisis .....	45
10	CAPITULO II .....	46
10.1	Objetivos.....	46
10.1.1	Objetivo general .....	46
10.1.2	Objetivos específicos.....	46
10.1.3	Objetivos estratégicos del estudio de mercado.....	46
10.2	Segmentación del mercado .....	46
10.2.1	Segmentación demográfica .....	46
10.2.2	Segmentación psicográfica.....	47
10.2.3	Segmentación geográfica.....	47
10.2.4	Segmentación socioeconómica.....	47
10.3	Plan de ventas .....	47
10.4	Estrategias administrativas.....	47
10.4.1	BSC.....	47
10.5	Estrategias .....	51
10.5.1	Estrategias FO .....	51
10.5.2	Estrategias DO.....	51

	10
10.5.3 Estrategias FA .....	51
10.5.4 Estrategias DA.....	52
10.6 Análisis de las estrategias. ....	52
10.7 Cuantificación de la demanda.....	53
10.8 Tamaño de la muestra .....	57
10.9 Procesamiento estadístico de datos .....	58
10.10 Conclusiones .....	64
10.11 Análisis de la competencia.....	65
10.12 Matriz de competitividad .....	68
10.13 Plan de mercadeo 4 P – Mix marketing .....	69
11 CAPITULO III .....	71
11.1 Estúdio Técnico - administrativo.....	71
11.1.1 Localización.....	72
11.1.2 Tipo de maquinaria y equipo a utilizar.....	72
11.1.3 Costos fijos para la prestación de servicios .....	73
11.1.4 Ingeniería de proyecto .....	74
11.1.5 Requerimiento de personal .....	75
11.1.6 Aplicación del modelo Canvas .....	78
11.2 Estudio legal .....	80
11.2.1 Requisitos legales .....	81
11.3 Estudios financieros .....	81
11.3.1 Plan de inversiones .....	82
11.3.2 Presupuesto de ingresos y egreso .....	86
11.3.3 Depreciación y amortización .....	87
11.3.4 Análisis de costos y gastos .....	88

	11
11.3.5 Estados financieros .....	89
11.3.6 Flujo neto de efectivo .....	90
11.3.7 Punto de equilibrio .....	91
11.3.8 Valor presente neto .....	91
11.3.9 Tasa de interna de retorno .....	92
11.3.10 Aplicación e interpretación de los indicadores financieros .....	93
12 CAPITULO IV .....	96
12.1 Determinación de precios y servicios .....	102
12.2 Propuesta.....	104
12.3 Misión .....	104
12.4 Visión.....	105
12.5 Valores .....	105
12.6 Descripción del modelo .....	105
12.6.1 Negocio: Parque infantil ecoturístico semillitas de alegría .....	105
13 Conclusiones .....	112
14 Anexos.....	119
14.1 Modelo de la encuesta.....	119

## Lista de figuras

	Pág.
<b>Figura 1</b> Municipios de la provincia del centro.....	32
<b>Figura 2</b> Ecuación tamaño de la muestra.....	35
<b>Figura 3</b> Productos ofrecidos por las agencias operadoras.....	38
<b>Figura 4</b> Actividades ofrecidas por operadores .....	39
<b>Figura 5</b> Servicios complementarios .....	39
<b>Figura 6</b> Motivos personales del viaje.....	40
<b>Figura 7</b> Edad del visitante .....	41
<b>Figura 8</b> Total población departamento Boyacá 2016-2023 .....	41
<b>Figura 9</b> Total población primera infancia 0 a 5 años departamento de Boyacá 2018-2023 .....	42
<b>Figura 10</b> Total población infancia 6 a 11 años departamento de Boyacá 2018-2023.....	43
<b>Figura 11</b> Tipo de establecimiento .....	43
<b>Figura 12</b> ¿La institución educativa es de carácter?.....	58
<b>Figura 13</b> ¿Municipio en el que se encuentra ubicada?.....	58
<b>Figura 14</b> ¿La institución planea viajes o salidas educativas con los estudiantes durante el año escolar? .....	59
<b>Figura 15</b> Al momento de planear una salida educativa que es lo primero que toma en cuenta para la elección del lugar.....	59
<b>Figura 16</b> ¿Conoce las alternativas en cuanto a ecoturismo que se ofrecen en el departamento?.....	60
<b>Figura 17</b> ¿Como institución educativa le interesa el ecoturismo para los alumnos? .....	61
<b>Figura 18</b> ¿Contraria la institución los servicios de una empresa que brinde varias alternativas pedagógicas con ambientes sanos y saludables para el desarrollo físico y psicológico de los estudiantes?.....	61
<b>Figura 19</b> ¿Está de acuerdo que la edad promedio de los escolares que pueden participar en estos viajes sea de 3 a 12 años? .....	62
<b>Figura 20</b> ¿Reciben regularmente información sobre servicios ecoturísticos? .....	62
<b>Figura 21</b> ¿Le gustaría conocer nuestros paquetes ecoturísticos y promociones? .....	63

<b>Figura 22</b> Si la pregunta anterior es afirmativa ¿cuánto estaría dispuesto a invertir en un paquete por estudiante? .....	63
<b>Figura 23</b> ¿Qué servicios le gustaría que proporcione un parque ecoturístico? .....	64
<b>Figura 24</b> Fuentes de información de los destinos turísticos de Boyacá.....	70
<b>Figura 25</b> Flujograma .....	75
<b>Figura 26</b> Gráfico TIR .....	92
<b>Figura 27</b> Propuesta de valor .....	96

## Lista de tablas

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1</b> Plan de ventas .....	47
<b>Tabla 2</b> BSC.....	47
<b>Tabla 3</b> Plan de mejora .....	49
<b>Tabla 4</b> DOFA .....	50
<b>Tabla 5</b> Colegios públicos y privados de los municipios de la provincia centro del departamento de Boyacá.....	53
<b>Tabla 6</b> Parámetros tamaño de la muestra .....	57
<b>Tabla 7</b> Competidores cercanos.....	65
<b>Tabla 8</b> <i>Matriz de competitividad</i> .....	68
<b>Tabla 9</b> Presupuesto anual de la mezcla de mercado.....	69
<b>Tabla 10</b> Maquinaria y equipo.....	72
<b>Tabla 11</b> Costos directos.....	73
<b>Tabla 12</b> Instalaciones .....	74
<b>Tabla 13</b> Perfiles y funciones de cargos .....	76
<b>Tabla 14</b> Modelo Canvas.....	79
<b>Tabla 15</b> Inversión en activos fijos.....	82
<b>Tabla 16</b> Inversión en activos diferidos.....	83
<b>Tabla 17</b> Materia prima .....	83
<b>Tabla 18</b> Insumos.....	84
<b>Tabla 19</b> Mano de obra.....	84
<b>Tabla 20</b> Capital de trabajo.....	85
<b>Tabla 21</b> Inversión total.....	85
<b>Tabla 22</b> Totalidad de inversión .....	85
<b>Tabla 23</b> Proyección de ingresos anuales .....	86
<b>Tabla 24</b> Presupuesto de egresos anuales .....	86
<b>Tabla 25</b> Ingresos netos anuales .....	87
<b>Tabla 26</b> Cálculo de depreciación.....	87
<b>Tabla 27</b> Cálculo de amortización anual .....	88
<b>Tabla 28</b> Relación de costos y gastos .....	88

<b>Tabla 29</b> Estados de resultados integral.....	89
<b>Tabla 30</b> Balance general.....	89
<b>Tabla 31</b> Flujo neto de efectivo .....	90
<b>Tabla 32</b> Punto de equilibrio .....	91
<b>Tabla 33</b> VPN .....	91
<b>Tabla 34</b> TIR.....	92
<b>Tabla 35</b> Rentabilidad del patrimonio .....	94
<b>Tabla 36</b> Rentabilidad del activo total .....	94
<b>Tabla 37</b> Propuesta de valor .....	97
<b>Tabla 38</b> Servicios ofrecidos .....	102
<b>Tabla 39</b> Clasificación de la empresa .....	104
<b>Tabla 40</b> Modelo de encuesta .....	119

## 1 Introducción

A lo largo de la historia, la pedagogía ha jugado un papel crucial en el entorno sociológico que caracteriza a las comunidades modernas, dada su maleabilidad y dinamismo, ha representado innumerables retos y necesidades, que no el trasegar de los años han requerido de nuevas propuestas formativas que tiene como fin último la formación en áreas y aspectos que poco a poco han cobrado una amplia relevancia, este es el caso de la conciencia ambiental y el cuidado por los recursos naturales por los cuales la misma propende.

Con el tiempo esta llamada, educación ambiental, ha requerido de la implementación de nuevas herramientas y mecanismos que acerquen al aprendiz o estudiante a entornos en los cuales no ha recibido una profunda formación de manera habitual; este es el caso de los espacios eco turísticos y educativos que le permitan dimensionar la importancia que tienen los recursos naturales, los ecosistemas y el medio ambiente en el vivir común de la sociedad.

De esta manera las necesidades educativas han permeado el sector empresarial, permitiendo divisar así oportunidades de negocio que respondan a dichas necesidades y que den una adecuada y eficaz solución a estas por medio de la implementación de proyectos empresariales dotados de un amplio espectro de acción y de una eventual alta demanda, dada su precaria explotación.

Este es el caso del sector eco turístico, que infortunadamente, al interior del departamento de Boyacá no ha sido lo suficientemente explorado y no se han generado numerosas propuestas en su entorno, obviando así, el magnífico potencial ecológico que este tiene y como el mismo se puede configurar en una propuesta innovadora para el sector educación para la concientización de sus estudiantes, particularmente los más pequeños, en torno al cuidado del medio ambiente y de los ecosistemas aledaños a sus hogares, ideas que con el paso de los años y dadas las preocupantes circunstancias ambientales que acontecen hoy en día, han cobrado gran relevancia en el sector educativo y empresarial.



## 2 Estado del arte

Los estudios realizados, con respecto a las oportunidades para emprender, traen consigo grandes retos, para quienes decidan materializar una idea de negocio; sin embargo, se debe generar una propuesta viable, sostenible y diferenciadora dentro de múltiples opciones existentes. Dentro de este tipo de estudios realizados a los modelos de negocios, para la creación emprendimientos ecoturísticos, se encuentran que los mismos están direccionados, con una amplia implementación de enfoques y conceptos optativos sobre las temáticas a abordar; por tanto, para contextualizar la problemática a desarrollar a continuación, se destacan algunos antecedentes investigativos, tanto a nivel global como nacional y regional.

### **Antecedentes Internacionales**

En el ámbito internacional, **(Beltrán Lizárraga & Lacruhy Enríquez, 2022)** realizaron un estudio en México, donde analizan los componentes de los modelos de negocio sustentables de las áreas protegidas del Parque Marino de Cabo Pulmo y Sierra La Laguna en Baja California Sur, México. La investigación se llevó a cabo en cinco etapas, la primera, entrevistas a expertos, la segunda se llevó a cabo en Cabo Pulmo por medio de encuesta y la tercera en Sierra de la Laguna a través de etnografía virtual. La cuarta etapa se destinó para la interpretación y análisis de resultados obtenidos y la quinta para elaboración de conclusiones y reflexiones finales.

En este trabajo, se concluye que la vinculación de solidaridad, colaboración, sostenibilidad ambiental y compromiso con el entorno, debe brindar un bienestar social, por lo que, se presentan avances significativos como en Baja California Sur, donde se considera un éxito el manejo de sus ANP, ya que, las comunidades residentes han desarrollado modelos de negocios sustentables que contribuyen a la conservación de su entorno natural y generan ingresos para su comunidad rural, aun con las áreas de oportunidad, diversos autores y los entrevistados coinciden que, el interés de la comunidad y la colaboración pública y privada, son fundamentales para su progreso.

**Según (Martínez Rodas, 2018)** El turismo, en Guatemala, ha venido en aumento en las últimas décadas y ha significado una gran fuente de ingreso al país. Los proveedores de

servicios turísticos no logran abarcar la mayoría de lugares y se centran en los que son más reconocidos tanto a nivel nacional como internacional.

Se elaboró un “modelo de negocio” para la implementación de la empresa nacional “Tours Chapín-X”, se redactó su misión, visión, valores empresariales y un mapa estratégico para su funcionamiento. Ahora bien, se realizó un diagnóstico situacional mediante la técnica de FODA, Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, y, con la ayuda de una encuesta, se logró determinar el rango de edades, en las cuales la empresa puede direccionar su fuerza de trabajo para lograr una adecuada comercialización de sus servicios, el precio máximo que las personas están dispuesta a pagar por un paquete turístico nacional y el tipo de actividades que puedan llamar la atención de los potenciales clientes. Finalmente, fueron propuestas, rutas turísticas alternativas a las ofrecidas por el INGUAT (Instituto Guatemalteco de Turismo), en su portal de Internet, ampliando de esta manera el nicho de mercado en el sector turismo.

(**Casadesus-Masanell, s.f.**) presenta el concepto de ciclo virtuoso, e ilustra cómo un buen diseño de modelo de negocio, genera rentabilidades superiores sostenibles. El enfoque de la formulación estratégica desde el punto de vista de los modelos de negocio, ofrece una nueva perspectiva para abordar aspectos fundamentales de estrategia tales como las amenazas a la sostenibilidad de la ventaja competitiva y los riesgos y virtudes del crecimiento empresarial.

La visión de la competencia, desde el ángulo de los modelos de negocio y los ciclos virtuosos que éstos generan, sugiere que la sostenibilidad de la ventaja competitiva depende de la habilidad de la empresa de alimentar los propios ciclos, así como impedir que los competidores los debiliten. En consecuencia, a las amenazas clásicas a la sostenibilidad de la ventaja competitiva (imitación, sustitución, comportamiento oportunista y complacencia organizacional) se debe incluir la posible vulnerabilidad de los ciclos virtuosos a acciones de competidores y a cambios estructurales (como a los que se alude, en el primer párrafo).

(**Revert & Ana, 2017**) El sector agroalimentario, supone un importante motor económico y social en muchos países, no solo por su relevancia económica, sino también por su significado vital. Desde hace años se puede considerar que la evolución del sector ha

derivado en el desarrollo de redes de distribución centralizadas y globales. Estas redes de distribución globales, en un mercado de productos de bajo ratio valor/peso, son más eficientes cuanto más centralizada esté su logística. Este nuevo paradigma tiene como efecto colateral la difícil pervivencia del pequeño productor-vendedor con los problemas que esto supone para el ciudadano en cuanto a miembro de la sociedad. Esta tesis se enmarca en un proyecto de profesores de la Universitat Politècnica de València denominado HOF3M (Heterarchical Open Food 3-sustainable Market). El proyecto tiene el objetivo de facilitar el desarrollo de un mercado triplemente sostenible de productos alimentarios, generando las bases tecnológicas y de negocio que reduzcan las barreras de entrada para que, cualquiera, en cualquier lugar del planeta pueda convertirse en un agente que acerque cualquier productor a cualquier consumidor. El objetivo se concreta en "proporcionar una metodología para la identificación y el análisis de modelos de negocio, a través del estudio de casos prácticos en empresas, con el objeto de confeccionar un banco de modelos de negocio triplemente sostenibles, replicables y no escalables en el sector agroalimentario". La aplicación de esta metodología proporciona una herramienta que facilita la replicabilidad de modelos de negocio, en el tejido empresarial agroalimentario; además, permite identificar aquellos modelos triplemente sostenibles y no escalables, que pueden ser implementados por consumidores, productores e intermediarios.

(Martínez Rodríguez , 2017) concluye que, el modelo de negocio se puede considerar como una fuente de ventaja competitiva en la empresa, ya que, si el modelo está correctamente definido, puede ser la clave del éxito en la organización. Además, si éste se revisa e incluso se mejora, puede crear valor adicional a la gestión y desarrollo empresarial. Por un lado, es extremadamente importante tener en cuenta la innovación en el modelo, puesto que si a este se le dota de flexibilidad podrá adaptarse a los cambios exigidos por el mercado de manera más rápida y eficaz. Por otro lado, cada vez se tiene más en cuenta la sostenibilidad a la hora de elaborar los modelos de negocio, lo que conlleva al compromiso con el medio ambiente. Es por esto que se deben desarrollar modelos de negocio innovadores que, incorporen responsabilidad social corporativa y que generen valor para los stakeholders para así mejorar la relación entre ellos.

El estudio de varios modelos de negocio nos lleva a afirmar que muchos de ellos se basan en el estudio de la competencia y en la actualidad se puede considerar como un gran fallo, ya que lo único que hacen es copiar e imitar a los competidores y no sacar ideas propias e innovadoras.

### **Antecedentes Nacionales**

A nivel nacional, (**Salamanca Salazar, 2017**) en su trabajo para obtener el grado de magister “Modelo de negocios para un emprendimiento de servicios turísticos, ecoturísticos y culturales en San Agustín, Huila”, identificó una oportunidad de negocio en el sector turístico, dado el crecimiento sostenido durante los últimos 10 años de este renglón de la economía. El objetivo del estudio fue estudiar un modelo de negocio que pueda ser viable para crear un centro de servicios turístico en el municipio de San Agustín; consiguiendo como resultados la identificación del cliente objetivo en Colombia, sus preferencias por el ecoturismo y turismo cultural y, también hacer una propuesta atractiva para el mercado actual y futuro, dado que en Colombia con la reactivación del turismo, la tendencia es la confianza de los turistas nacionales y extranjeros por recorrer el país generando así desarrollo y beneficios económicos a las regiones.

(**Alzate Salaza, 2019**) El motivo que generó la creación de este proyecto además de la pasión por los caballos, fue la identificación de la necesidad de crear nuevas alternativas de diversión en la región, ya que La Dorada carece de espacios en los que la familia pueda disfrutar de la recreación, el medio ambiente y del esparcimiento y relajación y este proyecto comprende una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno, el medio, los caballos, las atracciones, siendo toda la población clientes potenciales ya que la familia está compuesta por grupos atareos y de esta manera contribuye al mejoramiento en la calidad de vida de los seres humanos.

Para estudiar la posibilidad de materializar este plan se hizo necesario realizar diferentes estudios, dirigidos a evaluar el mercado objetivo o la demanda potencial, también evaluar el entorno donde se realizaría el proyecto, y con base en esto determinar las fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades a las que se enfrentaría.

(Aragón Giovannetti, 2018) basado en el desarrollo sostenible se sustenta, ciertas necesidades actuales sin comprometer a generaciones futuras, la situación es estimada teniendo en cuenta parámetros económicos, sociales y ambientales.

El objeto social de la Aldea ecoturística Sierra Nevada, es prestar un servicio de ecoturismo que incluye alojamiento y actividades ecoturística dentro de las estribaciones de la sierra nevada, esta actividad económica sirve de esparcimiento a turista y es una iniciativa que promueve la conservación de esta importante reserva natural del país, la idea es generar conciencia ecológica en las personas que practican el ecoturismo. El objetivo de este proyecto es aportar elementos para favorecer que el ecoturismo se desarrolle como una alternativa lo más amigable posible con el ambiente, y paralelamente, que esté basada en la participación de la comunidad como mecanismo de democratización de sus beneficios (ingresos, conservación del área, organización, capacitación). Se sustenta bajo una planificación comercial, técnica y económica que permite la viabilidad generando beneficios económicos, sociales y ambientales. El proyecto se realiza en un área de interés relevante para la región y el país, la cual de acuerdo estimaciones económicas se convierte en un potencial para la explotación del ecoturismo, teniendo en cuenta una excelente planificación, que hace interesante la inversión como un destino turístico seguro y rentable para los inversionistas, y atractivo para los ecoturistas.

(Correa Agudelo, 2016) se presenta un novedoso modelo de negocio ecoturístico, denominado Mango Soul Hostel, para implementarse en la zona de Punta Bolívar, municipio de San Antero, departamento de Córdoba. El proyecto podría consolidarse con base en estrategias propias del mercadeo experiencial (sentir, percibir, actuar, relacionarse y pensar) y de los módulos experienciales estratégicos de mercadeo (sensorial, de sentimientos, de pensamientos, de actuaciones y de relaciones) en un lugar que como pocos en la costa Caribe colombiana cumplen las características propias de ecoturismo dirigido en especial a huéspedes extranjeros. Se aprovecharon las experiencias nacionales e internacionales para desarrollar un plan estratégico de mercadeo apropiado para así generarle valor agregado, con base en dos pilares fundamentales como son el acertado gerenciamiento del talento humano y el buen uso de la sensibilidad intercultural. El proyecto tiene un fuerte compromiso social para coadyuvarla desarrollo de las comunidades

nativas aledañas mediante la elevación de su nivel de vida e impulsaría el ecoturismo en la zona. El entorno geográfico y demográfico hace que la propuesta sea una opción atractiva para el huésped extranjero cuando selecciona un destino turístico no masivo para vacacionar en Colombia. La promoción se basa en modelos vanguardistas de mercadeo que potencien la interacción entre cliente y negocio en el sector ecoturístico.

**(Calderón Rodríguez , et al. 2019)** La Meseta de San Rafael, es un corregimiento del municipio de Barrancabermeja que cuenta con un gran potencial turístico, debido a su riqueza natural, su capacidad agrícola y la diversidad de fauna y flora de sus tierras. Teniendo en cuenta lo anterior, se desea aprovechar toda esta capacidad poco aprovechada, para llevar a cabo un proyecto ecológico, con fines turísticos, mediante la adecuación de una de las haciendas que se encuentran en este corregimiento, denominada California.

En la actualidad, la hacienda California cuenta con cultivos de caucho; criadero de peces, tales como mojarra y cachama; ganado vacuno del tipo cebú; un criadero de babillas, entre otras. En cuanto a su infraestructura, posee una casa amplia con varias estancias, además de un restaurante, en donde actualmente se pueden degustar, entre otros platos, los peces que los clientes extraen del criadero, a modo de “pesque y coma”. Finalmente, la hacienda posee una significativa extensión de terreno, que se puede adecuar y/o edificar según los requerimientos de la eco granja turística que se desea implementar.

### **Antecedentes Locales**

En Boyacá, **(Cárdenas Rivera, 2020)** pretende identificar estrategias que permitan impulsar el ecoturismo como oportunidad sostenible para el desarrollo económico en el municipio de Sotaquirá – Boyacá que ofrece destinos que poseen un valor agregado, que surgen a partir de riquezas ecológicas, pero que, debido al incremento de la contaminación, la tala de árboles y el crecimiento del área urbana, la población hoy día ha experimentado un descenso de calidad de vida. Dentro de los resultados de la investigación, se establece y analiza la oferta y demanda del Ecoturismo en Colombia con el fin de identificar oportunidades aplicables a la región; por otro lado, se diagnostica la situación económica y turística actual de Sotaquirá, para establecer un parámetro inicial en la construcción de estrategias; y por último, se identifican las potencialidades naturales del territorio, con el fin

de establecer una serie de estrategias enfocadas en la aplicabilidad del Ecoturismo, que no solo visibilizará el municipio, sino que le permitirá aumentar su actividad productiva, generar empleo y mejorar la calidad de vida en sus habitantes.

Se concluye que existe una relación entre la falta de conocimiento local sobre turismo y la diversidad ecológica que tiene el municipio como potencial para el ecoturismo, debido a dos factores principales; el primero debido a la falta de estímulos por parte del gobierno municipal en pro del turismo y segundo, la inexperiencia de los comerciantes acompañado de incredulidad frente al desarrollo de propuestas turística.

**(Pérez Rodríguez & Páez Acosta, 2019)** El plan de negocio Ruana`s Tour desarrolla la creación de un operador de turismo de naturaleza en el Anillo Turístico de los Dinosaurios del departamento de Boyacá para ofrecer servicios turísticos a habitantes nacionales y visitantes extranjeros, con el objetivo de impulsar el turismo e incrementar el desarrollo económico en esa región, así como mejorar la calidad de vida de sus habitantes, a través de la inclusión de estos en la economía ofreciendo sus productos y servicios a los turistas.

Esta idea de negocio se fundamenta en lo establecido en la Ley 1014 de 2006 “Fomento a la Cultura del Emprendimiento” que en su artículo 16 plantea el desarrollo de planes de negocio como opción de trabajo de grado para los niveles de técnico, tecnólogo y profesional. También en la guía número 39 del Ministerio de Educación Nacional, “La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos” que busca fomentar una cultura de innovación y emprendimiento en el sistema educativo y formar a los estudiantes con actitudes emprendedoras para mejorar la sociedad.

