

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador

Departamento de Economía, Ambiente y Territorio

Convocatoria 2022-2024

Tesis para obtener el título de Maestría en Economía y Gestión Estratégica de Micro,  
Pequeñas y Medianas Empresas

ECOPARQUE FAMILIAR: UN DESTINO DE EDUCACIÓN Y DIVERSIÓN  
SOSTENIBLE

Burgos Ordoñez Alexia Noheli

Asesor: Jácome Estrella Hugo De Jesús

Lectores: Garzon Alvear Katia Paulina, Mejía Caguasango Klebér

Quito, mayo de 2025

## Índice de contenido

<b>Resumen</b> .....	<b>7</b>
<b>Agradecimientos</b> .....	<b>8</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>9</b>
<b>Capítulo 1. Análisis del entorno</b> .....	<b>11</b>
1.1. Infraestructura económica .....	11
1.1.1. Mercado de capital .....	12
1.1.2. Productos básicos y otros recursos .....	13
1.2. Segmentos de mercado .....	14
1.2.1. Necesidades y demandas.....	15
1.2.2. Cuestiones de mercado .....	16
1.2.3. Costos de cambio .....	16
1.2.4. Capacidad generadora de ingreso .....	17
1.3. Proveedores y otros actores de la cadena de valor .....	18
1.3.1. Inversores .....	19
1.3.2. Competidores (incumbentes) .....	19
1.3.3. Nuevos jugadores.....	20
1.3.4. Productos y servicios sustitutos .....	21
1.4. Tendencias legales y normativas .....	22
1.4.1. Tendencias sociales y culturales .....	23
1.4.2. Tendencias tecnológicas .....	23
1.4.3. Tendencias socioeconómicas .....	24
<b>Capítulo 2. Evaluación FODA</b> .....	<b>26</b>
2.1. Evaluación de fortalezas y debilidades.....	26
2.2. Evaluación de oportunidades y amenazas .....	28
<b>Capítulo 3. Propuesta de modelo de negocio</b> .....	<b>30</b>

3.1. Propuesta de valor .....	31
3.2. Canales.....	37
3.3. Relación con los clientes .....	39
3.4. Fuentes de ingresos.....	40
3.5. Actividades clave.....	41
3.5.1. Fuente de ventaja competitiva .....	42
3.6. Recursos clave .....	42
3.7. Socios clave .....	43
3.8. Estructura de costos .....	45
3.8. Lienzo CANVAS.....	48
3.9. Análisis económico y financiero .....	49
3.9.1. Fuerza de trabajo.....	50
3.9.2 Estados financieros .....	54
3.9.3. Estado de resultados integral .....	55
3.9.4. Estado de cambios en el capital contable.....	57
3.9.5. Estado de flujos de efectivo .....	57
3.10. Indicadores financieros.....	59
3.11. Relación precio y población .....	61
3.12. Flujo de caja proyectado.....	63
3.13. Análisis .....	65
<b>Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>67</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>69</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>74</b>
Anexo 1. Talleres interactivos .....	74
Anexo 2. Talleres interactivos .....	75

Anexo 3. Metodología utilizada para el análisis de costos de mantenimiento de instalaciones.....	77
Anexo 4. Metodología utilizada para la evaluación de costos de contratación y formación de personal.....	78
Anexo 5. Metodología utilizada para la investigación de tecnologías sostenibles.....	79

## **Lista de ilustraciones**

### **Tablas**

Tabla 3.1. Modelo Canvas.....	48
Tabla 3.2. Desglose de los costos del proyecto.....	49
Tabla 3.3. Composición del equipo y salario de los miembros.....	52
Tabla 3.4. Balance general del negocio.....	54
Tabla 3.5. Estado de resultados integral del negocio .....	55
Tabla 3.6. Estado de cambios en el capital contable .....	57
Tabla 3.7. Flujos de efectivo del negocio.....	57
Tabla 3.8. Flujo de caja proyectado a cuatro años para el negocio .....	63

### **Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis**

Esta tesis se registra en el repositorio institucional en cumplimiento del artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior que regula la entrega de los trabajos de titulación en formato digital para integrarse al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador, y del artículo 166 del Reglamento General Interno de Docencia de la Sede, que reserva para FLACSO Ecuador el derecho exclusivo de publicación sobre los trabajos de titulación durante un lapso de dos (2) años posteriores a su aprobación.

Quito, mayo de 2025

## **Resumen**

Esta tesina presenta una propuesta para la implementación de un Eco Parque Familiar, diseñado como un espacio recreativo, educativo y ambientalmente sostenible. La iniciativa surge ante la necesidad de generar áreas verdes accesibles, seguras y multifuncionales que promuevan la convivencia familiar y fomenten la educación ambiental en contextos urbanos y periurbanos.

El diagnóstico territorial realizado permitió identificar la ausencia de espacios públicos que integren el esparcimiento con prácticas sostenibles. En respuesta, se plantea un diseño que incluye senderos ecológicos, zonas de juegos construidas con materiales reciclados, huertos comunitarios, áreas de descanso y espacios para la realización de talleres ambientales. Esta propuesta se formula bajo un enfoque participativo, inclusivo y centrado en el fortalecimiento del vínculo entre comunidad y medio ambiente.