**(Ortiz Martínez & Pulido Pulido, 2022)** se plantea unas estrategias comerciales que permita a la empresa Aventu-Verde SAS y maximizar su potencial turístico en la región; se planteará el problema y seguido se desarrollará el marco conceptual y teórico, luego de ello se realizará un análisis del entorno, se planteará una metodología y un estudio de mercado. La descripción de los servicios que se desean desarrollar y el estudio técnico, el cual fue realizado con una encuesta a los diferentes gestores turísticos de la región; con estos resultados se plantean las estrategias administrativas, organizacionales, de dirección y

control Luego se hará una descripción de la empresa y para finalizar se realiza un análisis financiero de la empresa, con el fin de dar viabilidad en sus proyecciones de venta y costos; basados en un análisis de indicadores financieros. Se concluye con una reflexiones y sugerencias a la empresa para maximizar sus ganancias y recuperar la inversión en corto plazo, al final del documento se encontrará la bibliografía del documento y los anexos correspondientes al proyecto. Palabras claves: estrategias empresariales, turismo, desarrollo sostenible y análisis financieros.

**(Roa Rache, 2022)** está enfocado en la creación de una operadora turística en el departamento de Boyacá, éste se llevó a cabo por varios medios incluyendo una prueba piloto en el municipio de Arcabuco, un estudio de campo en el municipio de Arcabuco y la aplicación de encuestas para la recopilación de la información.

Está enfocada en la creación de un tour operador en el departamento de Boyacá, esto se llevó a cabo por diversos medios entre ellos una prueba piloto en el municipio de Arcabuco, un estudio de campo en el municipio de Arcabuco y la aplicación de encuestas para recolectar información.



### **3      Objetivos**

#### **3.1   Objetivo general**

Diseñar un modelo de negocio de un parque infantil ecoturístico, teniendo en cuenta las alternativas de viabilidad en el municipio de Arcabuco Boyacá.

#### **3.2   Objetivos específicos**

- Determinar las necesidades que pueden ser cubiertas con la implementación de un parque ecoturístico infantil mediante la recolección y análisis de datos estadísticos.
- Recolectar datos mediante un estudio de mercado que nos permitan obtener información necesaria para el desarrollo de un modelo de negocio ecoturístico.
- Realizar estudios administrativos, técnicos y financieros que permitan identificar las estrategias para implementar un modelo de negocio lúdico e innovador.
- Proponer un modelo de negocio rentable, detallando las características que hace único el proyecto.

#### 4 Justificación

La conciencia ambiental, como factor pedagógico y/o educativo, ha cobrado una significativa importancia en torno a los programas educativas que al interior de las instituciones se ejecutan; al revestir tan significativa importancia se ha vuelto una temática casi impajaritable dentro de lo que un buen pensum educativo debe tener, por eso, resulta de crucial importancia, procurar un acercamiento investigativo que permita vislumbrar todas y cada una de las aristas y temáticas que esta amplia categoría abarca, y de esta manera procurar la implementación de un modelo de negocio que permita la explotación de estas necesidad, en favor de las instituciones, sus alumnos y de manera intrínseca, de la sociedad.

Esta investigación tiene como objetivo, hacer un acercamiento a las necesidades educativas y/o pedagógicas de los estudiantes de las diferentes instituciones educativas de la provincia centro de Boyacá, en torno a la concientización por el cuidado y la conservación ambiental mediante la implementación de un modelo de negocio que supla dichas necesidades y que redunde en pro de las instituciones que pretendan implementar dentro de su modelo educativo el acercamiento de sus estudiante, principalmente los más pequeños, al entorno medio ambiental, generando así un impacto en su formación y permitiendo así el desarrollo de actividades de este tipo en entornos adecuados y propicios para el logro de sus objetivos pedagógicos

Esta será una herramienta de concientización pedagógica en torno a la implementación de un modelo de negocio eco turístico que pretende generar un amplio impacto en el entorno empresarial y educativo de región central del departamento de Boyacá.

## **5 Planteamiento del problema**

### **5.1 Descripción del problema**

Según el Gabinete departamental “El departamento de Boyacá, cuenta con amplios ecosistemas, riquezas naturales y una gran diversidad agrícola, brindando espacios de beneficio que permitan tener una integración con la naturaleza y la cultura.” (Gabinete Departamental 2016-2019, 2017).

Lo que a su vez representa un gran potencial que no ha sido aprovechado para la implementación de planes de negocio en donde se permita mejorar la calidad educativa y la concientización sobre el cuidado del medio ambiente; aspectos que permiten evidenciar que, no hay suficientes lugares adecuados para que, las instituciones educativas de básica primaria y jardines puedan fomentar en los niños la importancia de la preservación de los recursos naturales en el departamento de Boyacá.

### **5.2 Formulación del problema**

El ecoturismo se ha convertido en un tema central en los planes de desarrollo y modelos de negocio del país, puesto que, facilita la aproximación de lo que llamamos sostenibilidad y rentabilidad. (X Posible por Colsubsidio , 2020) Ahora bien, partiendo del potencial natural que ofrece el departamento de Boyacá y conforme las condiciones sociales de la población Tunja y sus alrededores, se encuentra una gran variedad de alternativas para mejorar las condiciones educativas y sociales de los niños y niñas, a través de la consolidación de estrategias empresariales cuyo objetivo sea ofrecer un servicio pedagógico, lúdico e innovador orientado a la educación ambiental.

El rápido crecimiento de la ciudad, aunado a la falta de programas educativos orientados a concientizar a la niñez acerca de las riquezas de los diversos ecosistemas y la importancia de proteger estos mismos, para el disfrute de las futuras generaciones, evidencia la falta de atención a una necesidad educativa, cultural y social, que representa una oportunidad de negocio, que beneficiará a niños, niñas e instituciones educativas tunjanas.

En este sentido, el reto es, facilitar a través de un modelo de negocio ecoturístico, el desarrollo de capacidades, de los niños y niñas, orientadas al amor y el respeto por la naturaleza, ofreciendo una propuesta innovadora, inclusiva y accesible para el disfrute de los atractivos y atributos ecológicos de la ciudad de Tunja y los municipios aledaños;

aspectos que redundarán en la efectiva satisfacción las diversas necesidades educativas en torno a la responsabilidad y cuidado ambiental y de esta manera los niños y niñas disfrutaran de ambientes sanos y saludables para su desarrollo físico y psicológico.

### **5.3 Pregunta problema**

¿Cómo diseñar un modelo de negocio de un parque infantil ecoturístico, teniendo en cuenta las alternativas de viabilidad y sostenibilidad en el municipio de Arcabuco Boyacá?

### **5.4 Sistematización del problema**

- ¿Qué implica crear un modelo de negocio exitoso para su rápida integración en el mercado?
- ¿Cómo se pueden establecer las estrategias que permiten incrementar las visitas de instituciones educativas y de este modo incrementar las ventas?
- ¿Cuáles son las condiciones actuales del mercado respecto a la oferta y la demanda en planes de ecoturismo educativo?

## 6 Marco teórico

- **Modelo de negocio según Peter Drucker (1954)**

La teoría del negocio de Drucker, era un conjunto de suposiciones sobre lo que una empresa hará y no hará, más cerca de la de Michael Porter definición de estrategia. Además de, por lo que se paga a una empresa, «estas suposiciones son sobre los mercados. Se trata de identificar a los clientes y competidores, sus valores y comportamiento. Se trata de tecnología y de su dinámica, de las fortalezas y debilidades de una empresa».

Drucker está más interesado en las suposiciones que en el dinero aquí porque ha introducido la teoría del concepto de negocio para explicar cómo las empresas inteligentes no se mantienen al día con las cambiantes condiciones del mercado al no hacer explícitas esas suposiciones. (Palacios Preciado, 2011)

- **Modelo de negocio según Osterwalder, Pigneur y Tucci (2005)**

Repasan distintas definiciones y terminan aportando una: “un modelo de negocio es una herramienta conceptual, que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones y que nos permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica. Es la descripción del valor que una empresa ofrece a uno o varios segmentos de clientes y de la arquitectura de la empresa y su red de socios para crear, comercializar, y aportar este valor a la vez que genera un flujo rentable y sostenible de ingresos.” Como consecuencia de esta definición se establecen 9 elementos de un modelo de negocio: proposición de valor, cliente objetivo, canal de distribución, relaciones, configuración de la cadena de valor, competencias esenciales, red de socios, estructura de costes y modelo de ingresos. (Díaz, 2013)

- **Modelo de negocio según Shafer, Smith y Linder (2005)**

Analizan 12 definiciones publicadas entre 1989 y 2002 y desarrollan un diagrama de afinidad para identificar las cuatro categorías comunes en todas las definiciones: elecciones estratégicas, creación de valor, captura de valor y red de valor. En definitiva, un modelo de negocio debe incluir las elecciones estratégicas, muchas veces asociadas a una red de organizaciones que colaboran, que explican la creación de valor, captura de valor y red de valor. (Shafer, Smith y Linder 2005)

- **Modelo de negocio según Magretta (2002)**

Define el modelo de negocio como “Un modelo de negocio cuenta una historia lógica que explica quiénes son sus clientes, qué valoran, y cómo va a hacer dinero al darles ese

valor”. Utilizando a Drucker como referente, el autor define un buen modelo de negocio como aquél que responde a las siguientes preguntas: ¿Quién es el cliente y qué valora? ¿Cuál es la lógica económica subyacente que explica cómo podemos aportar dicho valor al cliente a un coste apropiado? (Magretta 2002)

- **Modelo de negocio Talent**

La metodología de Generación de Modelos de Negocio TALENT (Think-Analyze-Learn-Exploit-Needle-Thrive) se basa en una serie de principios, herramientas y procedimientos, que, si bien deben de ser revisados y estudiados caso a caso, establecen un marco de trabajo y referencia que resulta muy útil para enfrentarse al arduo proceso de poner en marcha una idea de negocio, a partir de una empresa nueva o una línea de una empresa existente. (Cortes, 2017)

- **Modelo de negocio según Weinberger**

Según (Weinberger, 2009) “En cualquier de los casos, el plan de negocios debe cumplir con dos funciones principales: -ser una herramienta para la búsqueda de financiamiento, - ser una herramienta para la administración operativa”. No obstante, esto permite analizar el funcionamiento desde el punto de vista administrativo o interno y financiera o externo, la cual toma en cuenta de forma interna sintetizar los procesos dentro de la empresa y la externa examina su comportamiento y los resultados que afectan tanto al mercado como al consumidor.

- **Teoría de las necesidades de Maslow**

La teoría de las necesidades de Maslow aporta un análisis en torno a los factores que influyen en el desarrollo, la motivación y la realización personal de un ser humano. Consiste en una pirámide que jerarquiza las necesidades humanas. Su teoría adquiere una información muy visual al quedar estructurada en la imagen de una pirámide que contiene cinco apartados distintos. (Nicuesa, 2019)

- Fisiológicas: Alimentación, salud, respiración, descanso.
- Seguridad: Seguridad, protección, vivienda, empleo.
- Sociales: Asociación, afecto, aceptación, intimidad sexual.
- Reconocimiento: Estima, confianza, respeto, éxito.
- Autor realización: Desarrollo potencial.

Con base a estas 5 categorías que Maslow refiere, podemos priorizar las necesidades de nuestros pequeños para un desarrollo sano. Tomando en cuenta las necesidades de cada etapa” (Maguito, 2021)

- **Ecoturismo**

Conforme a la definición de la OMT, el término «ecoturismo» se aplica a toda forma de turismo que reúne las siguientes características:

1. Gira en torno a la naturaleza y la principal motivación de los turistas es la observación y la apreciación del entorno natural, así como de las culturas tradicionales prevaecientes en las zonas naturales.
2. Incluye aspectos pedagógicos y de interpretación de la naturaleza.
3. Por lo general, aunque no siempre, la organización está a cargo de operadores turísticos especializados y se orienta a grupos reducidos. En los destinos, los proveedores de servicios asociados suelen ser empresas pequeñas de propiedad local.
4. Minimiza los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural. Contribuye al mantenimiento de las zonas naturales que constituyen el atractivo ecoturístico, ya que:
  - genera beneficios económicos para las comunidades receptoras, las organizaciones y las autoridades que gestionan las zonas naturales con fines de conservación;
  - ofrece a las comunidades locales oportunidades alternativas de empleo e ingresos;
  - potencia la sensibilización de las poblaciones locales y de los turistas respecto a la importancia de la conservación de los bienes naturales y culturales. (OMT, 1990)

## 7 Marco geográfico

El modelo de negocio pretende tener una localización específica en el municipio de Arcabuco Boyacá, ya que se encuentra a tan solo 34 kilómetros de la ciudad de Tunja sobre la carretera central que conduce a Bucaramanga, y es un municipio que cuenta con fuentes hídricas, geográficas y ecosistemas aptos para las instalaciones del parque ecoturístico semillitas de alegría.

Cuna de los ecosistemas naturales de Boyacá, Arcabuco es reconocido por sus delicias gastronómicas como los amasijos, las almojábanas, el queso de hoja; y la Riqueza Hídrica de sus Ríos, lagunas y quebradas.

Sus características topográficas ofrecen gran variedad de atractivos naturales localizados en las diferentes veredas, que brindan un gran espacio para el desarrollo de actividades eco turísticas y de investigación.

Entre los atractivos naturales encontramos 15 cascadas, 3 cavernas, 3 lagunas, áreas de reserva, zonas para observación de aves y venados, balnearios, miradores, lo mismo que gran biodiversidad en los diferentes ecosistemas existentes.

Como complemento a las expectativas eco turísticas, los habitantes de esta región, son gentes de excelente calidad humana y con una buena disposición para recibir al visitante y hacer de los recorridos eco turísticos, por el Municipio, una agradable experiencia de contacto con la naturaleza y de intercambio cultural.

Cabe anotar que el Municipio cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos y culturales en su casco urbano como son: La iglesia, parques, cafeterías, artesanos, monumentos artísticos y religiosos, fábricas de amasijos típicos, zonas de recreación, entre otros. Arcabuco está situada a 50 42' y 20" de latitud Norte y a 00 30' y 35" de longitud en relación al meridiano de Bogotá, y 730 26' al oeste de Greenwich y una temperatura promedio de 13°. (Colombia turismo web, s.f.)

### **Figura 1**

*Municipios de la provincia del centro*





Nota. Adaptado de *Geografía cultural de Boyacá*, por Eufrásio Bernal, 2022, Boyacá cultural ([http://www.boyacacultural.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1&Itemid=3](http://www.boyacacultural.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=3))

## **8 Aspectos metodológicos**

### **8.1 Según el objeto de estudio**

#### **8.1.1 Investigación aplicada**

Como objeto de estudio el modelo de negocio se basará en la investigación aplicada, donde se requiere la recopilación e interpretación de datos para dar solución y cumplimiento a los objetivos.

### **8.2 Según la metodología**

#### **8.2.1 Investigación descriptiva**

Al aplicar esta investigación se busca puntualizar las características de la población que se está estudiando y de esta manera encontrar patrones, rasgos y comportamientos de los encuestados.

### **8.3 Según el nivel de análisis de la información**

#### **8.3.1 Investigación mixta**

El método de estudio que se implementara en el futuro modelo de negocio es de enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), que implica la recolección y el análisis de datos, así como la integración y discusión conjunta de datos que permitirán un mayor entendimiento del tema a tratar, con este enfoque, se recopilarán datos de carácter estadístico y numérico, con una combinación cualitativa alcanzada a través de la observación y de las entrevistas.

Al hacer una investigación mixta, se utilizan diversos métodos y fuentes de datos para examinar un mismo fenómeno. La triangulación permite identificar aspectos de un fenómeno con mayor precisión al abordarlo desde distintos puntos de vista.

El éxito de la triangulación requiere un análisis cuidadoso del tipo de información que proporciona cada método, incluyendo sus puntos fuertes y débiles. (Question Pro, 2022)

### **8.4 Según sus fuentes de información**

#### **8.4.1 Investigación de campo**

Se procede a realizar la investigación involucrando al observador directamente, lo que proporcionara un control más alto sobre la naturaleza y la calidad de datos recopilados a fin de tomar decisiones inteligentes.

## 8.5 Técnicas de investigación

Para llevar a cabo la investigación basada en implementación de este plan de negocios, se utilizará un método de observación orientado a examinar a los individuos con la finalidad de registrar datos, actividades y comportamientos relevantes, así se recopilarán y procesarán datos que procederán de documentos y paginas como las del DANE y la alcaldía utilizando las técnicas documentales.

El modelo de negocio es de método de investigación primaria, el cual se fundamenta en la recolección de datos mediante las encuestas, para medir la percepción sobre nuestro público objetivo.

## 8.6 Tamaño de la muestra

El modelo de negocio se desarrollará con una técnica de aspecto mixto (cuantitativo y cualitativo) con una encuesta conformada por 12 preguntas, para lo cual se envió a los líderes e integrantes de instituciones educativas por medio de correo electrónico y WhatsApp para su respectivo diligenciamiento y de esta manera dar respuesta a los interrogantes que surgen a través de la investigación; para el desarrollo de las encuestas se determinó el tamaño de la población objetivo y de esta forma establecer una muestra que permita desarrollar un estudio de mercado que proporción información general y específica sobre las características oportunidades y necesidades de los clientes y del mercado para los servicios que se ofertaran.

Se cuantifica una muestra de población finita según el siguiente modelo:

### Figura 2

*Ecuación tamaño de la muestra*

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

## 8.7 Líneas de investigación

El presente modelo de negocio, está orientado por la gestión de la innovación, donde se cuenta con uno de los métodos investigativos más importantes de los últimos tiempos que es, la experimentación de cambios permanentes.

Una Innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un

nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. (OCDE, 2006).

Se puede concebir la gestión de la innovación, como un objeto de estudio que permite conocer el procedimiento de la innovación en las empresas y así impulsar la cultura de la innovación al interior de las organizaciones. (UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO, s.f.)

Las estructuras sociales también refuerzan esta situación de transformación, en ellas se desborda el concepto de innovación, que deja de pertenecer, solamente al ámbito de los beneficios económicos y se desarrollan para mejorar especialmente las circunstancias urbanas que se van tornando cada vez más difíciles y complejas, la introducción de las mejoras en procesos o servicios para las comunidades, redundan en un mejoramiento del nivel de vida de la sociedad, y en este sentido tiene mayor relevancia la innovación.

Esta línea de investigación, cuenta con una sublínea basada en las estructuras sociales, donde se está creando un exitoso servicio que se destinara a la solución de unos problemas, como lo es la educación; dando a conocer unos procesos lúdicos, medio ambientales, culturales y recreacionales, para los infantes de la ciudad de Tunja, aspectos que permiten dimensionar y cualificar el impacto y la transformación social por la aplicación de la innovación. (Universidad antonio nariño, fundamentación de las líneas de investigación , s.f.)

## 9 CAPITULO I

### **Determinar las necesidades que pueden ser cubiertas con la implementación de un parque ecoturístico infantil mediante la recolección y análisis de datos estadísticos.**

El diagnóstico y contextualización de este proyecto, busca dar respuesta a las necesidades que pueden ser cubiertas con la implementación de un parque ecoturístico infantil y se establecen un conjunto de potenciales necesidades lúdicas y pedagógicas de los niños y niñas en materia de cuidado y sentido de pertenencia ambiental, siendo este proyecto, una propuesta medio ambiental e innovadora para la población infante del departamento de Boyacá.

Las necesidades que pretende suplir el siguiente modelo de negocio son:

- Las instituciones educativas no están fortaleciendo la conciencia medio ambiental.
- Preservación de fauna en peligro de extinción del área.
- Fomentar el turismo alternativo y pedagógico, ya que la zona centro de Boyacá no cuenta con estos espacios para la primera infancia.
- Carencia de espacios recreativos y pedagógico de para los niños y niñas del departamento

#### **9.1 Contexto**

La provincia centro de Boyacá, está conformada por 15 municipios incluyendo la ciudad capital Tunja, entre estos se encuentran municipios que cuentan con gran valor histórico y medio ambiental que aporta una visión cultural al presente proyecto de negocio. (Bernal, 2022)

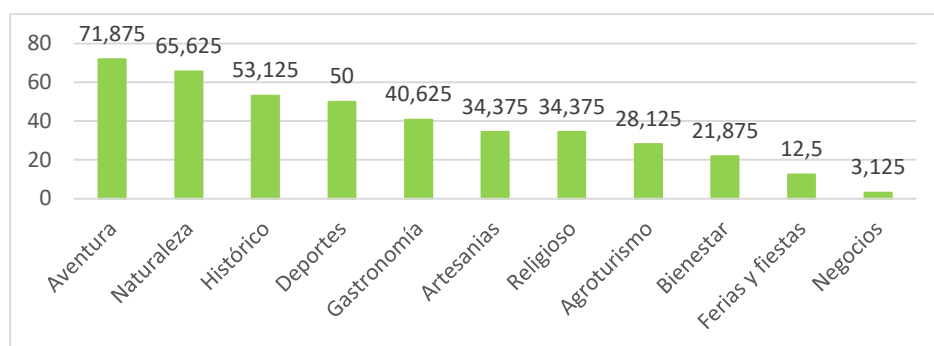
Las actividades principales de la zona centro del departamento, a la cual va dirigido este modelo de negocio, son la producción agrícola, el turismo y la ganadería; es por ello que el proyecto de negocio, tiene una visión turística agrícola y medio ambiental, ya que se puede sacar provecho de las bondades del departamento y ofrecer a los visitantes paisajes, reservas hídricas y enseñar el valioso patrimonio histórico heredado de la época colonial. (Gobernacion de Boyaca, Caracterizacion del departamento de Boyaca, 2012)

## 9.2 Operación turística de la zona

El territorio Boyacense configura un panorama ideal para los amantes del turismo ecológico y el cuidado ambiental. Boyacá presenta varios atractivos religiosos en municipios que gozan de una amplia tradición. Iglesias, conventos y monasterios que son frecuentados diariamente por cientos de visitantes. Las costumbres ancestrales que mantienen sus pobladores se reflejan en varios aspectos de interés turístico: la gastronomía, basada en productos de naturaleza agrícola, las artesanías, como la cerámica artesanal, en Ráquira y la industria de lana; Sumado a esto Boyacá cuenta con una formidable malla vial que permite la comunicación de sus provincias con departamentos vecinos (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2020)

**Figura 3**

*Productos ofrecidos por las agencias operadoras*

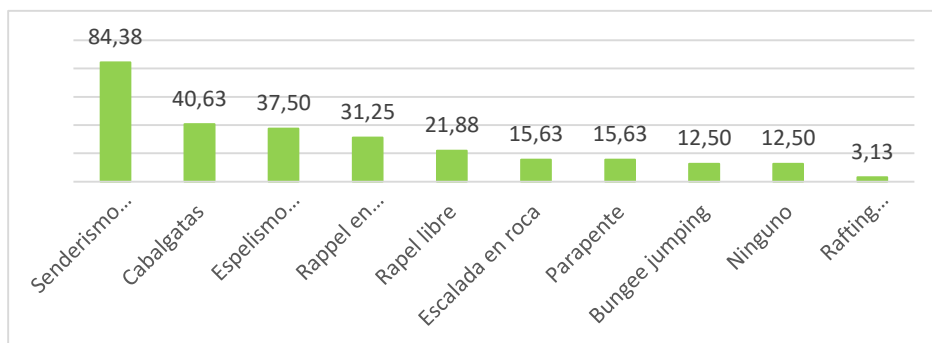


Fuente: (SITUR Boyacá). *Nota.* Adaptada de (DANE, 2018)

En la actualidad las agencias operadoras turísticas están enfocadas en ofrecer servicios que satisfagan las necesidades de los visitantes, es por ellos que tienen como principal objetivo promover la cultura y los espacios naturales del departamento. Es por esto que se pretende ofrecer servicios en donde se resalta la belleza cultural y natural del departamento involucrando a los niños, para así crear una conciencia de cuidado y amor por el medio ambiente y la riqueza natural.

**Figura 4**

Actividades ofrecidas por operadores

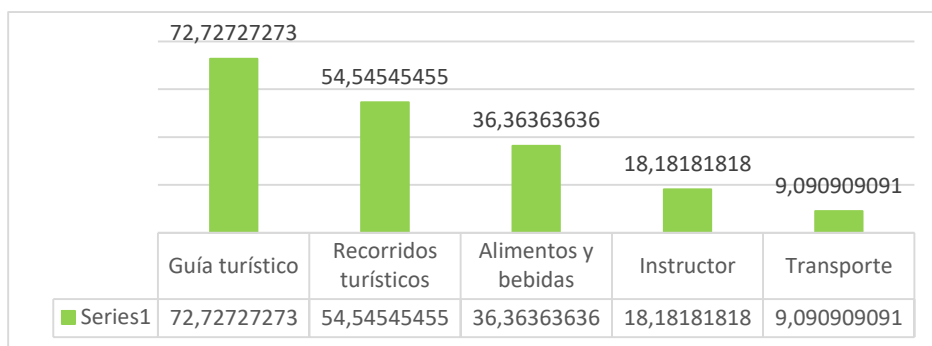


Fuente (SITUR Boyacá). Nota. Adaptada de (DANE, 2018)

Los operadores turísticos en Colombia y quienes ofrecen servicios para el departamento de Boyacá exponen y presentan alternativas muy llamativas para el público en general, sin embargo se refleja en las estadísticas que no se está dando relevancia al turismo ecológico, Boyacá es un departamento cuenta con amplios ecosistemas y zonas que pueden ser aprovechadas para el desarrollo de actividades que promuevan el cuidado al medio ambiente, el conocimiento de la cultura y el aprendizaje de una forma recreativa pero centrada en el crecimiento intelectual, físico y psicológico de los turistas.

**Figura 5**

Servicios complementarios



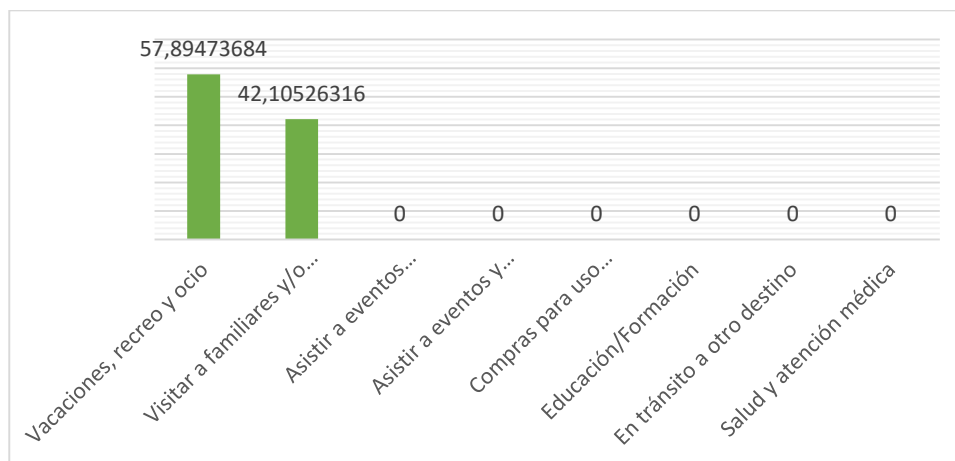
Fuente (SITUR Boyacá). Nota. Adaptada de (DANE, 2018)

Las preferencias de los turistas en cuanto a servicios complementarios, nos dan a conocer cuáles son las necesidades que los clientes necesitan o desean que sean suplidas a la hora de planear viajes o salidas. Es importante tener en cuenta que las necesidades más

relevantes son, contar con guías turísticos y los servicios de restaurante o cafetería para la compra de alimentos. por lo anterior el parque ecoturístico semillitas de alegría pretende contar con dichos servicios que pretenden cumplir con las necesidades de los visitantes y así brindar un servicio de calidad y goce total.

### Figura 6

#### *Motivos personales del viaje*



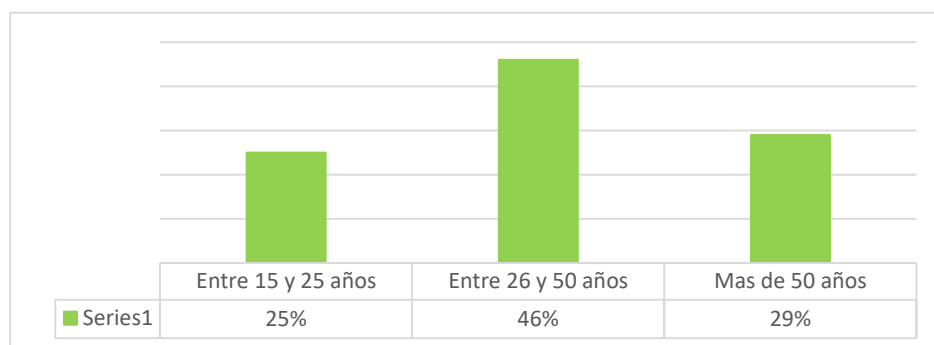
Fuente (SITUR Boyacá). *Nota.* Adaptada de (DANE, 2018)

Según el SITUR los motivos principales por los que las personas planean salidas vacacionales o turísticas son por ocio, recreación y visitas a familiares; la creación de un parque ecoturístico estaría brindando una alternativas distinta para las visitas al departamento, cabe recalcar que no se están ofreciendo alternativas pedagógicas, que satisfagan la necesidad de los niños y niñas de los colegios y no se cuenta con lugares en lo que se pueda planar salidas escolares que mejoren las condiciones educativas y sociales de estos.



## Figura 7

### Edad del visitante



Fuente (SITUR Boyacá). *Nota.* Adaptada de (DANE, 2018)

Solo el 25% de la población turística del departamento de Boyacá se encuentra en un rango de edad de entre 15 y 25 años, esto demuestra que una pequeña parte del turismo está dirigida a niños, jóvenes y adolescentes, dejando de lado la recreación, la motivación y la educación cultural y ambiental de los niños de la primera infancia 0-5 años e infancia de 6-12 años.

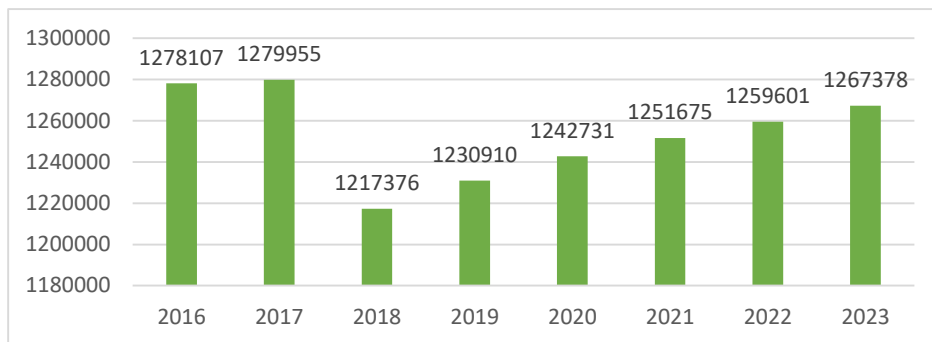
### 9.3 Población objetivo

Instituciones educativas y jardines infantiles públicos y privados, con estudiantes entre los 3 y 12 años, que tengan interés por hacer salidas pedagógicas con sus alumnos a destinos ecológicos y con intereses en realizar actividades que promuevan el cuidado y respeto por el medio ambiente.

Como público objetivo también están los padres de familia que son agentes comprometidos con la educación de sus hijos, esto implica involucrarse en la formación que simule el desarrollo integral de ellos por lo tanto a su vez apuntaremos a padres de familia con un buen nivel adquisitivo.

## Figura 8

### Total población departamento Boyacá 2016-2023

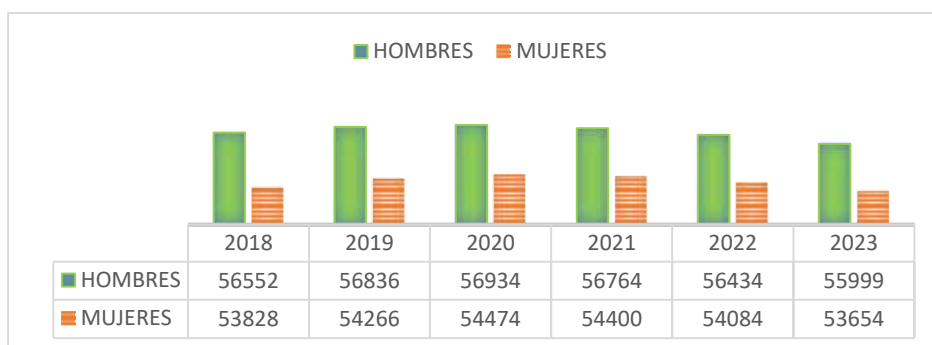


Fuente (DANE Boyacá). *Nota.* Adaptada de (DANE, 2018)

Como lo expresa la gráfica anterior, la población en el Departamento de Boyacá, presenta según censo 2005, un incremento 1.848 personas del año 2016 a 2017, mientras que las proyecciones realizadas en el censo 2018 muestra que Boyacá tiene 62.579 personas menos con respecto al año 2017 y creció en 25.355 personas para el año 2020, con respecto al año 2018. (Gobernacion de Boyaca, Diagnostico de primera infancia, infancia, adolescencia, juventud y fortalecimiento familiar 2020, 2020)

### Figura 9

*Total población primera infancia 0 a 5 años departamento de Boyacá 2018-2023*

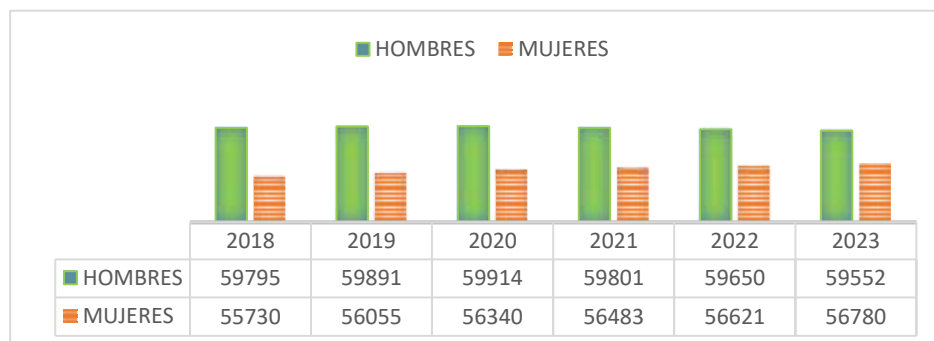


Fuente (DANE Boyacá). *Nota.* Adaptada de (DANE, 2018)

Para el año 2020 el total de la población de primera infancia es de 111.408 personas, siendo el 51,10% hombres y el 48,89% mujeres. Donde de 1.242.731 habitantes la población del Departamento el 8,96% corresponde a niños y niñas de 0 a 5 años. (Gobernacion de Boyaca , Diagnostico de primera infancia, infancia, adolescencia, juventud y fortalecimiento familiar 2020, 2020)

**Figura 10**

*Total población infancia 6 a 11 años departamento de Boyacá 2018-2023*

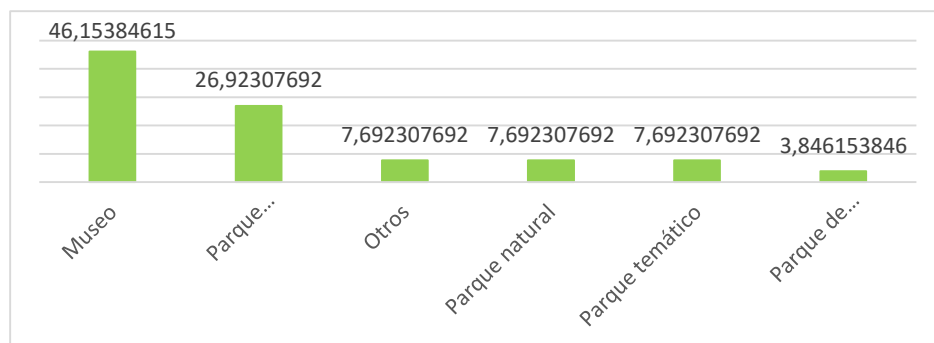


Fuente (DANE Boyacá). *Nota.* Adaptada de (DANE, 2018)

El total de la población de seis a once años en el año 2020, corresponde al 9.35% de la población total de Boyacá, siendo el 51,53% hombres y el 48,46% mujeres. (Gobernacion de Boyaca , Diagnostico de primera infancia, infancia, adolescencia, juventud y fortalecimiento familiar 2020, 2020)

**Figura 11**

*Tipo de establecimiento*



Fuente (SITUR Boyacá). *Nota.* Adaptada de (DANE, 2018)

En 2019 los turistas del departamento optaron y mostraron preferencia hacia la visita a los museos, sin embargo, hay un gran número de personas que toman como mejor opción la visita a parque recreativos y educativos, esto evidenciando que la creación de un parque ecoturístico infantil tendría gran acogida en el municipio y sería una alternativa

innovadora y pedagógica que tendría que beneficiaría a los niños y niñas del departamento de Boyacá.

#### **9.4 Perfil de los clientes**

El modelo de negocio, pretende que la mayoría de las personas que visiten el parque infantil ecoturístico, semillitas de alegría, sean instituciones educativas y jardines que estén cursando entre preescolar y quinto de primaria, grupos académicos con edades entre los 3 y 12 años; se pretende que los visitantes lo hagan con el fin de promover la educación, la recreación, el turismo, el contacto con el medio ambiente y el ocio, disfrutando de momentos agradables y a su vez pedagógicos.

Según el artículo 30 de la Constitución Política de Colombia de 1991, el derecho a la recreación, participación en la vida cultural. Los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho al descanso, al esparcimiento, al juego y demás actividades recreativas propias de su ciclo vital y a participar en la vida cultural y las artes.

La niñez opina: “todo niño debe recibir apoyo total o las bases necesarias para participar en los diferentes eventos culturales y recreativos que estén abiertos para ellos”. (Asamblea Constituyente de 1991, 1991)

#### **9.5 Necesidades de los niños según Maslow**

Se trabajará con base de las 5 categorías que Maslow propone en su teoría de las necesidades humanas; por lo anterior el estudio y aplicabilidad en un modelo de negocio es indispensable para alcanzar los objetivos propuestos, como lo son, cubrir las necesidades de los pequeños visitantes, conforme crecen y se desarrollan; Mediante el conocimiento de la pirámide se ayudara a los niños y niñas a autorrealizarse de una mejor manera, respetando sus necesidades básicas y así conseguir un completo desarrollo y satisfacción, reforzando el vínculo entre los niños y el entorno social y ambiental.

#### **9.6 Aplicación comercial**

El ecoturismo es una alternativa de desarrollo mediante la cual se promueve la conservación del medio ambiente y el uso adecuado de los recursos naturales, por lo tanto, elegimos atractivos naturales en el municipio de Arcabuco, Boyacá; que pueden ser aprovechables turísticamente. El parque ecoturístico infantil semillitas de Alegría, estará dirigido a las instituciones educativas y a todas aquellas personas interesadas en vivir

experiencias pedagógicas agradables y divertidas, actividades rurales y talleres lúdicos recreativos.

## **9.7 Análisis**

Actualmente, Boyacá es un departamento que cuenta con grandes riquezas turísticas, permitiendo dar desarrollo a la economía local y presenta los escenarios adecuados para el desarrollo de un modelo de negocio ecoturístico infantil, especialmente en territorio en el cual se centra la propuesta, el municipio Arcabuco. De acuerdo con la recolección de datos se determina que el proyecto de investigación cumple con el objetivo de determinar las necesidades que pueden ser cubiertas con la implementación del parque ecoturístico infantil semillitas de alegría.

Por lo anterior se determina que el modelo de negocio cumple con tres características que son esenciales y lo hacen proyecto tentador que estaría llegando a niños y niñas boyacenses, inicialmente en la zona centro del departamento.

- Impacto medio ambiental: la prestación de los servicios beneficiara el medio ambiente y ayudara a la concientización y conservación de los recursos naturales
- Rentabilidad: se cuenta con un mercado dispuesto y con la necesidad de participar en actividades medioambientales, pedagógicas y recreativas, por lo cual el público objetivo estaría dispuesto a pagar por los productos y servicios ofrecidos.
- Practica social, ambiental y económica: se beneficiará tanto a los niños y niñas de las instituciones educativas que participen en los talleres y actividades que ofrece el parque, como a la comunidad, ya que se crearan fuentes de empleo, aportando al desarrollo de esta.

Se puede observar que, aunque Boyacá cuenta con grandes riquezas ecológicas y medioambientales, aun no se cuenta con opciones ecoturísticas para los niños, es por eso que el modelo de negocio va dirigido a instituciones educativas y jardines infantiles con el fin de crear una alternativa novedosa para los niños y niñas de Tunja y municipios aledaños.

## 10 CAPITULO II

**Recolectar datos mediante un estudio de mercado que nos permitan obtener información necesaria para el desarrollo de un modelo de negocio ecoturístico.**

### 10.1 Objetivos

#### 10.1.1 *Objetivo general*

Realizar un estudio de mercado que nos permita evaluar la aceptación de los servicios ofrecidos por el parque ecoturístico infantil **Semillitas de Alegría**, recopilando información para analizar y diseñar alternativas de mercado, esto con el fin de hacer un diagnóstico que contribuya a la toma de decisiones acertadas.

#### 10.1.2 *Objetivos específicos*

- Determinar los gustos y preferencias de los clientes
- Conocer la demanda existente en Boyacá en cuanto al ecoturismo.
- Obtener información para el desarrollo de estrategias.

#### 10.1.3 *Objetivos estratégicos del estudio de mercado*

- Aumentar el valor de la marca
- Alcanzar buenas cifras de visitantes al mes
- Aplicación del uso de innovación educativo, lúdico y recreativa
- Obtención de activos en la compañía
- Alta participación en el mercado turístico Boyacense
- Generar promociones enfatizadas en el crecimiento intelectual de los niños

### 10.2 Segmentación del mercado

#### 10.2.1 *Segmentación demográfica*

El proyecto está dirigido a instituciones educativas de preescolar y básica primaria, de la zona centro del departamento de Boyacá, que están constituida por la ciudad capital Tunja y municipios aledaños como Samacá, Sora, Soracá, Siachoque, Toca, Tuta, Sotaquirá, Cómbita, Motavita, Oicatá, Chivatá, Arcabuco, Chíquiza, Cucaita y Ventaquemada.

### 10.2.2 Segmentación psicográfica

Los clientes tienen un estilo de vida basado en el respeto por el medio ambiente ya que las instituciones educativas se interesan cada vez más en concientizar a sus alumnos de la necesidad de respetar el planeta y es necesario un cambio en los hábitos cotidianos.

El objetivo es enseñar a los niños y niñas a disfrutar de la naturaleza de una forma diferente y entender que el planeta les pertenece.

### 10.2.3 Segmentación geográfica

El parque infantil ecoturístico estará ubicado en la zona rural del municipio de Arcabuco – Boyacá, que cuenta con un clima promedio de entre 6 °C a 18 °C y rara vez baja a menos de 1 °C o sube a más de 21 °C. (Today Weather)

### 10.2.4 Segmentación socioeconómica

Este modelo de negocio va dirigido a las instituciones educativas públicas y privadas de estratos 2, 3, 4 y 5.

## 10.3 Plan de ventas

Se hace una proyección de las ventas para un período de 1 año con la finalidad de lograr resultados óptimos y disponer de una estrategia de crecimiento eficaz.

**Tabla 1**

*Plan de ventas*

Descripción	Año 1											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Paquete 1 con un grupo de 40 niños	2	2	3	2	3	2	2	3	1	3	1	2
Paquete 2 con un grupo de 40 niños	2	2	3	1	2	2	1	3	2	3	2	1
Paquete 3 con un grupo de 40 niños	2	1	1	0	3	2	2	3	1	3	1	0
Paquete 4 con un grupo de 40 niños	1	1	2	2	2	2	1	3	2	2	2	1

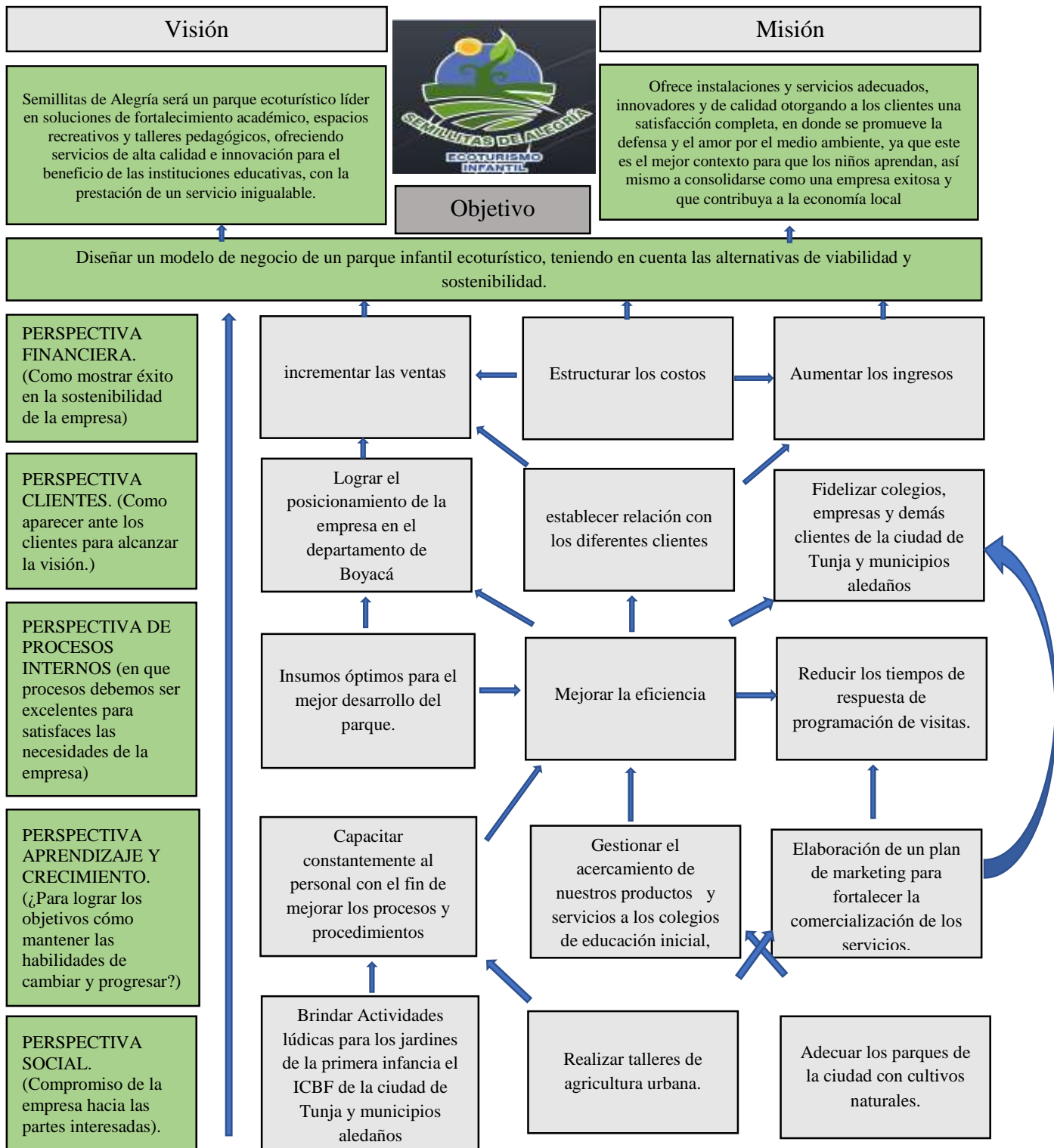
Fuente (Elaboración propia)

## 10.4 Estrategias administrativas

### 10.4.1 BSC

**Tabla 2**

*BSC*



Fuente (Elaboración propia). *Nota.* El BSC se realiza como estrategia administrativa para la toma de decisiones.



**PLAN DE MEJORA - ACCION**

**Diseñar un modelo de negocio de un parque infantil ecoturístico, teniendo en cuenta las alternativas de viabilidad y sostenibilidad.**

Perspectiva	Actividad	Objetivo Meta	Estrategia	T/ejecución	Recursos	Responsable	Indicador	Meta	Observación
<b>Financiera</b>	Aumentar los ingresos	Vender 500 paquetes infantiles al mes	Gestionar el cuidado por el medio ambiente y el respeto por la naturaleza	30 días	Personal, instalaciones locativas.	Jefe de ventas	500 / 35 = 14 o 15 paquetes infantiles	80 - 100%	(desdoblamiento de estrategias) impulsar las ventas
<b>Cientes</b>	Nicho o segmentación de mercados	Conseguir una ventaja competitiva en el segmento o nicho en el que compite.	La empresa se debe centrar en un segmento de mercado para reducir su ámbito de competencia. Una vez situados en una estrategia de nicho, ésta puede ser o de liderazgo en costes o de diferenciación	90 días	Encuestas, tendencias de búsqueda, medios sociales, influenciadores, datos de comportamiento .	Área de marketing	Cantidad media del producto adquirido por cada comprador *número de compradores.	80 - 100%	Fuertes, visitas y convenios
<b>Procesos internos</b>	Realizar talleres de agricultura urbana.	Establecer una mejora en la relación con clientes potenciales	Abastecer de insumos y materia prima necesaria para entregar servicios de calidad y satisfacer a los clientes	30 días	Personal capacitado y proveedores	Subgerente administrativa y financiera		80 - 100%	Lograr el posicionamiento de la empresa en el departamento de Boyacá
<b>Aprendizaje crecimiento</b>	Elaboración de un plan de marketing para fortalecer la imagen y comercialización de los servicios.	Fidelizar colegios, empresas y demás clientes de Tunja y municipios aledaños.	Con el lanzamiento de nuevos productos y servicios, modificando y fortaleciendo los ya existentes y así satisfacer nuevas necesidades.	6 meses	Instalaciones adecuadas, personal creativo y profesional	Jefe de mercadeo y comercialización		80 - 100%	Conseguir una ventaja sobre la competencia en innovación y costos
<b>Social</b>	Realizar talleres de agricultura urbana	Gestionar el cuidado por el medio ambiente y el respeto por la naturaleza	Mediante el uso de las redes sociales haremos campañas de promoción para involucrar a nuestro público y de esta manera captar la atención de personas que estén interesadas en la mejora del medio ambiente	90 días	Redes sociales, concursos, eventos y video clips	Jefe de mercadeo y jefe de talento humano		60 - 100%	Actividades lúdicas

Fuente (Elaboración propia) *Nota.* Estrategias a implementar para la mejora del negocio.

### 10.4.1.1 DOFA

**Tabla 4**

DOFA

OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
1	Fortalecer y valorar el medio ambiente, la cultura y las tradiciones locales.	1	Constantes heladas en el departamento de Boyacá
2	La zona centro de Boyacá no cuenta con ofertas turísticas y pedagógicas para los niños, por lo tanto, no hay competidores directos	2	Adaptación a los cambios climáticos (demanda solo por temporadas)
3	Incremento en la tendencia ecoturística y pedagógica, en donde se fortalezcan los conocimientos medioambientales	3	Escases de oferta complementaria en el sector de Arcabuco
4	El parque ecoturístico generara fuentes de empleo para los habitantes de la zona, ayudando al crecimiento de la economía del sector	4	Costos elevados para la implementación del modelo de negocio
5	Facilidades de financiación y líneas de crédito por parte la caja de compensación familiar de Boyacá (Comfaboy)	5	Escases de recursos naturales, incremento de los precios del petróleo y alzas en la tasa de interés
FORTALEZAS		DEBILIDADES	
1	Ofrecer una alternativa innovadora y pedagógica en el departamento de Boyacá	1	Bajo capital económico
2	Garantizar a los clientes productos y servicios de calidad en el momento de sus visitas.	2	Infraestructura limitada
3	El municipio de Arcabuco es un punto estratégico de ubicación y cuenta con recursos aptos para el desarrollo productivo y comercial.	3	Lograr constituir un buen grupo de colaboradores
4	Facilidades para el desarrollo el marketing digital y promoción por medio de redes sociales.	4	Desconocimiento de proveedores de insumos y materias primas
5	Personal capacitado y orientado al liderazgo y la planeación estratégica	5	Falta de conocimiento pedagógico

Fuente (Elaboración propia). *Nota.* La matriz DOFA se realiza con el fin de realizar estrategias para la toma de decisiones

## **10.5 Estrategias**

### **10.5.1 Estrategias FO**

- **5-4** la empresa tendrá la capacidad de dirigir y planificar, creando así fuentes de empleo
- **4- 5** Se crearán estrategias de marketing con contenidos eficientes que promuevan la cultura y el cuidado del medio ambiente ayudando a alcanzar los objetivos financieros
- **3-2** La empresa estará ubicada en Arcabuco municipio aledaño a Tunja y Bogotá lo cual nos permite proveernos de insumos a bajo costo y su vez conseguir más visitantes.
- **2-1** El parque se abastecerá y beneficiara de los insumos y materiales locales, brindando la seguridad a los clientes de que obtendrán bienes y servicios de calidad, de esta manera fortalecer el consumo de producto boyacenses.
- **1-5** La capacidad de innovación será un factor clave para abrir nuevos mercados con el apoyo de COMFABOY y posicionar la compañía en el sector

### **10.5.2 Estrategias DO**

- **5-3** Identificación de los principales problemas y fomentar el estudio de nuevos conocimientos pedagógicos y tecnológicos que ayude a la mejora de los procesos.
- **3-4** Apertura de convocatorias progresistas y plan de incentivos que brinden condiciones apropiadas para los colaboradores y futuros miembros de la organización.
- **2-1** Creación de conexiones con los clientes utilizando contenido digital y de esta manera captar su atención y crear confianza para sus salidas pedagógicas.
- **1-5** solicitud de financiación para la implementación completa del proyecto.
- **4-2** realizara una investigación de mercados en donde se puedan definir y estudiar las competencias que existen en el departamento.

### **10.5.3 Estrategias FA**

- **1-4** fabricación productos innovadores con valor agregado lo cual nos diferenciara de la competencia

- **3-2** debido a los cambios climáticos del departamento la empresa implementará estrategias para minimizar los posibles riesgos que afecten de las visitas y entradas al parque
- **5-3** creación de estrategias para solidificar alianzas que permitan la creación de ofertas innovadoras en la zona y así ampliar la oferta turística en el municipio.
- **2-5** Desarrollo estudios que permitan calcular los tiempos de respuesta, pago de los servicios, recorridos y costos para así llegar a los mercados en tiempos correctos y con precios adecuados, brindando calidad garantía y satisfacción a los visitantes.
- **4-1** Aprovechamiento de políticas y leyes gubernamentales para el cuidado y conservación del patrimonio cultural y turístico de las regiones.

#### **10.5.4 Estrategias DA**

- **1-2** Considerar las condiciones climáticas para asegurar a nuestros clientes un servicio de calidad y garantizar visitas en condiciones óptimas.
- **4- 4** Creación de una cartera de proveedores regionales que ofrezcan productos innovadores e integrales para así reducir costos al momento de la implementación de zonas específicas del parque.
- **3- 5** capacitaciones con personal calificado que ayude a mantener óptimas condiciones las zonas ambientales de mayor cuidado.
- **4-3** Fomentar la participación de los empresarios de la zona en actividades que promuevan la satisfacción de los clientes para tener aliados corporativos.
- **2-1** Fomentar los vínculos estratégicos con empresarios de la región, mediante la cooperación empresarial y la ampliación de los servicios a brindar con el proyecto de negocio.

#### **10.6 Análisis de las estrategias.**

Para el desarrollo del diagnóstico, se esquematizaron dos matrices estratégicas que son las DOFA y el BSC, con las cuales podrá establecerse un plan atractivo para la implementación del modelo de negocio para el parque infantil ecoturístico; esto con el fin de ayudar a analizar la situación futura de la empresa, determinando el proceso de la compañía y de esta manera poder analizar los pros y los contras ante la apertura de la esta.

Posteriormente se puede evidenciar las necesidades de innovación y mejora de los productos ya establecidos en el mercado creando tendencias que nos lleven a ser únicos y altamente competitivos.

Sumado a esto, se analizan las oportunidades y debilidades para que de esta manera se puedan identificar estrategias como lo son, jornadas de capacitación al personal que laborara en el parque infantil ecoturístico, como también llevando este plan de negocio a un aspecto social, facilitando charlas gratuitas a las instituciones educativas de bajo recurso, esto nos permitirá que los niños y niñas desarrollen habilidades que lleven a estas instituciones educativas a tener mayores resultados en el ámbito educativo

Para el análisis de fortalezas y amenazas se implementan estrategias en las que es imprescindible el crecimiento en las inversiones en innovación y el desarrollo completo del parque infantil ecoturístico, con esto buscamos tener un crecimiento financiero.

Semillitas de alegría contribuirá a la diversificación de las ofertas ecoturísticas infantiles en la zona centro del departamento y sus alrededores aprovechando los recursos naturales con los que cuenta el departamento sumado a esto se aprovechara los nichos de mercado que aún no han sido atendidos en el departamento.

## 10.7 Cuantificación de la demanda

**Tabla 5**

*Colegios públicos y privados de los municipios de la provincia centro del departamento de Boyacá.*

NOMBRE	GRADO
Albergue infantil Tunja	0,1,2,3,4,5
American school Saint francés	2,1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9
Cent. Edu estimulación semillitas de amor	2,1,0,1,2,4
Cent Edu celestin Freinet	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Cent educ col gymnasio Santander	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Cent Edu pequeños príncipes	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Cent Edu luna mágica	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Cent.Edu. Jorge Tadeu Lozano	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Centro de investigaciones pedagógicas rayuela	-2,-1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Centro educativo amparo del niño	0,1,2,3,4,5

NOMBRE	GRADO
Centro educativo col-senderitos	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Centro educativo jardín infantil el tío conejo	-3
Centro educativo jean Piaget	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Centro educativo juan Jacobo Rousseau	-2,-1,0,1,2
Centro educativo Miguel de Cervantes Saavedra	-3
Centro educativo mis pequeños traviesos	-2,-1,0,1,2,3
Centro educativo nogal del norte	-3
Col William Shakespeare	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Col coop Cooservicios	-2,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Col coopteboy	-2,-1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Col de ed. básica lev Vygotsky caritas felices	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Col de Ed Bas Joan Comenius	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Col educación preescolar ma. patricia	0
Col moderna la florida	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colegio andino de Tunja	-2,-1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Colegio básico hogar feliz	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colégio bilingüe técnico industrial Oxford	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colegio colombo británico	2,1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Colegio crayola mágica	-2,-1,0,1
Colegio cristiano filadelfia	-2,-1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Colegio cristo rey	-2,-1,0,1,2,3,4,5,6,7
Colegio los andes	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colegio de la presentación Tunja	-2,-1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Colegio sagrado corazón	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colégio Francisco José de caldas	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colegio infantil moderno	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colegio integral leonardo Davinci	-2,-1,0,1,2
Colegio integral personalizado	-2,-1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Colegio José celestino mutis	-2,-1,0,1,2,3,4,5

NOMBRE	GRADO
Colegio Juan Pablo II	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colegio los ángeles	-2,-1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Colegio María Montessori	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colegio Mayor Miguel Antonio Caro	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colegio mi pequeño mundo	-2,-1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9
Colegio Militar Coronel Juan José Rondón	4,5,6,7,8,9,10,11
Colegio Mundo de Creaciones	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colegio Nuestra Señora del Rosario	-2,-1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Colegio Nuevo Granada	-1,0,1,2,3,4,5,6
Colegio Pedagógico mi Privilegio	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colegio Pedagógico Mundo Informático	2,1,0,1,2,3,4,5
Colegio Personitas del Saber	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colegio Psicopedagógico Santo Domingo	-2,-1,0,1,2,3,4
Colegio Salesiano Maldonado	2,1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Colegio Santa Cecilia	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colegio Selección	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Colegio Sendero de los Sabios	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Country Bilingüe School	-2,-1,0,1,2,3,4,5,6,7,8
Gimnasio Infantil Rafael Pombo	-3
Gimnasio Campestre del Norte	-2,-1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Gimnasio Infantil Chiquilandia	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Gimnasio Infantil Crayola y Lápiz	-2,-1,0,1,2,3,4,5,6,7
Gimnasio Juan de Castellanos	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Gimnasio San Diego Tunja	-2,-1,0,1,2,3,4,5
IE Rafael Bernal Jiménez	2,1,0,1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
Immanuel Christian Bilingüe School	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Infantil Juegos Letras y Colores	-3
Instituto de Educación Formal Comfaboy	2,1,0,1
Instituto Pedagógico Casita de Pincho	-2,-1,0,1,2,3,4,5

NOMBRE	GRADO
Instituto pedagógico Enrique Pestalozzi	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Instituto san Fernando Ferrini	2,1,0
Instituto san Vicente de Paul	0,1,2,3,4,5
Jardín inf taller de ensueños	-3
Jardín idiomitas Cambridge	-2,-1,0,1,2
Jardín infantil acuarela	-3
Jardín infantil angelitos del mañana	-3
Jardín infantil bilingüe mundo de ilusiones	-3
Jardín infantil garabatos	-3
Jardín infantil huellitas escalando	-2,-1,0,1
Jardín infantil huellitas mágicas	-3
Jardín infantil la casita de rosita	-3
Jardín infantil mi casita	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Jardín infantil mi pequeño universo	-2,-1,0,1,2
Jardín infantil mis pequeños genios	-2,-1,0,1,2,3
Jardín infantil mundo mágico	-3
Jardín infantil picardías	-2,-1,0,1,2
Jardín infantil psicopedagógico	-3
Jardín infantil talentos	-2,-1,0,1,2
Jardín psicopedagógico los niños del mañana	-3
Jardín psicopedagógico plaza sésamo	-3
Liceo ciudad de Tunja	-1,0,1,2,3,4,5
Liceo infantil Santiago de Tunja	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Liceo latinoamericano	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Liceo san francisco Tunja	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Liceo Santa catalina	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Liceo santa Inés	-2,-1,0,1,2,3,4,5
Pequeños talentos pre escolar campestre	-3
Saint Patrick school	-2,-1,0,1,2,3



MUNICIPIO	PUBLICO	PRIVADO
Samacá	3	5
Sora	1	0
Soroca	1	3
Siachoque	5	1
Toca	3	1
Tuta	5	2
Sotaquira	2	0
combita	3	3
Motavita	2	2
Oicata	1	1
Chivata	1	0
arcabuco	1	0
Chíquiza	2	0
Cucaita	2	0
Ventaquemada	4	4

Fuente (Fuente propia, a partir de la página oficial de la secretaria de educación)

### 10.8 Tamaño de la muestra

N es el total de población objetivo, la cual es de 155 instituciones educativas. A su vez P y Q con un grado de variabilidad del 50 % de posibilidad de éxito en la aplicación del modelo de negocio y con un nivel de precisión del 5 %.

**Tabla 6**

*Parámetros tamaño de la muestra*

PARAMETRO	VALOR
N	155
Z	1,28
P	50%
Q	50%
e	5%

$$n = \frac{155 * 1,28^2 * 50\% * 50\%}{e^2 * (155 - 1) + 1,28^2 * 50\% * 50\%} = 79,89932041$$

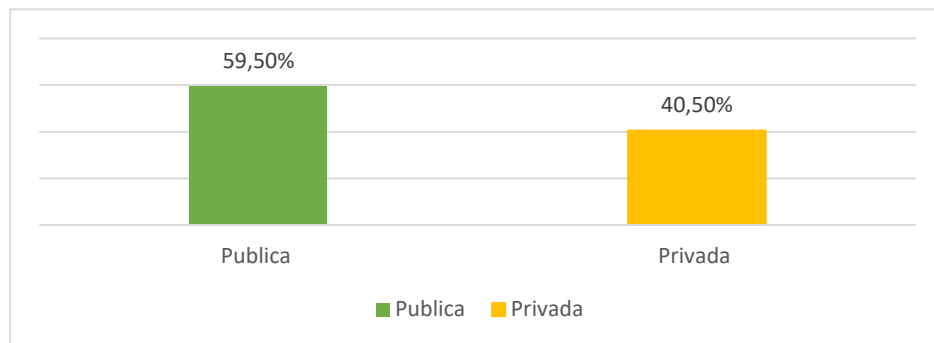
Fuente (Elaboración propia a partir de la fórmula de población finita creada por Kiaer)

Según lo anterior la muestra para lograr una investigación eficaz determina que se deben aplicar 80 encuestas.

## 10.9 Procesamiento estadístico de datos

**Figura 12**

*¿La institución educativa es de carácter?*



Fuente (Elaboración propia, a partir de los resultados de la encuesta)

De acuerdo con los resultados obtenidos el 59.5 % de las instituciones educativas encuestadas son de carácter público y el 40.5 % son de carácter privado; mostrando una diferencia solo del 10%, lo cual muestra que las estrategias de mercado y captación de clientes debe ir igualmente dirigidas a ambos tipos de instituciones e impulsar la adquisición de los productos y servicios con la misma fuerza de marketing.

**Figura 13**

*¿Municipio en el que se encuentra ubicada?*

Arcabuco	1,31%
Chivata	1,31%
Siachoque	2,62%
Oicata	1,31%
Tuta	1,31%
Chíquiza	2,62%

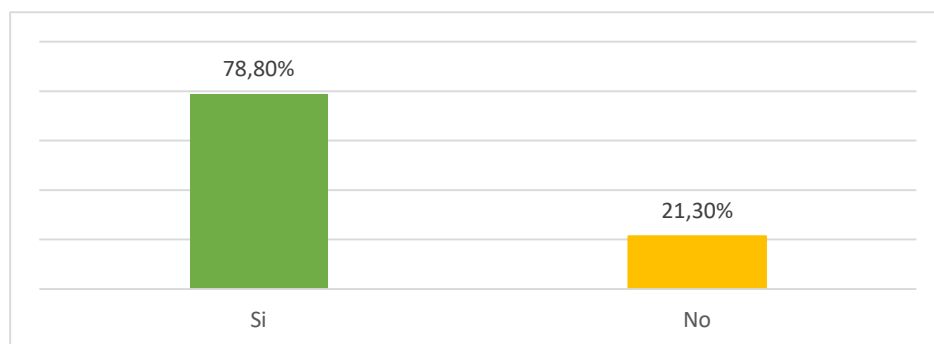
Toca	2,62%
Tunja	79,04%
Venta quemada	1,31%
Motavita	1,31%
Combita	1,31%
Soraca	1,31%
Samacá	1,31%
Sora	1,31%

Fuente (Elaboración propia, a partir de los resultados de la encuesta)

Teniendo en cuenta que de Tunja es la ciudad capital del departamento y cuenta con la mayor cantidad de colegios de la zona, se puede evidenciar que el público objetivo se encuentra en su mayoría en esta ciudad, dándonos un porcentaje del 79,04% de los colegios a quienes va dirigido el proyecto.

#### Figura 14

*¿La institución planea viajes o salidas educativas con los estudiantes durante el año escolar?*

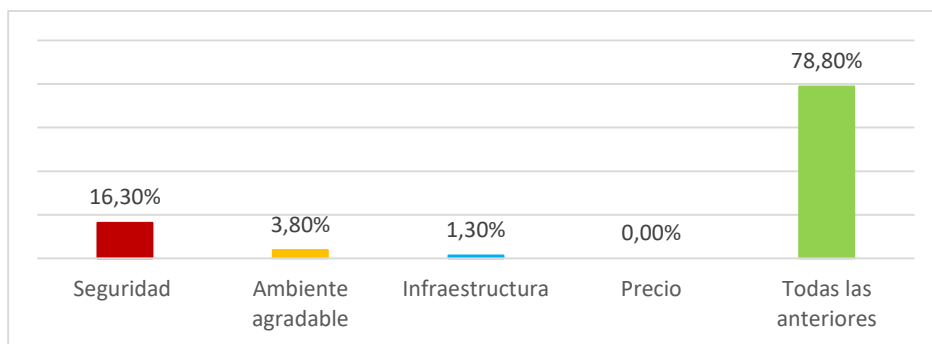


Fuente (Elaboración propia, a partir de los resultados de la encuesta)

Las instituciones educativas encuestadas muestran gran interés en la planeación y de desarrolló de viajes y salidas educativas con sus alumnos durante el año escolar, con un resultado positivo del 78,80% y solo un 21.30 % de los colegios encuestados no planea actividades

#### Figura 15

*Al momento de planear una salida educativa que es lo primero que toma en cuenta para la elección del lugar*

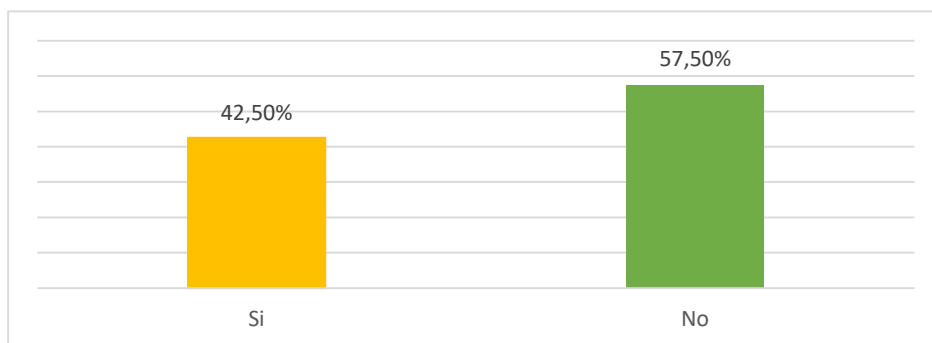


Fuente (Elaboración propia, a partir de los resultados de la encuesta)

Las instituciones educativas tienen en cuenta varios factores al momento de planear las salidas pedagógicas con sus alumnos, con una respuesta del 78,80 quienes afirman que es importante todos los factores planteados, siempre será una prioridad la seguridad de los estudiantes, pero a su vez muestra que es indispensable contar con instalaciones y en ambientes seguros con un porcentaje de 16,30%, seguido por la opción de brindar ambientes agradables con un 3,80%.

### Figura 16

¿Conoce las alternativas en cuanto a ecoturismo que se ofrecen en el departamento?



Fuente (Elaboración propia, a partir de los resultados de la encuesta)

La encuesta realizada arroja resultados interesantes respecto a el conocimiento que se tiene sobre las propuestas ofrecidas en el departamento en cuanto al ecoturismo como alternativa pedagógica, el 57,50% de los colegios encuestados dicen desconocerlas, mientras que el 42,50% ha recibido información respecto a las alternativas que se ofrecen en Boyacá, mostrando que un buen plan de marketing ayudara a llegar a todas aquellas instituciones.

**Figura 17**

*¿Como institución educativa le interesa el ecoturismo para los alumnos?*

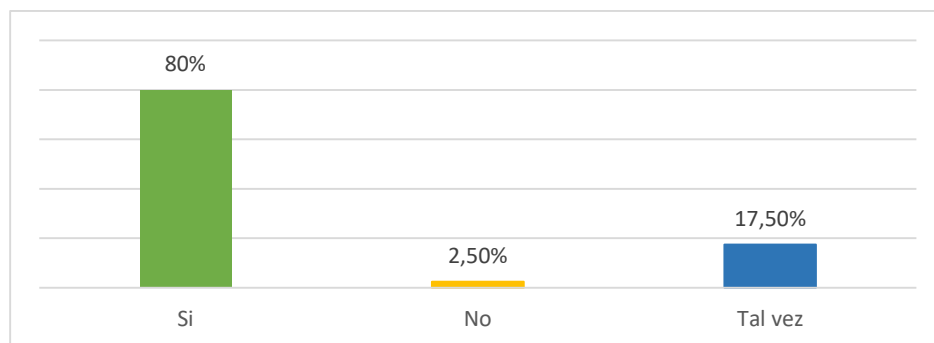


Fuente (Elaboración propia, a partir de los resultados de la encuesta)

De acuerdo con los resultados obtenidos en esta pregunta podemos observar que el 89,90% de las instituciones están interesadas en el ecoturismo como alternativa pedagógica y tan solo en 10.10% no lo está, mostrando que cada día son más los intereses por la conservación del medio ambiente y la educación que brinde bienestar a la población.

**Figura 18**

*¿Contraria la institución los servicios de una empresa que brinde varias alternativas pedagógicas con ambientes sanos y saludables para el desarrollo físico y psicológico de los estudiantes?*

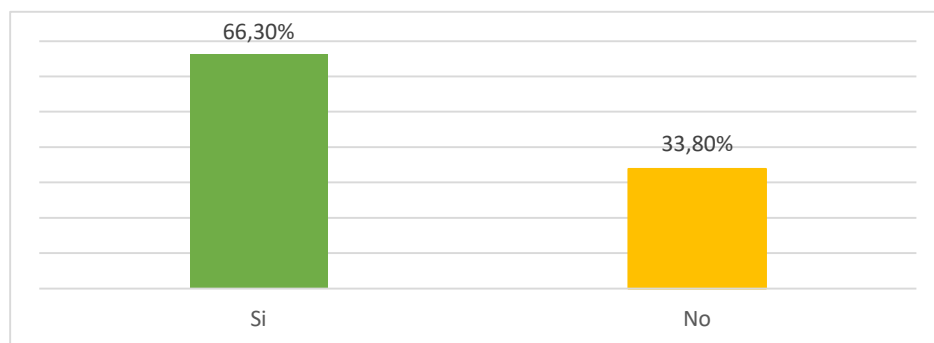


Fuente (Elaboración propia, a partir de los resultados de la encuesta)

Los resultados obtenidos de la anterior pregunta nos muestran una aceptación del 80% de los encuestados, quienes afirman que estarían dispuestos a contratar los servicios de una empresa que brinda alternativas pedagógicas con ambientes sanos y saludables para el desarrollo físico y psicológico de los estudiantes, dándonos resultados positivos para la continuidad de la investigación.

### Figura 19

*¿Está de acuerdo que la edad promedio de los escolares que pueden participar en estos viajes sea de 3 a 12 años?*

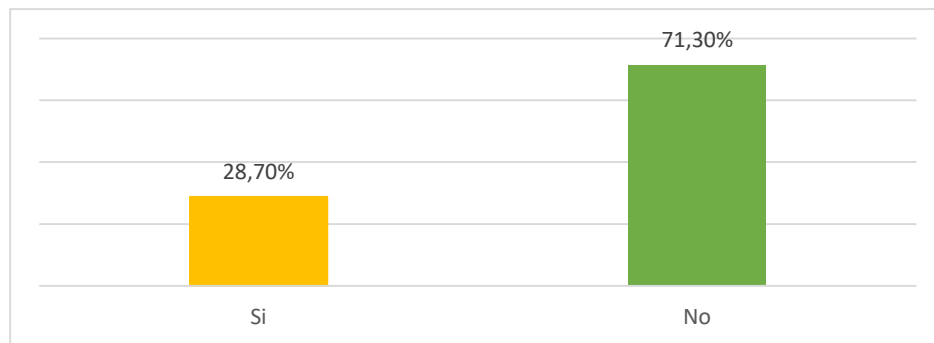


Fuente (Elaboración propia, a partir de los resultados de la encuesta)

La aceptación de acuerdo a las edades de los alumnos a los que se pretende ofrecer los servicios tiene una aceptación del 66.30% y el 33,80% dice no estar de acuerdo, nos muestra una gran aceptación en cuanto a las edades establecidas para el modelo de negocio.

### Figura 20

*¿Reciben regularmente información sobre servicios ecoturísticos?*

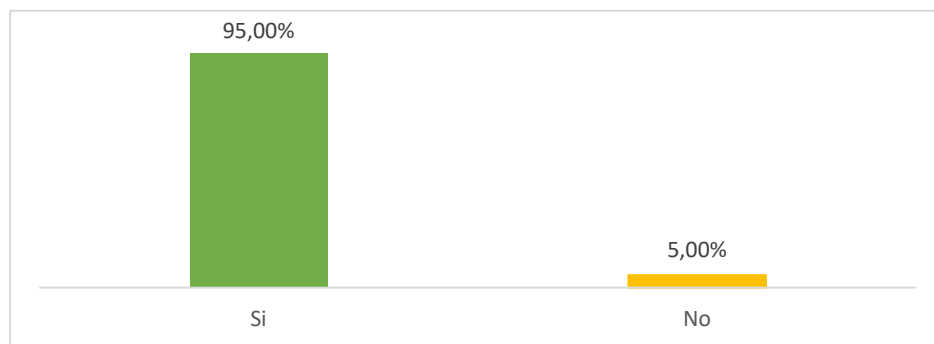


Fuente (Elaboración propia, a partir de los resultados de la encuesta)

Las encuestas nos permiten ver que las instituciones educativas de la zona centro de Boyacá no son informados regularmente sobre las ofertas ecoturísticas que hay en la zona, ya que el 71,30 de los encuestados afirmaron no recibir regularmente información sobre servicios ecoturísticos y solo el 28,70 % dijeron que si la reciben. lo que permite establecer estrategias de difusión en medios para que las ofertas puedan llegar al público objetivo, y de esta manera poder captar más clientes.

**Figura 21**

*¿Le gustaría conocer nuestros paquetes ecoturísticos y promociones?*

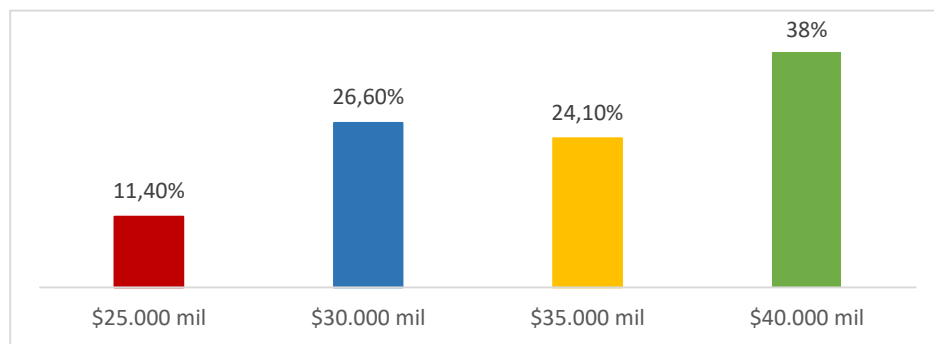


Fuente (Elaboración propia, a partir de los resultados de la encuesta)

Según lo anterior el 95% de la población encuestada le gustaría conocer los paquetes recibir la información de los servicios que el parque ecoturístico semillitas de alegría brindara al público, mientras que el 5% dijo no estar interesada.

**Figura 22**

*Si la pregunta anterior es afirmativa ¿cuánto estaría dispuesto a invertir en un paquete por estudiante?*

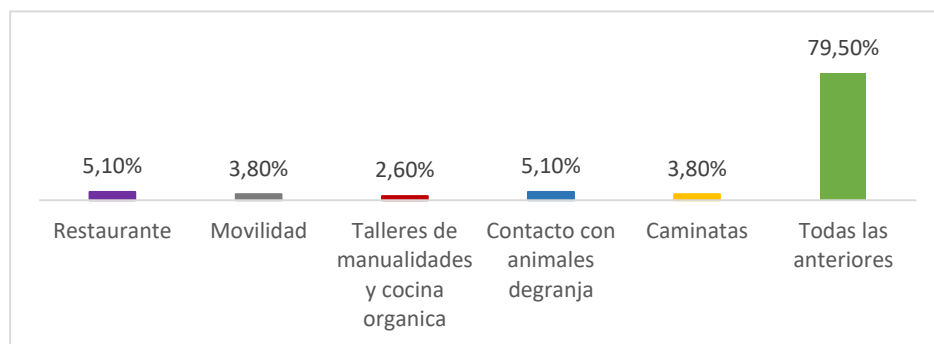


Fuente (Elaboración propia, a partir de los resultados de la encuesta)

La figura anterior refleja que el 38 % de las personas están dispuestos a pagar \$40.000 por un paquete, indicando que los clientes creen que los precios de los paquetes son exequibles, en segundo lugar, está la opción de \$35.000 con un 26,60%, mientras que el 24,10% de los encuestados dice estar de acuerdo con pagar \$30.000.

### Figura 23

¿Qué servicios le gustaría que proporcione un parque ecoturístico?



Fuente (Elaboración propia, a partir de los resultados de la encuesta)

En la última pregunta se analizan las actividades complementarias a los paquetes ya establecidos, dando como resultado que el 79 % de los encuestados desean que el parque cuente todos los servicios complementarios que se plantean en la encuesta, un 3,80% prefiere el contacto directo con los animales y también muestran una gran aceptación con respecto a tener un restaurante dentro del parque y servicio de transporte y movilidad.

#### 10.10 Conclusiones

A partir de la encuesta realizada y aplicada a instituciones educativas de la zona centro del departamento de Boyacá, se obtuvo resultados que permiten identificar las preferencias, gustos y necesidades de los clientes, dando indicios de la visualización de los clientes hacia un proyecto ecoturístico infantil cuyo pilar es la mejora en la educación de los niños y niñas, dándonos un gran nivel de aceptación ,ya que el 80 % de las instituciones encuestadas afirman que contratarían una empresa que brinde alternativas pedagógicas con ambientes sanos y saludables para el desarrollo físico y psicológico de los estudiantes y el 80 % están interesados en planes ecoturísticos

De acuerdo con los resultados de la encuesta se puede concluir que la zona centro del departamento de Boyacá cuenta con un mercado interesado en desarrollar actividades ecoturísticas y de crecimiento físico y pedagógico de los estudiantes que se ofrecen en el parque ecoturístico semillitas de alegría; otra de las variables importantes es el precio de los paquetes y los resultados muestran una buena aceptación.




### 10.11 Análisis de la competencia


En la actualidad existen varias ofertas turísticas en el departamento, pero muy pocas que centran sus actividades en el aprovechamiento de las riquezas naturales, la competencia directa que tendrá el parque ecoturístico es aquellas que se asemejan al tipo de servicio, la cercanía con el municipio de Tunja y el tipo de actividades que desarrollan.

Dentro de los competidores cercanos al Municipio de Tunja se encuentran:

**Tabla 7**

*Competidores cercanos*

<b>Nombre</b>	
<b>Descripción</b>	Es una empresa dedicada a ofrecer servicios de deportes de aventura y da la oportunidad a los visitantes de disfrutar de más de 600 especies de animales.
<b>Fecha de inicio de operaciones</b>	-
<b>Registro Nacional de Turismo</b>	25437 - ACTIVO
<b>Ubicación</b>	Vía las Antenas, Tibasosa, Boyacá.
<b>Oferta</b>	<b>Ventajas competitivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cabalgata</li> <li>• Pista de buggies</li> <li>• Tiro líneo de más de 500 metros, entre otras atracciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es el único zoológico en el departamento de Boyacá.</li> <li>• Cuenta un amplio catálogo de servicios.</li> <li>• Tiene un alto reconocimiento por ser la única empresa que cuenta con el servicio de zoológico.</li> </ul>

<p style="text-align: center;"><b>Nombre</b></p>	 <p style="text-align: center;">PARQUE CONSCIENTIA UNIVERSALIS</p>
<p style="text-align: center;"><b>Descripción</b></p>	<p>Es un ecoparque dedicado a la prestación de servicios sociales y de relajación por su amplio espacio.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Fecha de inicio de operaciones</b></p>	<p style="text-align: center;">-</p>
<p style="text-align: center;"><b>Registro Nacional de Turismo</b></p>	<p>No está registrada</p>
<p style="text-align: center;"><b>Ubicación</b></p>	<p>Villa De Leyva-Gachantivá, Villa de Leyva, Boyacá</p>
<p style="text-align: center;"><b>Oferta</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Ventajas competitivas</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escenario para realización de bodas, ecoturismo, agricultura orgánica, turismo sustentable, banco de semillas, banco de proteínas.</li> <li>• Enseñanza diferenciada en medio de hermosas praderas, espejos de agua y el hermoso cielo de Villa de Leyva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplia oferta de servicios</li> <li>• Posición geográfica estratégica ya que sus instalaciones quedan en el hermoso municipio de Villa de Leyva.</li> </ul>

<p>Nombre</p>	
---------------	--

Descripción	El parque está conformado por un bosque, su manto está constituido por rocas compactas. El río Cebada nace 8 km atrás y es el que pasa por todo el parque conformando la cadena de cascadas.
Fecha de inicio de operaciones	-
Registro Nacional de Turismo	75764 - ACTIVO
Ubicación	Villa de Leyva que se encuentra a 177 km al norte de Bogotá en la Cordillera Oriental
Oferta	Ventajas competitivas
Canopy Torrentismo Rapel Muro de escalada, entre otros. Igualmente se realizan caminatas ecológicas	Amplia oferta de servicios. Servicios desarrollados con éxito en la zona

Nombre	
Descripción	Los visitantes pueden caminar entre réplicas a escala de animales extintos
Fecha de inicio de operaciones	2004
Registro Nacional de Turismo	
Ubicación	
Oferta	Ventajas competitivas

<p>La principal atracción del parque, son las réplicas a escala de animales extintos</p> <p>Paseos en botes de remos</p> <p>Juegos infantiles</p> <p>Laberinto</p> <p>Senderos para caminatas para observar los animales</p> <p>Zona de excavación donde se recrea el hallazgo de una titanoboa</p>	<p>Es el primero en su género en el país y en él se exhiben réplicas de tamaño real de animales extintos, en su mayor parte dinosaurios</p> <p>Fácil acceso.</p> <p>Amplia oferta de servicios.</p>
---	---

Fuente (Elaboración propia, a partir de las páginas oficiales de la competencia)

## 10.12 Matriz de competitividad

**Tabla 8**

*Matriz de competitividad*

MATRIZ DE COMPETITIVIDAD													
	FACTORES CLAVE DEL ÉXITO	PESO		SEMILLITAS DE ALEGRIA		BIOPARQUE GUATIKA		PARQUE CONSCIENCIA UNIVERSALIS		PARQUE ECOLOGICO LA PERIUERA		GONDAVA	
		RATING	PUNTAJE	RATING	PUNTAJE	RATING	PUNTAJE	RATING	PUNTAJE	RATING	PUNTAJE		
1	ENTORNO NATURAL	0,18	18%	3	0,54	4	0,72	3	0,54	3	0,54	2	0,36
2	PROMOCION TURISTICA	0,1	10%	3	0,3	4	0,4	2	0,2	3	0,3	3	0,3
3	DEMANDA TURISTICA	0,1	10%	3	0,3	3	0,3	2	0,2	3	0,3	2	0,2
4	ACTIVIDADES RECREATIVAS	0,25	25%	4	1	3	0,75	3	0,75	3	0,75	3	0,75
5	ACCESIBILIDAD	0,1	10%	4	0,4	2	0,2	3	0,3	3	0,3	3	0,3
6	SEGURIDAD	0,1	10%	4	0,4	4	0,4	4	0,4	4	0,4	4	0,4
7	TRASPORTE DE APROXIMACION	0,1	10%	3	0,3	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1
8	RECONOCIMIENTO EN EL MERCADO	0,07	7%	1	0,07	4	0,28	2	0,14	2	0,14	2	0,14
	<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>	<b>25</b>	<b>3,31</b>	<b>25</b>	<b>3,15</b>	<b>20</b>	<b>2,63</b>	<b>22</b>	<b>2,83</b>	<b>20</b>	<b>2,55</b>

Fuente (Elaboración propia, a partir de las páginas oficiales de la competencia). *Nota:* La calificación fue asignada de acuerdo con la satisfacción que brinda cada factor siendo 4 el de mayor relevancia y 1 de menor relevancia.)

### **10.13 Plan de mercadeo 4 P – Mix marketing**

#### **Precio**

- Los precios que está ofreciendo el parque infantil ecoturístico son \$20.000 mil por persona incluyendo la entrada, derecho a un taller, visitas a los animales de granja, huerto familiar, caminata ecológica y refrigerio.
- El segundo paquete incluye el recorrido a todo el parque y la realización de todos los talleres por un precio de \$35.000 mil.
- Se dará la opción de elegir las actividades que se desean realizar, los recorridos y los talleres.
- El valor del almuerzo es adicional a los paquetes ya establecidos.

#### **Promoción**

- Stands de ferias de innovación
- Revistas: avanzamos Boyacá
- Redes sociales: Facebook e Instagram
- Espacio radial del programa Sabariedades de la sonora FM
- Periódicos: Boyacá 7 días

#### **Plaza**

- Instituciones educativas de transición y básica primaria
- Ferias turísticas regionales
- Módulos de información turística

#### **Producto o Servicio**

- Cultura
- Diversión
- Contacto directo con animales de granja
- Actividades lúdicas y recreativas
- Aprendizaje sobre el cuidado del medio ambiente y el amor por la naturaleza

### **Tabla 9**

*Presupuesto anual de la mezcla de mercado*

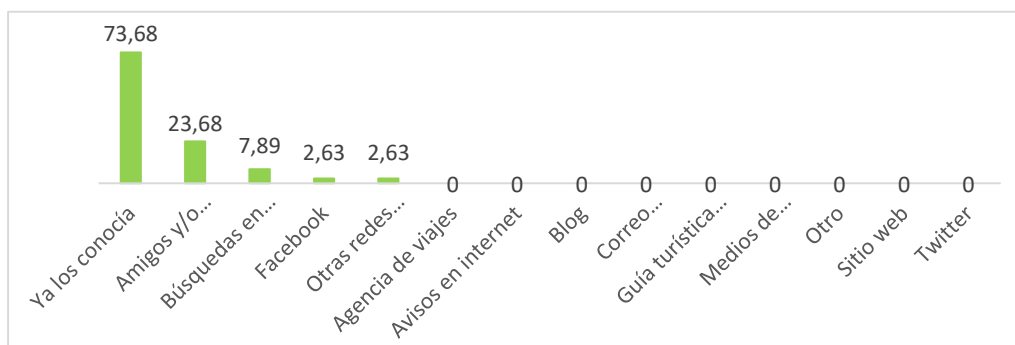
Revistas	100.000,00
Espacios radiales	300.000,00
Artículo en periódicos	150.000,00
<b>Total</b>	<b>550.000,00</b>

Fuente (Elaboración propia)

Las fuentes de información comúnmente y según lo muestra los datos estadísticos, son las recomendaciones o las visitas a lugares que ya antes se habían realizado; con la creación y aplicación de estrategias de mercadeo y comercialización se puede llegar a un número más grande de clientes y se ofrecerían los paquetes ecoturísticos con mayor facilidad. hay que tener en cuenta que solo un pequeño porcentaje de la población toma como referencia la publicidad en redes sociales, esto nos lleva a explorar la infinidad de oportunidades y fortalezas que trae el E-commerce y de esta manera poder llegar a nuestro público objetivo con una mayor facilidad y a menor costo, trayendo consigo una enorme cantidad de oportunidades publicitarias.

#### Figura 24

*Fuentes de información de los destinos turísticos de Boyacá*



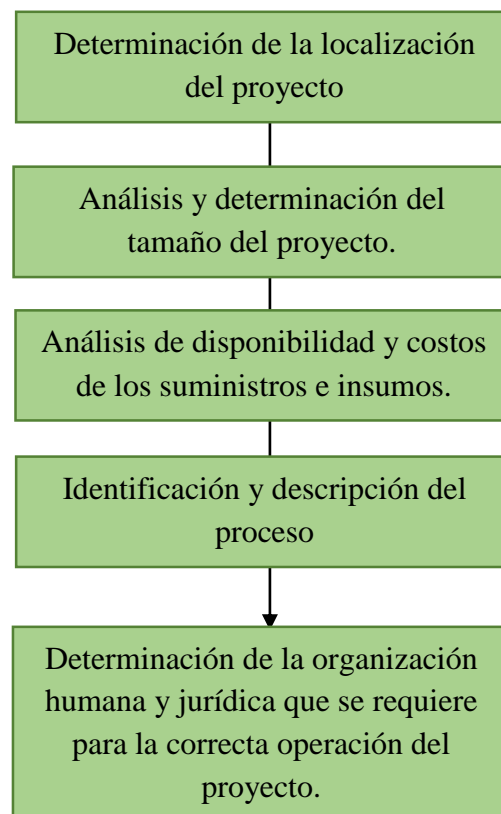
Fuente (SITUR Boyacá). Nota. Adaptada de (DANE, 2018)

## 11 CAPITULO III

**Realizar estudios administrativos, técnicos, legal y financieros que permitan identificar las estrategias para implementar un modelo de negocio lúdico e innovador.**

### 11.1 Estúdio Técnico - administrativo

Según (Sapag Chain, Sapag Chain, & Sapag, 2014) El Objetivo del Estudio Técnico – Administrativo, es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. De la selección de la función óptima se derivarán las necesidades de equipos y maquinaria, mano de obra, insumos o materia prima, etc., lo que permitirá cuantificar el costo de operación. Determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.



Fuente (Tomado de (Baca, 2010))

### 11.1.1 Localización

Los servicios que se ofertaran en el parque infantil ecoturístico semillitas de alegría se realizaran en el municipio de arcabuco Boyacá ya que es aquí en donde estará ubicado el parque, siendo una zona apta para el desarrollo del modelo de negocio cumpliendo con las necesidades para el desarrollo del proyecto y cuenta con los espacios adecuados para la adecuación e implementación de un modelo de negocio que centrara sus actividades en facilitar el desarrollo de capacidades, de los niños y niñas, orientadas al amor y el respeto por la naturaleza, sin embargo el público objetivo se encuentra en la zona centro del departamento, y centra su atención en las instituciones educativas de la ciudad de Tunja.

### 11.1.2 Tipo de maquinaria y equipo a utilizar

A continuación, se presenta los muebles y enseres que se requieren para el funcionamiento en el parque infantil ecoturístico semillitas de alegría en el municipio de Arcabuco Boyacá.

**Tabla 10**

*Maquinaria y equipo*

Equipos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Elementos de oficina</b>			
Escritorio de oficina	6	174900	1049400
Sillas administrativas	6	234900	1409400
Archivador	3	550700	1652100
Impresora multifuncional	2	625900	1251800
Portátil con software	6	1300000	7800000
Teléfono inalámbrico	2	110000	220000
<b>Elementos de oficina útiles</b>			
Útiles de oficina	1	500.000,00	500.000,00
<b>Elementos de operación en caminatas</b>			
GPS	2	180000	360000
Carpas de camping	8	170000	1360000
Radios de comunicación impermeables	2	115000	230000



Morral de 40 Litros	2	220000	440000
<b>Elementos para el desarrollo de los talleres</b>			
Cajas de colores	10	5000	50000
Pinturas de 1 litros	16	12815	205040
Pegante de 1 galón	2	79200	158400
Hojas tamaño carta	10	17900	179000
Cartulina por octavo de 100 und	5	26000	130000
Cartón paja por octavos x 50 und	10	40000	400000
Tijeras punta roma	20	2275	45500
<b>Elementos de agricultura</b>			
Semillas de frutos y verduras	1	230000	230000
Sistema de riego	1	130000	130000
Kit de herramienta	1	539000	539000
Abonos	1	230000	230000
<b>Elementos para agropecuario</b>			
Alimento para los cerdos	4	93000	372000
Alimento para los conejos	2	100000	200000
Alimento para las gallinas y patos	6	107.000	642000
Alimento para ganado	2	63000	126000
Alimento para perros y gatos	5	124500	622500
<b>Elementos para la recolección de huevos y frutos</b>			
Canastas	10	30000	300000
Guantes de jardinería para niños	30	10000	300000

Fuente (Elaboración propia)

### ***11.1.3 Costos fijos para la prestación de servicios***

Para la determinación de los costos fijos del modelo de negocio se incluyen los gastos mensuales en los que incurrirá el parque y también los que se utilizarán para la manufactura de los productos.

#### **Tabla 11**

*Costos directos*

Recursos requeridos	Valor unitario
Guía certificado	60.000
Profesional en pedagogía	50.000
Seguro contra accidentes	5.000
Material pedagógico	12.000
Materias primas para el área de cocina	12.000
<b>Total</b>	<b>139.000</b>

Fuente (Elaboración propia)

### 11.1.4 Ingeniería de proyecto

#### 11.1.4.1 El servicio

Tabla 12

Instalaciones

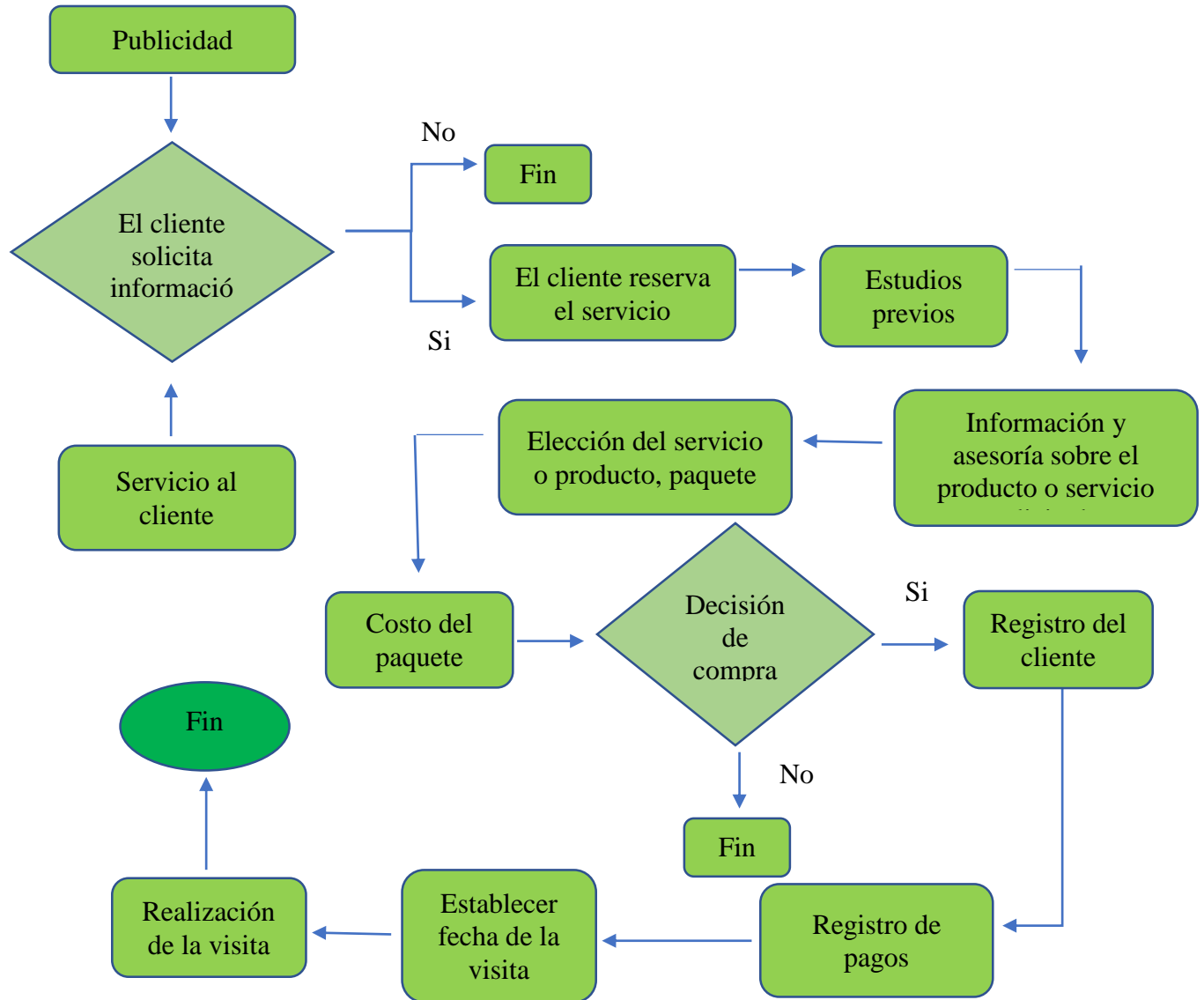


Fuente (Elaboración propia)

### 11.1.4.2 Flujograma

Figura 25

Flujograma



Fuente (Elaboración propia)

### 11.1.5 Requerimiento de personal

Para el buen funcionamiento administrativo, financiero y comercial el parque infantil ecoturístico semillitas de alegría contratara a los siguientes profesionales:

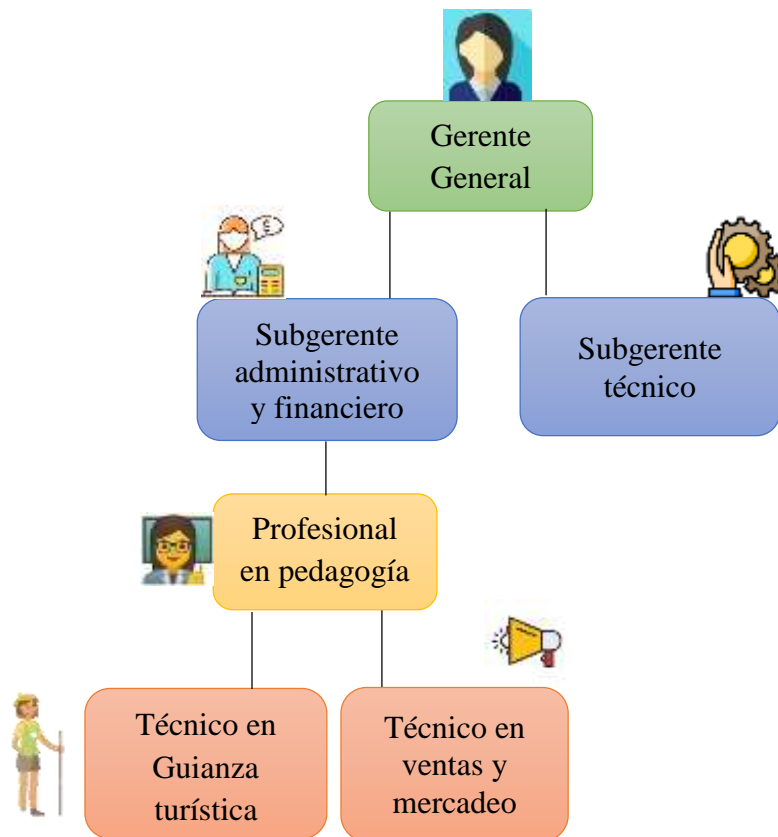
**Tabla 13***Perfiles y funciones de cargos*

<b>CARGO</b>	<b>PERFIL</b>	<b>FUNCIONES</b>
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Educación: Título universitario en Economía o Administración de Empresas</li> <li>-Experiencia: profesional de tres (3) años.</li> <li>- Habilidades: Manejo y administración de personal, capacidad de trabajo en equipo, Facilidad para plantear solución a problemas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar, organizar y supervisar las actividades de la empresa.</li> <li>-Conducción estratégica de la organización</li> <li>- Motivar, supervisar y mediar entre el equipo de trabajo.</li> </ul>
Sub Gerente administrativo y financiero	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Educación: título profesional en contaduría pública</li> <li>-Experiencia: 1 años.</li> <li>-Habilidades: asegurar la liquidez de la empresa, con base en el control, análisis y gestión de los recursos financieros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Administrar los recursos de la empresa</li> <li>Planificación financiera</li> <li>Elaborar proyecciones financieras.</li> <li>Estudio de escenarios de inversión</li> <li>Asesoría para la toma de decisiones.</li> </ul>
Profesional en pedagogía infantil	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Educación: título profesional en pedagogía infantil.</li> <li>-Experiencia: 1 años.</li> <li>-Habilidades: Comprender la naturaleza y el desarrollo evolutivo del niño. Comprender el contexto en el que se desarrolla el infante. Comprender las conexiones e interacciones que afectan el proceso de formación del infante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar, desarrollar y evaluar proyectos educativos de aula para infantes.</li> <li>Crear, desarrollar y evaluar proyectos educativos en empresas privadas, públicas.</li> </ul>
Sub Gerente técnico	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Educación: título profesional en ingeniería industrial.</li> <li>-Experiencia: 1 año</li> <li>-Habilidades: persona dinámica y segura; con capacidad para afrontar y liderar el cambio, dispuesto y motivado a enfrentarse a un medio globalizado y competitivo en la búsqueda del mejoramiento continuo y la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>planificar, gestionar y proponer sistemas de procesos industriales. Encargarse de administrar los sistemas de gestión en base a la evaluación y análisis de las problemáticas productivas basada en evidencia e indicadores.</li> </ul>

	optimización de los recursos alcanzando la máxima competitividad	
Técnico en mercadeo y comercialización	-Educación: título Técnico Laboral en Mercadeo y Ventas. -Experiencia: 1 año -Habilidades: capacidad de identificar las tendencias del mercado, estudiar las oportunidades de venta de productos y servicios y desarrollar campañas con fines comerciales.	Servir de apoyo a la organización y dirección de actividades de mercadeo de las empresas. Promover la comercialización de productos y servicios. Apoyar las funciones del servicio al cliente en la empresa. Ayudar en la formulación de propuestas para el desarrollo del área de la organización.
Auxiliar de mantenimiento y jardinería	Educación: Bachiller	Supervisar la salud de todas las plantas y espacios verdes, regar y abonar las plantas, podar árboles y arbustos, fertilizar y cortar el césped, quitar las malas hierbas de los jardines, conservar los espacios verdes y mantener los caminos sin desechos ni residuos.
Técnico en guianza turística		Gestionar excursiones, visitas a lugares históricos, sitios de interés turístico. Conducir grupos en recorridos de caminatas cumpliendo con el programa establecido. Brindar la información que el turista requiere. Podrá promover la interacción y la comunicación entre los demás y la naturaleza.

Fuente (Elaboración propia)

### 11.1.5.1 Organigrama




Fuente (Elaboración propia)

### 11.1.6 Aplicación del modelo Canvas

El modelo de negocio Canvas pretende demostrar la coherencia de las ideas planteadas y estudiadas, según el experto en innovación, modelos de negocios y estrategia empresarial (Osterwalder, Clark, & Pigneur, 2010) esta metodología es una herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece.

Este modelo, se integra dentro de la metodología lean-startup que basa en encontrar y fomentar nuevas formas de crear, entregar y captar valor para el cliente mediante el aprendizaje validado.

**Tabla 14***Modelo Canvas*

<b>MODELO CANVAS</b>				
<b>Socios clave</b>	<b>Actividades clave</b>	<b>Propuesta de valor</b>	<b>Relación con clientes</b>	<b>Segmento de clientes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instituciones educativas de carácter público y privado</li> <li>- Caja de compensación familiar</li> <li>- Proveedores</li> <li>- Inversionistas</li> <li>- Caja de compensación familiar</li> <li>- Proveedores</li> <li>- Inversionistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Identificación de tendencias de salidas pedagógicas y recreativas para estudiantes y familias</li> <li>- Diseño de paquetes innovadores y sostenible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ofrecer espacios inclusivos y accesible para el disfrute de los atractivos y atributos ecológicos del departamento de Boyacá, la comunidad educativa y a la sociedad en general.</li> </ul> <div style="text-align: center;">  </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Personalizada: visitas e interacción con posibles clientes</li> <li>- Sistematizadas: envió de propuestas, ofertas, precios y servicios por correo electrónico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Instituciones educativas públicas y privadas. Dirigido a estudiantes entre los 3 y 12 años.</li> <li>padres de familia.</li> <li>familias que pretenda conocer el parque.</li> </ul>
<b>Recursos clave</b>	<b>Estructura de costos</b>	<b>Canales</b>	<b>Fuentes de ingreso</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Infraestructura capacitación de empleados tecnología estructura de la página web, E-Commerce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Implementación y desarrollo</li> <li>- Mano de obra</li> <li>- Soporte al cliente</li> <li>- Costos de instalación y ejecución tecnológica</li> <li>- Costos de publicidad</li> <li>- Pago de nóminas</li> <li>- Constitución legal de la empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Stands de ferias de innovación</li> <li>- Revista: avanzamos Boyacá</li> <li>- Redes sociales: Facebook, Instagram y Tik tok</li> <li>- Espacio radial del programa Sabariedades de La Sonora FM</li> <li>- Periódico: Boyacá 7 Días</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Pago de los visitantes por reservas</li> <li>-Servicio de alimentación y restaurante</li> <li>-Venta de artesanías y suvenires</li> </ul>	

Fuente (Elaboración propia)

## 11.2 Estudio legal

En Colombia el sector turismo es regulado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, principalmente a través de la ley 300 de 1996 y modificada por el ley 1558 de 2012 que corresponde a Ley General de Turismo *"Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones"*. la cual tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad. (El congreso de Colombia, 2012)

El ministerio de ambiente y desarrollo sostenible en la resolución 0531 de 2015 define el ecoturismo como: *"Es una modalidad turística especializada y sostenible, enfocada a crear conciencia sobre el valor de las áreas del Sistema, a través de actividades de esparcimiento, tales como la contemplación, el deporte y la cultura, contribuyendo al cumplimiento de sus objetivos de conservación y a la generación de oportunidades sociales y económicas a las poblaciones locales y regionales."*

El ecoturismo es una estrategia de conservación y gestión, que contribuye al manejo efectivo del sistema de áreas protegidas, a la generación de beneficios sociales para las comunidades locales y las regiones. Igualmente, como un aporte significativo para la generación de alternativas productivas sostenibles para las poblaciones localizadas en sus zonas de influencia, en la educación y sensibilización de todos los actores involucrados en la actividad, frente a la importancia de nuestro patrimonio natural y cultural, y el aporte de la sostenibilidad financiera para que PARQUES cumpla con su misión. (El ministro de ambiente y desarrollo sostenible L., 2013)

ARTICULO 67. La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura.

La educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural,



científico, tecnológico y para la protección del ambiente. (Asamblea Constituyente de Colombia de 1991, 1991)

### **11.2.1 Requisitos legales**

#### **11.2.1.1 Inscripción en el Registro Nacional de Turismo.**

Todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia deben inscribirse en el Registro Nacional de Turismo; este registro es obligatorio para su funcionamiento y debe actualizarse anualmente

#### **11.2.1.2 Matrícula en el Registro Mercantil como comerciante y de al menos un establecimiento de comercio.**

La constitución de una empresa implica que el empresario debe cumplir con las obligaciones legales establecidas. En principio deberán realizarse tres trámites:

- Obtener el RUT.
- Matricularse en el Registro Mercantil.
- Matricularse en la oficina de Industria y Comercio del municipio.

La matrícula mercantil hace pública la calidad de comerciante, en la medida que hace visible al empresario frente a potenciales clientes que consultan los registros. (Camara de comercio )

- La Ley 300/96 establece igualmente mecanismos para la normalización y la certificación de la calidad del producto.
- La Ley 1101/2006 amplía la cobertura de los empresarios y fortalece el Fondo de Promoción. (Colombia, 2012)

De acuerdo a las condiciones financieras con las que la empresa comience su funcionamiento y teniendo en cuenta los recursos financieros con los que se cuente se requerirá una estructura organizacional equilibrada y a la vez flexible que permita desarrollar todas las funciones administrativas y operacionales que la empresa requiera y con los cuales se optimicen los servicios y los recursos, para que de esta manera se brinde un excelente servicio de calidad.

### **11.3 Estudios financieros**

Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de

producción. Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica. (Business School, 2021)

El estudio financiero es de construcción propia, a partir de la información recolectada para los diferentes estudios.

### **11.3.1 Plan de inversiones**

El modelo financiero para el parque infantil ecoturístico semillitas de alegría, comprende de tres grandes planes de inversión: inversión en activos fijos, inversión en activos diferidos y capital de trabajo.

#### **11.3.1.1 Inversión de activos fijos**

Seguidamente se especifican la inversión en activos fijos tangibles para el parque infantil ecoturístico semillitas de alegría.

**Tabla 15**

*Inversión en activos fijos*

Equipos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Elementos de oficina</b>			
Escritorio de oficina	6	174.900	1.049.400
Sillas administrativas	6	234.900	1.409.400
Archivador	3	550.700	1.652.100
Impresora multifuncional	2	625.900	1.251.800
Portátil con software	6	1.300.000	7.800.000
Teléfono inalámbrico	2	110.000	220.000
<b>Total, elementos de oficina</b>			<b>13.382.700</b>
<b>Elementos de operación en caminatas</b>			
GPS	2	180.000	360.000
Carpas de camping	8	170.000	1.360.000
Radios de comunicación impermeables	2	115.000	230.000
Morral de 40 Litros	2	220.000	440.000
<b>Total, elementos de operación en caminatas</b>			<b>2.390.000</b>
<b>Elementos agrícolas herramientas</b>			
Kit herramienta agrícolas	1	539000	539.000
<b>Total, elementos agrícolas herramientas</b>			<b>539.000</b>
<b>Elementos para la recolección de huevos y frutos</b>			
Canastas	10	30.000	300.000
Guantes de jardinería para niños	30	10.000	300.000

<b>Total, elementos para la recolección de huevos y frutos</b>			<b>600.000</b>
Lote por hectárea	1	50.000.00	50.000.000
Construcción por metro cuadrado	4	3.250.000	13.000.000
<b>Subtotal</b>			<b>79.911.700</b>
Imprevistos (5%)			3.995.585
<b>Total, activos fijos</b>			<b>83.907.285</b>

Fuente (Elaboración propia)

### 11.3.1.2 Inversión activos diferidos

A continuación, se describen los diferentes rubros que conforman el plan de inversiones en activos intangibles para el parque infantil ecoturístico semillitas de alegría.

**Tabla 16**

*Inversión en activos diferidos*

<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>
Constitución legal de la empresa	1.000.000
Licencia de construcción	1.250.000
Permiso de anuncio	225.000
Contrato de teléfono	60.000
Contrato de internet	300.000
Contrato de alcantarillado	900.000
Contrato de energía eléctrica	980.000
Contrato de servicio de agua	1.100.000
<b>Inversión diferidos total</b>	<b>5.815.000,00</b>

Fuente (Elaboración propia)

### 11.3.1.3 Capital de trabajo

La empresa para poder operar requiere de recursos disponibles de forma inmediata o en el corto plazo. La empresa para poder operar requiere de recursos para cubrir sus necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc.

**Tabla 17**

*Materia prima*

Concepto	Monto mensual
Elementos de oficina	350.000,00
Elementos para el desarrollo de los talleres	800.000,00
Elementos de agricultura	590.000,00
Elementos agropecuarios	1.500.000,00
<b>Inversión total en materias primas</b>	<b>2.890.000,00</b>

Fuente (Elaboración propia)

**Tabla 18***Insumos*

Concepto	Monto mensual
Agua	300.000,00
Luz	200.000,00
Teléfono	60.000,00
<b>Inversión total en insumos</b>	<b>560.000,00</b>

Fuente (Elaboración propia)

**Tabla 19***Mano de obra*

Cargo	Monto mensual total
<b>Personal Interno</b>	
Guía turístico	700.000,00
Gerente General	1.500.000,00
Sub Gerente administrativo y financiero	1.500.000,00
Profesional en pedagogía infantil	1.200.000,00
Sub Gerente técnico	1.500.000,00
Técnico en mercadeo y comercialización (CPS)	1.000.000,00
Técnico en mantenimiento y jardinería	1.000.000,00
<b>Inversión total en mano de obra</b>	<b>8.400.000,00</b>

Base de cotización	40%	3.360.000
Salud	12,5%	420.000
Pensión	16%	53.600
Caja de compensación	2%	67.200
<b>Total</b>		<b>4.384.800</b>

Fuente (Elaboración propia)

**Tabla 20***Capital de trabajo*

Concepto	Monto
Activos	83.907.285
Pasivos	12.784.800
<b>Total</b>	<b>71.122.485</b>

Fuente (Elaboración propia)

**11.3.1.4 Inversión total**

El monto de inversión total requerido para la instalación del parque infantil ecoturístico semillitas de alegría se deberá sumar el valor total de los recursos, el valor total de las actividades de proceso y el valor de los imprevistos.

**Tabla 21***Inversión total*

Concepto	Monto
Inversión Fija	79.911.700
Inversión Directa	5.815.000
Capital de trabajo Mensual	71.122.485
Imprevistos	3.995.585
<b>Total</b>	<b>160.844.770</b>

Fuente (Elaboración propia)

**11.3.1.5 Totalidad de inversión**

A continuación, se detalla los gastos que se realizan para cubrir los recursos utilizados en la realización del modelo de negocio.

**Tabla 22***Totalidad de inversión*

Concepto	Monto
Constitución legal de la empresa	1.000.000
Licencia de construcción	1.250.000
Permiso de anuncios	225.000
Contrato de servicios (Agua y luz)	2.080.000
Construcción	13.000.000
Adquisición de mobiliario y equipo	66.911.700
Adquisición de materias primas	83.907.285
<b>Total</b>	<b>168.373.985</b>

Fuente (Elaboración propia)

**11.3.2 Presupuesto de ingresos y egreso**

Para la elaboración del modelo de negocio se plantean los costos de realización, contando con un estimado de costos y gastos varios de producción e implementación, así como los ingresos estimados con proyección de 5 años.

**11.3.2.1 Ingresos anuales****Tabla 23***Proyección de ingresos anuales*

Descripción	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Paquete 1	41.600.000	43.139.200	44.735.350	46.390.558	48.107.009
Paquete 2	39.600.000	41.065.200	42.584.612	44.160.243	45.794.172
Paquete 3	46.000.000	47.702.000	49.466.974	51.297.252	53.195.250
Paquete 4	35.200.000	36.502.400	37.852.989	39.253.549	40.705.931
<b>Total</b>	<b>162.400.000</b>	<b>168.408.800</b>	<b>174.639.926</b>	<b>181.101.603</b>	<b>187.802.362</b>

Fuente (Elaboración propia)

**11.3.2.2 Presupuesto de egresos****Tabla 24***Presupuesto de egresos anuales*

<b>Presupuesto de egresos Anuales</b>					
<b>AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>CONCEPTO</b>					
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>					
<b>COSTOS DIRECTOS</b>					
<b>MATERIA PRIMA</b>					
Elementos para el desarrollo de los talleres	9.600.000	9.955.200	10.323.542	10.705.513	11.101.617
Elementos de agricultura	7.080.000	7.341.960	7.613.613	7.895.316	8.187.443
Elementos agropecuarios	18.000.000	18.666.000	19.356.642	20.072.838	20.815.533
<b>HONORARIOS</b>					
Personal operativo	61.017.600	63.275.251	65.616.435	68.044.244	70.561.881
<b>Total, costos directos</b>	<b>95.697.600</b>	<b>99.238.411</b>	<b>102.910.232</b>	<b>106.717.911</b>	<b>110.666.474</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>					
<b>INSUMOS</b>					
Servicios de agua, luz y teléfono	6.720.000,00	6.968.640	7.226.480	7.493.859	7.771.132

Total, costos indirectos	6.720.000,00	6.968.640	7.226.480	7.493.859	7.771.132
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>					
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>					
Útiles de oficina	4.200.000	4.355.400	4.516.550	4.683.662	4.856.958
<b>Total, gastos de administración</b>	<b>4.200.000</b>	<b>4.355.400</b>	<b>4.516.550</b>	<b>4.683.662</b>	<b>4.856.958</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>					
Publicidad	4.200.000	4.355.400	4.516.550	4.683.662	4.856.958
<b>Total, gastos de ventas</b>	<b>4.200.000</b>	<b>4.355.400</b>	<b>4.516.550</b>	<b>4.683.662</b>	<b>4.856.958</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Total, gastos	-	-	-	-	-
<b>Total, Anual</b>	<b>110.817.600,00</b>	<b>114.917.851</b>	<b>119.169.812</b>	<b>123.579.095</b>	<b>128.151.521</b>

Fuente (Elaboración propia)

### 11.3.2.3 Ingresos netos

**Tabla 25**

*Ingresos netos anuales*

AÑO	INGRESOS BRUTOS	EGRESOS BRUTOS	INGRESOS NETOS
1	162.400.000	110.817.600	51.582.400
2	168.408.800	114.917.851	53.490.949
3	174.639.926	119.169.812	55.470.114
4	181.101.603	123.579.095	57.522.508
5	187.802.362	128.151.521	59.650.841

Fuente (Elaboración propia)

### 11.3.3 Depreciación y amortización

A continuación, se describe la depreciación o desgaste que sufren los activos fijos por el uso que se haga de este durante su vida útil durante 5 años, así mismo se distribuye la inversión en un periodo determinado de tiempo.

**Tabla 26**

*Cálculo de depreciación*

PARTIDA	Valor del Activo	Vida útil en Años	Tabla % Depreciación	Cargo Anual	Valor de salvamento
<b>CONCEPTO</b>					
<b>Obra civil</b>					
Construcción	13.000.000	50	2,22%	288.600	1.300.000
<b>MOVILIARIO Y EQUIPO</b>					
Elementos de oficina	13.382.700	10	10%	1.338.270	6.691.350

Elementos operación caminatas	2.390.000	5	3%	71.700	2.390.000
Elementos de operación huevos y frutos	600.000	3	13%	78.000	1.000.000
Herramientas Agrícolas	539.000	7	25%	134.750	385.000
<b>Total</b>	<b>29.911.700</b>			<b>1.911.320</b>	<b>11.766.350</b>

Fuente (Elaboración propia)

**Tabla 27***Cálculo de amortización anual*

Partida	Valor Activo	Tasa de Amortización	Amortización Anual
Constitución legal de la empresa	1.000.000	5%	50.000
Licencia de construcción	1.250.000	5%	62.500
Permiso de anuncio	225.000	5%	11.250
Contrato de energía eléctrica	980.000	5%	49.000
Contrato de servicio de agua	1.100.000	5%	55.000
Contrato de teléfono	60.000	5%	3.000
Contrato de internet	300.000	5%	15.000
Contrato de alcantarillado	900.000	5%	45.000
<b>Total</b>	<b>5.815.000</b>		<b>290.750</b>

Fuente (Elaboración propia)

**11.3.4 Análisis de costos y gastos****Tabla 28***Relación de costos y gastos*

AÑO	1	2	3	4	5
<b>CONCEPTO</b>					
<b>COSTOS Y GASTOS FIJOS</b>					
Personal operativo	100.800.000	104.529.600	108.397.195	112.407.891	116.566.983
Útiles de oficina	4.200.000	4.355.400	4.516.550	4.683.662	4.856.958
Depreciación	1.911.320,00	1.911.320,00	1.911.320,00	1.911.320,00	1.911.320,00
Amortización	290.750,00	290.750,00	290.750,00	290.750,00	290.750,00
<b>Total</b>	<b>107.202.070</b>	<b>111.087.070</b>	<b>115.115.815</b>	<b>119.293.624</b>	<b>123.626.011</b>
<b>COSTOS Y GASTOS VARIABLES</b>					
Materia prima	34.680.000	35.963.160	37.293.797	38.673.667	40.104.593
Gastos de servicios públicos	6.720.000	6.968.640	7.226.480	7.493.859	7.771.132
<b>Total</b>	<b>41.400.000</b>	<b>42.931.800</b>	<b>44.520.277</b>	<b>46.167.526</b>	<b>47.875.725</b>
<b>Total, de costos y gastos fijos y variables</b>	<b>148.602.070</b>	<b>154.018.870</b>	<b>159.636.092</b>	<b>165.461.150</b>	<b>171.501.736</b>

Fuente (Elaboración propia)



### 11.3.5 Estados financieros

#### 11.3.5.1 Estado de resultado

El siguiente estado de resultados nos permite identificar la información sobre los logros alcanzados en el modelo de negocio durante un periodo de tiempo de 5 años, haciendo notar los esfuerzos que se deben realizar para alcanzar dichos logros.

**Tabla 29**

*Estados de resultados integral*

AÑO	1	2	3	4	5
<b>CONCEPTO</b>					
Ingreso por ventas	162.400.000	168.408.800	174.639.926	181.101.603	187.802.362
Costo de lo rendido	110.817.600,00	114.917.851	119.169.812	123.579.095	128.151.521
<b>Utilidad bruta</b>	<b>51.582.400</b>	<b>53.490.949</b>	<b>55.470.114</b>	<b>57.522.508</b>	<b>59.650.841</b>
Gastos de administración	4.200.000	4.355.400	4.516.550	4.683.662	4.856.958
Gastos de Ventas	4.200.000	4.355.400	4.516.550	4.683.662	4.856.958
Gastos financieros	-	-	-	-	-
<b>Utilidad de operación</b>	<b>43.182.400</b>	<b>44.780.149</b>	<b>46.437.015</b>	<b>48.155.184</b>	<b>49.936.925</b>
Otros productos	-	-	-	-	-
Costos de otros productos	-	-	-	-	-
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>43.182.400</b>	<b>44.780.149</b>	<b>46.437.015</b>	<b>48.155.184</b>	<b>49.936.925</b>
I.S.R 35%	15.113.840	15.673.052	16.252.955	16.854.314	17.477.924
<b>Utilidad Neta</b>	<b>28.068.560</b>	<b>29.107.097</b>	<b>30.184.059</b>	<b>31.300.870</b>	<b>32.459.001</b>

Fuente (Elaboración propia)

#### 11.3.5.2 Estado de situación financiera

A continuación, se presenta el balance general para el parque ecoturístico, representando la situación de la empresa para el primer año.

**Tabla 30**

*Balance general*

AÑO	1	2	Análisis vertical		Análisis horizontal	
<b>ACTIVO</b>						
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>						
Cajas y Bancos	71.122.485	73.754.017	44%	44%	2.631.532	3,7%
Cuentas por cobra			0%	0%	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>71.122.485</b>	<b>73.754.017</b>	<b>44%</b>	<b>44%</b>	<b>2.631.532</b>	<b>3,7%</b>

ACTIVOS FIJOS						
Obra civil	13.000.000	13.481.000	8%	8%	481.000	3,7%
Planta y equipo y equipo	66.911.700	69.387.433	42%	42%	2.475.733	3,7%
Imprevistos	3.995.585	4.143.422	2%	2%	147.837	3,7%
<b>TOTAL</b>	<b>83.907.285</b>	<b>87.011.855</b>	<b>52%</b>	<b>52%</b>	<b>3.104.570</b>	<b>3,7%</b>
ACTIVO DIFERIDO						
Constitución legal de la empresa	1.000.000	1.037.000	1%	1%	37.000	3,7%
Licencia de construcción	1.250.000	1.296.250	1%	1%	46.250	3,7%
Permiso de anuncios	225.000	233.325	0%	0%	8.325	3,7%
Contrato de energía eléctrica	980.000	1.016.260	1%	1%	36.260	3,7%
Contrato de servicio de agua	1.100.000	1.140.700	1%	1%	40.700	3,7%
Contrato de teléfono	60.000	62.220	0%	0%	2.220	3,7%
Contrato de internet	300.000	311.100	0%	0%	11.100	3,7%
Contrato de alcantarillado	900.000	933.300	1%	1%	33.300	3,7%
<b>TOTAL</b>	<b>5.815.000</b>	<b>6.030.155</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>215.155</b>	<b>3,7%</b>
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>160.844.770</b>	<b>166.796.026</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>5.951.256</b>	<b>3,7%</b>
PASIVO						
Cuentas por pagar	8.400.000	8.710.800	20%	20%	310.800	3,7%
Prestaciones sociales	4.384.800	4.547.038	11%	11%	162.238	3,7%
Servicios públicos	560.000	580.720	1%	1%	20.720	3,7%
<b>PASIVO TOTAL</b>	<b>13.344.800</b>	<b>13.838.558</b>	<b>32%</b>	<b>32%</b>	<b>493.758</b>	<b>3,7%</b>
PATRIMONIO						
Utilidad neta del año	28.068.560	29.107.097	68%	68%	1.038.537	3,7%
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>	<b>28.068.560</b>	<b>29.107.097</b>	<b>68%</b>	<b>68%</b>	<b>1.038.537</b>	<b>3,7%</b>
<b>TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>41.413.360</b>	<b>42.945.654</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>1.532.294</b>	<b>3,7%</b>

Fuente (Elaboración propia)

### 11.3.6 Flujo neto de efectivo

La siguiente tabla nos muestra la cantidad de efectivo que nos quedara al final de cada año de operación.

**Tabla 31**

*Flujo neto de efectivo*

AÑO	1	2	3	4	5
<b>CONCEPTO</b>					
Utilidad neta	28.068.560	29.107.097	30.184.059	31.300.870	32.459.001
Depreciación	1.911.320	1.911.320	1.911.320	1.911.320	1.911.320
Amortización	290.750	290.750	290.750	290.750	290.750
Valor de salvamento					11.766.350
<b>Flujo neto de efectivo</b>	<b>30.270.630</b>	<b>31.309.167</b>	<b>32.386.129</b>	<b>33.502.940</b>	<b>46.427.421</b>

Fuente (Elaboración propia)

### 11.3.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio nos mostrara el momento en el que las ventas igualaran los costos totales de producción.

**Tabla 32**

*Punto de equilibrio*

AÑO	1	2	3	4	5
<b>CONCEPTO</b>					
<b>Ventas totales</b>	<b>162.400.000</b>	<b>168.408.800</b>	<b>174.639.926</b>	<b>181.101.603</b>	<b>187.802.362</b>
<b>Costos fijos</b>					
Personal operativo	100.800.000	104.529.600	108.397.195	112.407.891	116.566.983
Útiles de oficina	4.200.000	4.355.400	4.516.550	4.683.662	4.856.958
Depreciación	1.911.320,00	1.911.320,00	1.911.320,00	1.911.320,00	1.911.320,00
Amortización	290.750,00	290.750,00	290.750,00	290.750,00	290.750,00
<b>Total</b>	<b>107.202.070</b>	<b>111.087.070</b>	<b>115.115.815</b>	<b>119.293.624</b>	<b>123.626.011</b>
<b>Costos variables</b>					
Materia prima	34.680.000	35.963.160	37.293.797	38.673.667	40.104.593
Gastos de servicios públicos	6.720.000	6.968.640	7.226.480	7.493.859	7.771.132
<b>Total</b>	<b>41.400.000</b>	<b>42.931.800</b>	<b>44.520.277</b>	<b>46.167.526</b>	<b>47.875.725</b>
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>143.707.182,87</b>	<b>148.921.430,80</b>	<b>154.328.606,27</b>	<b>159.935.846,05</b>	<b>165.750.554,58</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>88,49</b>	<b>88,43</b>	<b>88,37</b>	<b>88,31</b>	<b>88,26</b>

Fuente (Elaboración propia)

### 11.3.8 Valor presente neto

Los beneficios generados del proyecto son superiores a los costos incurridos por el mismo, es decir que después de pagar las obligaciones del proyecto queda un saldo favorable para el inversionista siendo una propuesta viable para su posterior ejecución.

**Tabla 33**

*VPN*

AÑO	FLUJO NETO EFECTIVO	(1+i) ^	FNE/(1+i) ^
	-\$ 101.572.285,00		<b>\$ 101.572.285,00</b>
<b>1</b>	\$ 30.270.630,00	1,1	\$ 27.518.754,55
<b>2</b>	\$ 31.309.166,72	1,21	\$ 25.875.344,40
<b>3</b>	\$ 32.386.129,43	1,331	\$ 24.332.178,38
<b>4</b>	\$ 33.502.939,68	1,4641	\$ 22.882.958,60
<b>5</b>	\$ 46.427.421,33	1,61051	\$ 28.827.775,88
			<b>\$ 27.864.726,80</b>

<b>VAN</b>	<b>\$ 27.864.726,80</b>
------------	-------------------------

Fuente (Elaboración propia)

### 11.3.9 Tasa de interna de retorno

El interés equivalente sobre el capital generado sobre el proyecto es superior al interés mínimo aceptable del capital que es de un 10%, en este caso el proyecto es aceptable por lo que se recomienda su ejecución.

**Tabla 34**

*TIR*

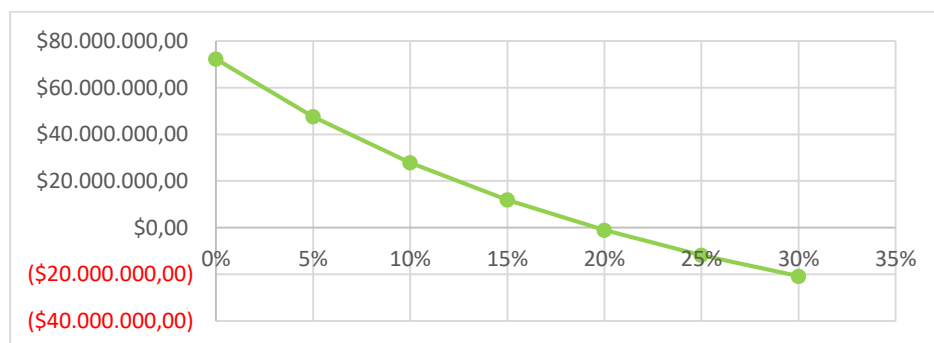
TASA DE DESCUENTO	VAN
0%	\$ 72.324.002,17
5%	\$ 47.571.630,71
10%	\$ 27.864.726,80
15%	\$ 11.956.684,17
20%	-\$ 1.047.274,64
25%	-\$ 11.800.074,51
30%	-\$ 20.785.416,60

<b>TIR</b>	<b>20%</b>
------------	------------

Fuente (Elaboración propia)

**Figura 26**

*Gráfico TIR*



Fuente (Elaboración propia a partir de los resultados de la TIR)

### 11.3.10 *Aplicación e interpretación de los indicadores financieros*

#### 11.3.10.1 **Indicadores de liquidez**

##### 11.3.10.1.1 *Razón corriente*

$$\text{Razon corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Razon corriente} = \frac{73.754.017}{13.838.558} = 5,33$$

Esto quiere decir que la empresa por cada peso que debe, tiene 5,33 pesos para pagar o respaldar esa deuda.

##### 11.3.10.1.2 *Capital neto de trabajo*

$$\text{Capital neto de trabajo} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

$$\text{Capital neto de trabajo} = 73.754.017 - 13.838.558 = 59.915.459$$

El resultado anterior indica que la empresa contara con un excelente respaldo económico después de haber pagado sus pasivos, queda con un saldo a favor de \$59.915.459 para el año siguiente. En este indicador se observa que aún existe capital aceptable para que la empresa se autofinancie.

#### 11.3.10.2 **Indicadores de rentabilidad**

##### 11.3.10.2.1 *Margen de ganancia bruta*

$$\text{Margen de ganancia bruta} = \frac{\text{Ganancia bruta}}{\text{Ingresos operacionales}}$$

$$\text{Margen de ganancia bruta} = \frac{53.490.949}{168.408.800} = 32\%$$

La empresa está obteniendo un costo de venta del 32%.

##### 11.3.10.2.2 *Margen de ganancia operacional*

$$\text{Margen de ganancia operacional} = \frac{\text{Ganancia operacional}}{\text{Ingresos operacionales}}$$

$$\text{Margen de ganancia operacional} = \frac{44.780.149}{168.408.800} = 27\%$$

El margen operacional representa la utilidad con que contaría la empresa una vez descontados los gastos operacionales, lo que significa que para el año 2 los gastos operacionales absorben el 27%.

#### 11.3.10.2.3 Margen de ganancia neta

$$\text{Margen de ganancia neta} = \frac{\text{Resultado del periodo}}{\text{Patrimonio promedio}}$$

$$\text{Margen de ganancia neta} = \frac{29.107.096,72}{168.408.800} = 17\%$$

La empresa tiene un grado de rentabilidad del 17%

#### 11.3.10.2.4 Rentabilidad del patrimonio

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{\text{Resultado del periodo}}{\text{Patrimonio promedio}}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{29.107.097}{28.587.828} = 102\%$$

**Tabla 35**

*Rentabilidad del patrimonio*

	AÑO 1	AÑO 2	PROMEDIO
<b>PATRIMONIO PROMEDIO</b>	28.068.560	29.107.097	28.587.828
<b>RESULTADO DE PERIODO</b>			29.107.097
<b>RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO</b>			<b>102%</b>

Fuente (Elaboración propia)

Esto quiere decir que el parque ecoturístico infantil semillitas de alegría obtendrá un rendimiento sobre inversión en el año 2 con un 102% por cada peso que la empresa invierte en su patrimonio generando utilidades netas de \$ 1,02 pesos para el año 2.

#### 11.3.10.2.5 Rentabilidad del activo total

$$\text{Rentabilidad del activo total} = \frac{\text{Resultado del periodo}}{\text{Activo total promedio}}$$

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{29.107.097}{163.820.398} = 18\%$$

**Tabla 36**

*Rentabilidad del activo total*

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>PROMEDIO</b>
<b>ACTIVO TOTAL PROMEDIO</b>	160.844.770	166.796.026	163.820.398
<b>RESULTADO DEL PERIODO</b>			29.107.097
<b>RENDIMIENTO DEL ACTIVO</b>			<b>18%</b>

Fuente (Elaboración propia)

La rentabilidad del activo total del año 2 fue de un 18% demostrando empoderamiento en la utilización de activos.

## 12 CAPITULO IV

**Proponer un modelo de negocio rentable, detallando las características que hace único el proyecto.**

Como resultado de la observación e investigación desarrollada, se propone la implementación del modelo de negocio partiendo de los componentes que se describen secuencialmente para que, el proyecto “parque ecoturístico infantil Semillitas de Alegría” llegue a ser un negocio exitoso y rentable.

**Figura 27**

*Propuesta de valor*



Fuente (Elaboración propia)



**Tabla 37***Propuesta de valor***Propuesta de valor**

Fuente (tomado de (Inperri, s.f.))

Mediante el desarrollo de los capítulos anteriores, se logra exaltar, las posibilidades de la implementación de un parque ecoturístico infantil que, supla las necesidades educativas. La propuesta de valor de semillitas de alegría, será la promoción y desarrollo de capacidades, de los niños y niñas, orientadas al amor y el respeto por la naturaleza, ofreciendo así un espacio innovador, inclusivo y accesible, para el disfrute de los atractivos y atributos ecológicos de la ciudad de Tunja y los municipios aledaños; aspectos que redundarán en la efectiva satisfacción las diversas necesidades en torno a la responsabilidad y cuidado ambiental y de esta manera los niños y niñas disfrutaran de ambientes sanos y saludables para su desarrollo físico y psicológico.

**Determinación del mercado objetivo y relación con los clientes**

Fuente (Tomado de (Honoralia, 2022))

Con la elaboración de una segmentación de mercados, se logró identificar a los potenciales clientes a quienes estará orientada la propuesta (nicho de mercado), esto con el fin de desarrollar estrategias, tanto para los colegios, como para las familias que deseen tener un día de esparcimiento, diversión y conocimiento; dichos clientes se caracterizan por aspectos particulares como, el amor por la naturaleza, el respeto por el medio ambiente y la necesidad de vivir experiencias que aporten conocimientos y fortalezcan el crecimiento físico e intelectual tanto propio como el de sus hijos.

La empresa buscará alternativas novedosas para contar con un trato directo con los posibles visitantes del parque. Por esta razón, como primera medida, se pretende desarrollar una base

de datos que, nos permita tener la información de los clientes potenciales y buscar visitas a los colegios para ofrecer los servicios del parque. La relación con los posibles clientes también se realizará de una forma sistematizada a través de los portales web en la cual los posibles clientes podrán conocer los diferentes servicios, paquetes, precios e información para realizar reservas.

### Canales de distribución



Fuente (Tomado de (Inycom, s.f.))

La forma en que se pretende comunicar y posicionar la organización, permitirá establecer buenas relaciones con los clientes y de esta manera mostrar la propuesta de valor que ofrece semillitas de alegría. Para esto se propone establecer diferentes canales como lo son revistas, stands en ferias de innovación, redes sociales, radio y publicidad escrita.

Electrónicos: redes sociales, correos certificados

Personalizados: visitas a colegios para así ofrecer los servicios a los alumnos, profesores y directivos de los colegios por parte de miembros calificados de la empresa, así como la participación en ferias de emprendimiento e innovación

### Alianzas estratégicas



Fuente (Tomado de (Licklider , s.f.))

Las alianzas, los socios, las instituciones educativas tanto privadas como públicas y los proveedores son apoyos clave y necesarios para el óptimo desarrollo del parque, todos estos son necesarios para facilitar las operaciones y así optimizar los recursos.

### Ventaja competitiva



Fuente (Tomada de (py, s.f.))

La ventaja competitiva de semillitas de alegría, se basa en servicios adaptables con un enfoque temático que harán una diferenciación con las demás empresas que ofrezcan planes ecoturísticos, ofreciendo servicios integralmente naturales aportando a una cultura vivencial.

El servicio a nuestros clientes estará enfocado a una tensión personalizada que ayude a los visitantes a obtener una satisfacción total.

Como modelo de negocio de innovación y siendo pioneros en la ciudad de Tunja y municipios aledaños, el parque infantil ecoturístico, renovará sus políticas de servicios y actividades lúdicas y recreativas de acuerdo a la evolución y posicionamiento en el mercado esto con el fin de fidelizar clientes y cada vez que visiten el parque encuentre actividades y talleres nuevos. Estas estrategias de innovación y diferenciación se basarán en encuestas de satisfacción en el uso de los servicios.

### Factores clave para el éxito



Fuente (Tomado de (123RF, s.f.))

- **Ingresos:** estos se generan cuando los clientes adquieran la propuesta que ofrece la empresa. Para esto se cuenta distintos paquetes, relacionados con las edades promedios de los visitantes, servicio de cafetería, heladería y restaurante, y también con una zona para la compra de artesanías, recuerdos y amasijos típicos de la región.
- **Recursos publicitarios:** durante el desarrollo del modelo de negocio se proponen actividades en las que se basa la estructura del parque, las cuales son necesaria para la satisfacción total de los visitantes, estas van encaminadas al crecimiento y mejora de los servicios que se prestaran como lo son la infraestructura tecnológica, física y recursos humanos, brindando el mejor servicio en el departamento. Para cumplir con los objetivos propuestos se desarrollarán actividades publicitarias encaminadas a la evolución del parque mediante procesos que ayuden a la mejora continua y de esta manera ofrecer un servicio de calidad.

- **Ubicación:** La ubicación del parque ecoturístico ofrece los espacios necesarios para el buen desarrollo del proyecto, por tal motivo el municipio de arcabuco las el lugar idóneo para el desarrollo de las actividades propuestas ya que cuentan con fuentes hídricas, geográficas, ecosistemas aptos para las instalaciones, áreas naturales con hermosos paisajes y atractivos naturales para la realización de senderos interpretativos
- **Gastos:** los gastos necesarios para la puesta en marcha del modelo de negocio serán livianos, con el fin de optimizar la rentabilidad de la empresa. Los principales rubros son el pago de personal, en mantenimiento del parque y la publicidad. Sumado por supuesto a la implementación, desarrollo y mano de obra del parque.
- **Reservas:** para que el cliente viva una experiencia inigualable y se pretende establecer un plan de reservas, de este modo se le brindara al visitante lo que el requiere y en el momento justo, llegando así a brindar un servicio de calidad, rápido y acorde a las necesidades de cada uno.
- **Plan de capacitaciones:** uno de los factores claves para la mejora continua es el plan de capacitaciones para el personal, con el fin de brindar un servicio de excelente calidad, esto permitirá que los clientes se encuentran satisfechos siempre que visiten el parque.

### Beneficios



Fuente (Tomado de (Flaticon, s.f.))

- **Social**  
Semillitas de alegría tiene como fin reducir los impactos negativos de los visitantes, creando conciencia y respeto por el medio ambiente y la cultura, brindando experiencias positivas tanto a los clientes como a los habitantes de la zona. El proyecto ecoturístico ayuda a mejorar el desarrollo socio económico de la comunidad y a su vez fomentara el cuidado por los recursos naturales.
- **Ambiental**

la ejecución de este proyecto cumple con un objetivo primordial que es la conservación de la biodiversidad del planeta, dando pautas para evitar el deterioro de los ecosistemas, y el cuidado y conservación de fauna y la flora de la región; semillitas de amor pretende brindar espacios en los que el amor y el respeto por la naturaleza sean factores de interés y satisfacción de grandes y chicos. La reforestación, el hábitat para diferentes especies y el conocimiento de los ecosistemas de la zona son el eje central de un modelo de negocio que apunta a el cuidado del medio ambiente y a ser catalogado en un futuro como un negocio verde.

➤ **Económico**

El parque ecoturístico brindará empleos directos e indirectos para la comunidad de arcabuco, ya que se pretende contar con profesionales pertenecientes al municipio, a su vez será promotor de ganancias a los productores, proveedores y prestadores de servicios de la zona.

Además de esto se estará promoviendo el turismo en toda la región y generando ganancias tanto a los socios y dueños del proyecto como a la comunidad en general.

➤ **Educativo**

Partiendo de las actividades que se realizaran en el parque, los niños, niñas y visitantes en general estarán desarrollando habilidades que fortalezcan el crecimiento intelectual, cultural y físico, todas las actividades que se desarrollaran en semillitas de alegría serán pedagógicas y divertidas, brindando a los visitantes una experiencia educativa y ecológica que impulsen la conservación por el medio ambiente.

### **Necesidades a satisfacer**

De acuerdo con la recolección de datos se determina que el proyecto de investigación cumple con el objetivo de determinar las necesidades que pueden ser cubiertas con la implementación del parque ecoturístico infantil semillitas de alegría.

Por lo anterior se determina que el modelo de negocio cumple con tres características que son esenciales y lo hacen proyecto tentador que estaría llegando a niños y niñas boyacenses, inicialmente en la zona centro del departamento.

- **Impacto medio ambiental:** la prestación de los servicios beneficiara el medio ambiente y ayudara a la concientización y conservación de los recursos naturales

- Rentabilidad: se cuenta con un mercado dispuesto y con la necesidad de participar en actividades medioambientales, pedagógicas y recreativas, por lo cual el público objetivo estaría dispuesto a pagar por los productos y servicios ofrecidos.
- Practica social, ambiental y económica: se beneficiará tanto a los niños y niñas de las instituciones educativas que participen en los talleres y actividades que ofrece el parque, como a la comunidad, ya que se crearan fuentes de empleo, aportando al desarrollo de esta.

Fuente (Elaboración propia)

## 12.1 Determinación de precios y servicios

**Tabla 38**

*Servicios ofrecidos*

Servicio	Paquete 1 3 a 12 años
<b>Descripción del servicio</b>	Son paquetes donde los niños tendrán derecho a los siguientes juegos y actividades: campamentos ecológicos solo si esta entre el rango de edad (10 a 12) piscina de arena, área de juegos, mis pájaros pintados (avistamiento de aves) caminatas incluyendo un juego del tesoro, recolección de huevos y frutos, interacción y alimentación de los animalitos, plantando vida, pintura al aire libre y manualidades.
<b>El servicio incluye</b>	Material pedagógico, guianza, carpas de camping y mapa.
<b>Valor</b>	40.000

Servicio	Paquete 2 3 a 12 años
<b>Descripción del servicio</b>	Son paquetes donde los niños tendrán derecho a los siguientes juegos y actividades: campamentos ecológicos solo si esta entre el rango de edad (10 a 12), piscina de arena, área de juegos, caminatas incluyendo un juego del tesoro, recolección de huevos y frutos, huerto familiar, interacción y alimentación de los animalitos, plantando vida, taller de educación ambiental, talleres de reciclaje y manualidades.

<b>El servicio incluye</b>	Material pedagógico, guianza, implementos de protección, carpas de camping y mapa.
<b>Valor</b>	45.000

<b>Servicio</b>	<b>Paquete 3 5 a 12</b>
<b>Descripción del servicio</b>	Son paquetes donde los niños tendrán derecho a los siguientes juegos y actividades: campamentos ecológicos solo si esta entre el rango de edad (10 a 12), piscina de arena, área de juegos, caminatas incluyendo un juego del tesoro, mis pájaros pintados, recolección de huevos y frutos, huerto familiar, interacción y alimentación de los animalitos, plantando vida, taller de educación ambiental, talleres de reciclaje y manualidades, pintura al aire libre y cocina orgánica.
<b>El servicio incluye</b>	Material pedagógico, guianza, implementos de protección, carpas de camping y mapa.
<b>Valor</b>	50.000

<b>Servicio</b>	<b>Paquete 4 5 a 12</b>
<b>Descripción del servicio</b>	Son paquetes donde los niños tendrán derecho a los siguientes juegos y actividades: campamentos ecológicos solo si esta entre el rango de edad (10 a 12), piscina de arena, área de juegos, caminatas incluyendo un juego del tesoro, mis pájaros pintados, recolección de huevos y frutos, huerto familiar, interacción y alimentación de los animalitos, plantando vida, taller de educación ambiental, talleres de reciclaje y manualidades, talleres artesanales, pintura al aire libre y cocina orgánica.
<b>El servicio incluye</b>	Material pedagógico, guianza, implementos de protección, implementos de cocina, carpas de camping y mapa.
<b>Valor</b>	55.000

Fuente (Elaboración propia)

## 12.2 Propuesta



Fuente (Elaboración propia)

El parque ecoturístico infantil semillitas de Alegría ofrecerá a sus visitantes e instituciones educativas, cultura, diversión, contacto directo con animales de granja, actividades lúdicas y recreativas, aprendizaje sobre el cuidado del medio ambiente y el amor por la naturaleza, entre otras actividades en donde se fortalezca la importancia de la preservación de los recursos naturales.

**Tabla 39**

*Clasificación de la empresa*

Nivel	Categorías
Sector	Terciario: Turismo, educación y comunicaciones
Subsector	Comercio y servicios
Actividad económica (código CIU)	7912: Actividades de operadores turísticos

Fuente (Elaboración propia a partir de los códigos CIU - DIAN)

## 12.3 Misión

Generar y proveer ambientes agradables, lúdicos, educativos y seguros para el disfrute de sus clientes, ayudando a los niños y niñas a crecer tanto física como intelectualmente, generando conciencia ambiental y ofreciendo así un acercamiento



ecológico y turístico para los infantes. Semillitas de alegría se muestra como una empresa comprometida con la educación y el amor por el medio ambiente.

El parque ecoturístico infantil Semillitas De Alegría ofrece instalaciones y servicios adecuados, innovadores y de calidad otorgando a los clientes una satisfacción completa, en donde se promueve la defensa y el amor por el medio ambiente, ya que este es el mejor contexto para que los niños aprendan, así mismo a consolidarse como una empresa exitosa y que contribuya a la economía local.

#### **12.4 Visión**

Constituirse, en un plazo entre los 5 y 10 años, como uno de los establecimientos de comercio y/o modelos de negocio mas prósperos, innovadores y productivos del departamento, contribuyendo así con la generación de empleo y generando un significativo impacto social y pedagógico en las instituciones que se hagan acreedores de nuestros servicios.

#### **12.5 Valores**

- **Liderazgo:** para crear un mejor futuro para los niños y niñas.
- **Pasión:** para trabajar con amor y entregar lo mejor a nuestros clientes.
- **Responsabilidad:** con la sociedad, la educación y con el medio ambiente.
- **Honestidad:** en todos nuestros actos
- **Diligencia:** valor con el que trabajara el capital humano de la empresa
- **Justicia:** proporcionando recursos equitativos, buscado lo mejor para todos.

#### **12.6 Descripción del modelo**

##### ***12.6.1 Negocio: Parque infantil ecoturístico semillitas de alegría***

El parque ecoturístico contara con:

- Campamentos ecológicos. (dirigido a niños entre 10 y 12 años)
- Juegos:
  - Descubriendo los senderos (juego con mapas y tesoros)
  - Piscina de arena
  - Mis pájaros pintados (búsqueda de aves y dibujo de ellas)
  - Área de juegos
- Restaurante y heladería artesanal
- Estación de bebidas y pasa bocas

- El ranchito de las artesanías: venta de recuerdos y amasijos típicos de la región
- Sistema sostenible:
  - Huerto familiar
  - Recolección de frutos
  - Recolección de huevos criollos
- Interacción y alimentación a nuestros animalitos (conejos, gallinas, pony, cabritas, mini pigs, patos, vacas, perros, gatos)
- Plantando vida (siembra de árboles)
- Talleres:
  - Pintura al aire libre
  - Cocina orgánica
  - Manualidades
  - Talleres artesanales
  - Talleres de reciclaje
  - Talleres de educación ambiental

### **Implementación del proceso administrativo**

#### **Planeación**

Mediante el proceso de planeación se establecen las bases para determinar los riesgos y poder minimizarlos con la toma de decisiones y la aplicación de estrategias que se aplicaran para la mejora continua.

- **Análisis interno:**

#### **Fortalezas:**

- Garantizar a los clientes productos y servicios de calidad en el momento de sus visitas
- El municipio de Arcabuco es un punto estratégico de ubicación y cuenta con recursos aptos para el desarrollo productivo y comercial
- Facilidades para el desarrollo el marketing digital y promoción por medio de redes sociales.
- Personal capacitado y orientado al liderazgo y la planeación estratégica

**Debilidades:**

- Infraestructura limitada
- Lograr constituir un buen grupo de colaboradores
- Desconocimiento de proveedores de insumos y materias primas
- Falta de conocimiento pedagógico.
- **Misión**

Generar y proveer ambientes agradables, lúdicos, educativos y seguros para el disfrute de sus clientes, ayudando a los niños y niñas a crecer tanto física como intelectualmente.

Semillitas de alegría se muestra como una empresa comprometida con la educación y el amor por el medio ambiente.

- **Visión**

Servir de la mejor manera a los clientes para formar relaciones duraderas y en donde el servicio y los conocimientos compartidos sean eje fundamental del fortalecimiento académico. De esta manera llegar a ser el mejor parque ecoturístico de la región.

- **Política**

Basada en la ISO 9001, herramienta enfocada en la mejora continua de esta manera buscar la satisfacción de los clientes sistematizando los procesos y así alcanzar los objetivos propuestos.

- **Objetivos**

- Desarrollo de estrategias que permitan fortalecer la imagen del parque ecoturístico semillitas de alegría a nivel regional y departamental.
- Garantizar la satisfacción de los clientes.
- Implementación de mejora en los procesos.
- Implementar y ejecutar actividades para el fortalecimiento y satisfacción del personal del parque ecoturístico.

- **Procedimientos**

- Atención de PQRSD
- Ingreso y salidas de almacén general
- Proyección de ventas
- Formulación de plan de mercadeo

- Control y seguimiento de actividades
- Plan de capacitaciones
- **Estrategias**
  - capacidad de dirigir y planificar, creando así fuentes de empleo
  - Identificación de los principales problemas y fomentar el estudio de nuevos conocimientos pedagógicos y tecnológicos
  - solicitud de financiación para la implementación completa del proyecto.
  - Desarrollo estudios que permitan calcular los tiempos de respuesta
  - cartera de proveedores regionales que ofrezcan productos innovadores e integrales.

## Organización

Los niveles organizacionales permitirán a la compañía una comunicación asertiva entre cada uno de los miembros y partes activas de la empresa para obtención de objetivos.

### ➤ Niveles organizacionales

La estructura organizacional de semillitas de alegría se diseña de forma jerárquica en la que cada uno de los miembros de la empresa sepa cuáles son sus responsabilidades y así eliminar los obstáculos que se generan alrededor de la incertidumbre, así se podrán respaldar los objetivos de la compañía.



Fuente (Elaboración propia)

➤ **Departamentalización por funciones**

Las actividades se agrupan de acuerdo a las funciones que cada uno de los miembros de la compañía desempeñara siendo el área administrativa, financiera y de producción dejando claro el reflejo lógico funcional y el principio de especialización ocupacional.

➤ **Identificación de los puestos**

Se llevará a cabo mediante un sistema documentado de gestión, orientado a la satisfacción del cliente y a la mejora continua de los procedimientos con los que cuenta la organización.

Para cada uno de los cargos se tendrán requerimientos intelectuales, experiencia profesional y laboral, habilidades y aptitudes necesarias para el desarrollo las funciones establecidas.

- Gerente General
- Sub Gerente administrativo y financiero
- Profesional en pedagogía infantil
- Sub Gerente técnico
- Técnico en mercadeo y comercialización
- Técnico en guianza turística
- Auxiliar mantenimiento y jardinería

### **Dirección**

Mediante la dirección se ayudará a los colaboradores a satisfacer sus necesidades y de esta manera desarrollar su potencial y así contribuir ir al desarrollo de los objetivos de la empresa; factores como la motivación, el liderazgo y la comunicación se logrará tener empleados satisfechos.

➤ **Toma de decisiones**

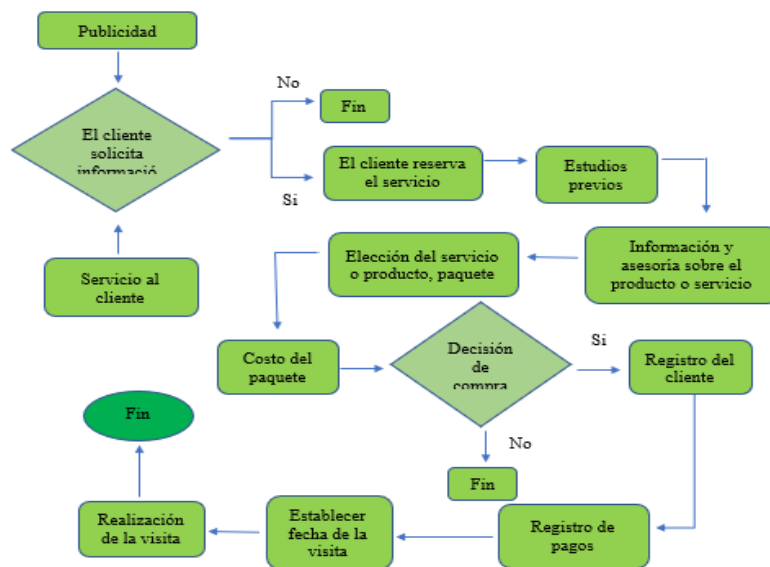
Los procesos decisorios de la organización deben pensarse y planearse partiendo de las preguntas y resolución de las mismas, determinando alternativas t aplicando las decisiones tomadas para retroalimentar y comunicar dichas decisiones.

➤ **Motivación**

Impulsar a los empleados a desarrollar sus actividades, este instrumento permitirá que los colaboradores realicen sus tareas con satisfacción, previa elaboración de estudios que permitan los esquemas motivacionales adecuados para cada departamento y trabajador dentro de la organización.

### ➤ **Comunicación**

Conformación de comités y mesas técnicas para el desarrollo y solución de problemas, generando así mayor productividad



Fuente (Elaboración propia)

## Control

La implementación de las técnicas de control en la compañía serán factores claves para el buen funcionamiento, se deben realizar comparación de los resultados de todos los aspectos que se planearon y establecer estándares para el desarrollo de cada proceso.

### ➤ **Control de calidad**

Mirada específica de los paquetes a vender y los costos del servicio y producción de los mismos. Haciendo énfasis en la calidad de los servicios que se prestarán a los clientes.

### ➤ **Aplicación de técnicas de presupuestos**

Control de los ingresos, gastos y el comportamiento de la utilidad durante el desarrollo de las actividades de la compañía.

### ➤ **Manuales de procesos**

Se tendrá el control del desarrollo de cada proceso que se realice en la empresa, ya que la estandarización y cumplimiento de estos hará que la compañía logre alcanzar los objetivos propuestos.

### 13 Conclusiones

La investigación realizada, para la creación de un plan de negocios de un parque ecoturístico infantil en el municipio de Arcabuco Boyacá, arrojó resultados favorables y dan cumplimiento a los objetivos formulados por lo cual se concluye lo siguiente:

El proceso investigativo, permite dimensionar y comprobar el cumplimiento del objetivo general formulado, permitiendo así, vislumbrar la viabilidad administrativa, financiera y organizacional del modelo de negocio “Parque ecoturístico semillitas de alegría”, constituyéndose, así como un negocio rentable, autosostenible y que contará con una amplia acogida en el mercado departamental.

A treves de la compilación, y evaluación de resultados estadísticos se puede concluir que las necesidades lúdico - pedagógicas planteadas a lo largo del proyecto, pueden ser cubiertas con la implementación del modelo de negocio, lo que a su vez permite evidenciar que son necesidades latentes y al contar con la aplicación y/o ejecución de un modelo de negocio de este tipo, se estaría dando una efectiva y eficaz solución a las mismas, generando así un significativo impacto dentro de la comunidad educativa lo que a su vez representa una adecuada ejecución del proyecto.

Por medio del estudio de mercados se concluye que, al determinar de manera clara los factores que involucran los conceptos de oferta y demanda permite evidenciar que el proyecto de negocio sería ampliamente competitivo y ofrecería, al potencial cliente una atractiva, llamativa y productiva solvencia de necesidades, constituyéndose, así como un establecimiento y/o negocio atractivo en materia ecoturística dotando así, la propuesta de negocio, de rentabilidad.



## Referencias

- 123RF. (s.f.). Obtenido de [https://es.123rf.com/imagenes-de-archivo/factores\\_claves\\_del\\_%C3%A9xito.html](https://es.123rf.com/imagenes-de-archivo/factores_claves_del_%C3%A9xito.html)
- Alzate Salaza, A. (2019). *Plan de negocios para la creación de un parque temático equino*. Obtenido de [https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1319&context=administracion\\_agronegocios](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1319&context=administracion_agronegocios)
- ARAGÓN GIOVANNETTI, A. F. (2012). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA ALDEA ECOTURISTICA*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/10569/AragonGiovannettiAndresFelipe2012.pdf?sequence=3>
- Asamblea Constituyente de 1991. (1991). *Constitucion politica de Colombia*. Bogota: Temis.
- Asamblea Constituyente de Colombia de 1991. (1991). *Constitucion Politica de Colombia*. Bogota: Temis.
- Beltrán Lizárraga, M. G., & Lacruhy Enríquez, C. C. (2022). *Áreas naturales protegidas y modelos de negocios sustentables para una economía solidaria. Caso Baja California Sur, México*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8422875>
- Bernal, E. (2022). *Boyaca cultural*. Obtenido de Geografía cultural de Boyaca : <http://www.boyacacultural.com/>
- Business School*. (23 de Abril de 2021). Obtenido de Planeta Formacion y Universidades: <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- CALDERÓN RODRÍGUEZ , M., GÓMEZ MENOLLOS, M. Y., & SILVA GRISALES, S. P. (2019). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA ECO GRANJA TURÍSTICA EN*. Obtenido de [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/12592/3/2019\\_Gomez%20y%20calderon\\_%20eco\\_granja\\_turistica.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/12592/3/2019_Gomez%20y%20calderon_%20eco_granja_turistica.pdf)
- Camara de comercio* . (s.f.). Obtenido de <https://cctunja.org.co/centro-de-asesorias-virtuales/>

- Cárdenas Rivera, L. A. (2020). *Ecoturismo, oportunidad sostenible de desarrollo económico en el municipio de Sotaquirá* –. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/28470/2020luisC3%A1rdenas.pdf?sequence=1>
- Casadesus-Masanell, R. (s.f.). *Dinámica competitiva y modelos de negocio*. Obtenido de <https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/505/631>
- Colombia turismo web*. (s.f.). Obtenido de Arcabuco : <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/BOYACA/MUNICIPIOS/ARCABUCO/ARCABUCO.htm>
- Colombia, E. c. (10 de Julio de 2012). *Funcion publica*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48321#:~:text=Cr%C3%A9ase%20la%20Medalla%20al%20m%C3%A9rito,normas%20que%20para%20ello%20establezca>
- CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA*. (1991). BOGOTA: TEMIS.
- CORREA AGUDELO, D. F. (2016). *MODELO DE NEGOCIO ECOTURÍSTICO MANGO SOUL HOSTEL*. Obtenido de [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11529/DavidFernando\\_CorreaAgudelo\\_2016.pdf;jsessionid=BDA46725C2D5787613396DB7C9BD572B?sequence=2](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11529/DavidFernando_CorreaAgudelo_2016.pdf;jsessionid=BDA46725C2D5787613396DB7C9BD572B?sequence=2)
- Cortes, A. (21 de Febrero de 2017). *Metodología de Generación de Modelos Negocio TALENT*. Obtenido de [https://www.linkedin.com/pulse/metodolog%C3%ADa-talent-parte-1-%C3%A1lvaro-cort%C3%A9s?trk=public\\_profile\\_article\\_view](https://www.linkedin.com/pulse/metodolog%C3%ADa-talent-parte-1-%C3%A1lvaro-cort%C3%A9s?trk=public_profile_article_view)
- DANE. (2018). *Estadisticass de Boyaca del 2016-2023*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/>
- Díaz, C. (MAYO de 2013). *MODELOS DE NEGOCIO Y MEDIOS ONLINE. APROXIMACIÓN TEÓRICA*. Obtenido de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/V82/39\\_Diaz\\_V82.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/V82/39_Diaz_V82.pdf)
- El congreso de Colombia. (10 de julio de 2012). *Funcion publica*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48321#:~:text=Cr%C3%A9ase%20la%20Medalla%20al%20m%C3%A9rito,normas%20que%20para%20ello%20establezca>

- El ministro de ambiente y desarrollo sostenible , L. (29 de Mayo de 2013). *Parques nacionales* . Obtenido de Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible :  
<https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2021/11/2-resolucion-0531-del-2013.pdf>
- El ministro de ambiente y desarrollo sostenible, L. (s.f.). Obtenido de  
<https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2021/11/2-resolucion-0531-del-2013.pdf>
- Flaticon. (s.f.). Obtenido de [https://www.flaticon.es/icono-gratis/beneficios\\_3696584](https://www.flaticon.es/icono-gratis/beneficios_3696584)
- Gabinete Departamental 2016-2019. (2017). *BOYACA BIO*. Boyaca .
- Gobernacion de Boyaca . (2020). *Diagnostico de primera infancia, infancia, adolescencia, juventud y fortalecimiento familiar 2020*. Boyaca.
- Gobernacion de Boyaca . (2020). *Diagnostico de primera infancia, infancia, adolescencia, juventud y fortalecimiento familiar 2020*. Boyaca .
- Gobernacion de Boyaca. (2012). *Caracterizacion del departamento de Boyaca*. Obtenido de <http://www.boyaca.gov.co>
- Gobernacion de Boyaca. (2020). *Diagnostico de primera infancia, infancia, adolecencia, juventud y fortalecimiento familiar 2020*. Boyaca.
- Gobernacion de Boyaca. (2020). *Diagnostico de primera infancia, infancia, adolecencia, juventud y fortalecimiento familiar 2020*. Boyaca .
- GONDAVA. (s.f.). Obtenido de GONDAVA EL GRAN VALLE DE LOS DINOSAURIOS: <http://granvalle.com/>
- GUATIKA BIOPARQUE ZOO DE BOYACA . (s.f.). Obtenido de GUATIKA:  
<https://guatika.com.co/>
- Honoralia. (22 de Marzo de 2022). *¿Por que es importante segmentar el mercado?*  
 Obtenido de <https://honoralia.com/por-que-es-importante-segmentar-el-mercado-tipos-de-segmentacion/>
- Inperri. (s.f.). *Sostenibilidad ambiental*. Obtenido de  
<https://inperri.webs.upv.es/index.php/sostenibilidad-ambiental/>
- Inycom. (s.f.). *Gestion de canales de venta y distribucion*. Obtenido de  
<https://www.inycom.es/gestion-canales-venta-distribucion>

- Licklider . (s.f.). *La alianza de internet* . Obtenido de Alianza estrategica:  
<https://licklider.mx/alianza/>
- Maguito. (10 de Junio de 2021). *Piramide de Maslow para niños y niñas*. Obtenido de Blog mi libro magico : <https://milibromagico.com.mx/2021/06/10/piramide-de-maslow-para-ninos-y-ninas/>
- Martinez Rodas, R. (Mayo de 2018). *MODELO DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE ECOTURISMO EN GUATEMALA*. Obtenido de <https://biblioteca-farmacia.usac.edu.gt/tesis/MAIES239.pdf>
- Martínez Rodríguez , E. ( Septiembre de 2014). *El Modelo de Negocio como base del éxito*. Obtenido de [http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537\\_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMP%20UNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1](http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMP%20UNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1)
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (2020). Fondo de promocion turistica Colombia. *Guia turistica Boyaca Colombia*, 76.
- Nicuesa, M. (4 de Marzo de 2019). *Teoria de las necesidades de Maslow*. Obtenido de Psicología - Online: <https://www.psicologia-online.com/teoria-de-las-necesidades-de-maslow-4410.html>
- OMT. (1990). *Ecoturismo* . Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegid>
- Ortiz Martínez, Y. O., & Pulido Pulido, D. L. (23 de 05 de 2022). *Diseño del modelo de negocios para potenciar la gestión de empresa de turismo” Aventu-verde SAS en el municipio de Otanche*. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/49062>
- Osterwalder, A., Clark, T., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Nueva York, Estados Unidos: John Wiley & Sons Inc.
- Osterwalder, A., Clark, T., & Pigneur, Y. (2010). *Generacion de modelos de negocio*. Deusto.
- Palacios Preciado, M. (mayo de 2011). *Modelos de negocio*:. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3776508>

- PARQUE CONSCIENCIA UNIVERSALIS*. (s.f.). Obtenido de <https://www.sniffhotels.com/co/que-hacer/boyaca/villa-de-leyva/parque-conscientia-universalis>
- PARQUE ECOLOGICO LA PERIQUERA*. (s.f.). Obtenido de CASCADAS LA PERIQUERA : <https://laperiquera.com/laperiquera/>
- Pérez Rodríguez, L. P., & Páez Acosta, M. P. (Agosto de 2019). *Plan de negocio para un operador de turismo de naturaleza en el Anillo Turístico de los*. Obtenido de <https://repositorio.ecci.edu.co/bitstream/handle/001/997/Plan%20de%20negocio%20para%20un%20operador%20de%20turismo%20de%20naturaleza%20en%20el%20Anillo%20Tur%20C3%ADstico%20de%20los%20Dinosaurios%20del%20departamento%20de%20B~1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- py. (s.f.). *¿Que hace unico a su e-commerce? Establezca una ventaja competitiva* . Obtenido de <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/crecimiento-empresarial/ventaja-competitiva-comercio-electronico>
- Question Pro*. (2022). Obtenido de Investigacion Mixto: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/>
- Question Pro*. (2022). Obtenido de Investigacion Mixta: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/>
- Question Pro*. (2022). Obtenido de Investigacion Mixta: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/>
- Revert, G., & A. M. (28 de julio de 2017). *PROPUESTA DE METODOLOGIA PARA LA IDENTIFICACION Y EL ANALISIS DE MODELOS DE NEGOCIO TRIPLEMENTE SOSTENIBLES EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO*. Obtenido de <https://riunet.upv.es/handle/10251/88395>
- Roa Rache, J. A. (27 de 04 de 2022). *Plan de negocios para la creación de una empresa operadora turística “APORA BOYACÁ”*. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/44308>
- Sabino, C. (1980). *El proceso de investigacion*. Caracas: Panapo.
- Salamanca Salazar, B. B. (Abril de 2017). *MODELO DE NEGOCIOS PARA UN EMPRENDIMIENTO DE SERVICIOS*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/128483856.pdf>

Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag, J. M. (2014). *Preparacion y evaluacion de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.

u. (s.f.).

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO. (s.f.). *FUNDAMENTACIÓN DE LAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN* .

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO. (s.f.). *FUNDAMENTACIÓN DE LAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN* .

Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios*. Lima - Peru .

*X Posible por Colsubsidio* . (15 de Octubre de 2020). Obtenido de Sostenibilidad y desarrollo a través del ecoturismo:

<https://www.xposible.com/tendencias/sostenibilidad-y-desarrollo-a-traves-del-ecoturismo/>

## 14 Anexos

### 14.1 Modelo de la encuesta

La siguiente encuesta se realiza con el fin de recaudar información detallada, que permita conocer los gustos del público objetivo para la implementación de un modelo de negocio basado en la creación de un parque infantil ecoturístico en el municipio de Arcabuco, Boyacá.

Solicitamos su participación, desarrollando cada pregunta de manera objetiva y veraz; la información es de carácter confidencial y los resultados serán utilizados estrictamente para el desarrollo de la investigación.

**Tabla 40**

*Modelo de encuesta*

ENCUESTA PARA UN MODELO DE NEGOCIO DE UN PARQUE INFANTIL ECOTURISTICO EN EL MUNICIPIO DE ARCABUCO, BOYACA.	
1	¿La institución educativa es de carácter?
	Publica
	Privada
2	¿Municipio en el que se encuentra ubicada?
	_____
3	¿La institución planea viajes o salidas educativas con los estudiantes durante el año escolar?
	Si
	No
4	Al momento de planear una salida educativa que es lo primero que toma en cuenta para la elección del lugar
	Seguridad
	Ambientes agradables
	Infraestructura
	Precio
	Todas las anteriores
5	¿Conoce las alternativas en cuanto a ecoturismo que se ofrecen en el departamento?
	Si
	No
6	¿Como institución educativa le interesa el ecoturismo para los alumnos?
	SI
	No

	Tal vez
7	¿Contraria la institución los servicios de una empresa que brinde varias alternativas pedagógicas con ambientes sanos y saludables para el desarrollo físico y psicológico de los estudiantes?
	SI
	No
	Tal vez
8	¿Está de acuerdo que la edad promedio de los escolares que pueden participar en estos viajes sea de 3 a 12 años?
	Si
	No
9	¿Reciben regularmente información sobre servicios ecoturísticos?
	Si
	No
10	¿Le gustaría conocer nuestros paquetes ecoturísticos y promociones?
	si
	No
11	Si la pregunta anterior es afirmativa ¿cuánto estaría dispuesto a invertir en un paquete por estudiante?
	\$ 25.000
	\$ 30.000
	\$ 35.000
	\$ 40.000
12	¿Qué servicios le gustaría que proporcione un parque ecoturístico?
	Restaurante
	Movilidad
	Talleres de manualidades y cocina orgánica
	Contacto con animales de granja
	Caminatas
	Todas las anteriores