La investigación incorpora un análisis técnico, económico y ambiental, que contempla la estimación de costos de inversión, mantenimiento, fuentes potenciales de financiamiento y mecanismos de sostenibilidad a largo plazo. Asimismo, se evalúan los impactos sociales y ecológicos del proyecto, concluyendo que su ejecución es viable si se cuenta con una adecuada planificación y el compromiso de actores públicos y privados.

En definitiva, el Eco Parque Familiar representa una alternativa replicable de desarrollo sostenible, con potencial para mejorar la calidad de vida de la población, reforzar la identidad comunitaria y fomentar una ciudadanía ambientalmente consciente.

## **Agradecimientos**

A mi familia, por ser el pilar fundamental en cada etapa de este camino. Su amor, paciencia y apoyo constante me dieron la fuerza necesaria para alcanzar esta meta. Este logro también es suyo.

## **Introducción**

La ciudad de Santo Domingo, Ecuador, ofrece una oportunidad única, caracterizada por la diversidad cultural y geográfica, donde los paisajes montañosos se integran con la calidez de su gente. A pesar del crecimiento sostenido de la población, uno de los principales problemas que enfrenta la ciudad es la falta de opciones de entretenimiento y actividades de ocio para todas las edades. Esta carencia no solo afecta la calidad de vida de los residentes, sino que también abre una oportunidad para desarrollar espacios que combinen diversión, aprendizaje y contacto con la naturaleza, con un enfoque en la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente.

El proyecto “Eco-Parque Familiar” está ubicado estratégicamente en la ciudad de Santo Domingo, con su acceso principal a través de la Calle Esmeraldas, una arteria vial clave en la región. El objetivo principal de este parque es brindar una experiencia integral que fusione el entretenimiento con la educación ambiental y la conexión directa con la naturaleza. El proyecto ha sido cuidadosamente diseñado para adaptarse a las características culturales, climáticas y geográficas de la población local, haciendo uso de los recursos que la región ofrece de manera sostenible.

Reconociendo la importancia de satisfacer las necesidades de entretenimiento y aprendizaje, el “Eco-Parque Familiar” se enfoca en actividades destinadas a niños de entre 6 y 12 años, sus familias y la comunidad en general. Sin embargo, más que un parque recreativo, el proyecto tiene la ambición de convertirse en un espacio educativo que promueva la conciencia ambiental y fomente la sostenibilidad como un valor central. Este enfoque busca no solo satisfacer una demanda inmediata, sino también generar un impacto a largo plazo en la comunidad, contribuyendo al desarrollo de una generación más consciente y responsable con el entorno natural.

El “Eco-Parque Familiar” aspira a consolidarse como un destino popular tanto para los residentes de Santo Domingo como para los turistas que transitan por la Avenida Esmeraldas, una ruta frecuentada por su accesibilidad. Se prevé que el parque generará ingresos a través de la venta de boletos, servicios adicionales, y alimentos saludables, lo que contribuirá significativamente a su sostenibilidad financiera. Asimismo, el proyecto busca fomentar el desarrollo económico y social de la región mediante la creación de empleo local y el fortalecimiento de la estructura comunitaria, apoyando así la economía circular y potenciando las alianzas con proveedores locales.

Este proyecto no solo pretende cubrir las necesidades inmediatas de recreación y entretenimiento, sino que también se proyecta como un motor de cambio hacia un futuro más sostenible y consciente para la ciudad de Santo Domingo. Al hacer un uso eficiente de los recursos naturales y culturales disponibles, el “Eco-Parque Familiar” contribuirá de manera positiva al tejido social y económico de la región, sentando un precedente en el desarrollo de infraestructuras recreativas con enfoque ambiental.

## **Capítulo 1. Análisis del entorno**

Las condiciones del mercado global juegan un papel crucial en la configuración del entorno económico de las organizaciones. La globalización ha interconectado los mercados de manera tal que eventos económicos en una región pueden tener repercusiones significativas en otras partes del mundo. Según Mankiw (2014), la interdependencia global obliga a las empresas a monitorear constantemente los factores externos que afectan tanto su rentabilidad como su viabilidad. Para el Eco-Parque Familiar, esta interconexión significa que factores como el turismo global, la inflación o las recesiones económicas globales influirán en la demanda de sus servicios recreativos.

Un aspecto fundamental para considerar es la influencia de las recesiones económicas globales en el gasto discrecional de los hogares. Según Smith et al. (2020), durante recesiones, las familias tienden a reducir el gasto en entretenimiento, priorizando necesidades básicas. Esto podría reducir la demanda de servicios como los del Eco-Parque Familiar. Para cuantificar este riesgo, se puede hacer una correlación entre recesiones globales y la caída del gasto recreativo en Ecuador en períodos similares. En la recesión de 2008, por ejemplo, el gasto recreativo disminuyó en un 15%, según datos del Banco Mundial (2011).

Además, el análisis cuantitativo del impacto global muestra que el turismo sostenible ha crecido en un 20% anual desde 2015, según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018), lo que representa una oportunidad clave para el Eco-Parque Familiar al atraer a visitantes interesados en destinos ambientalmente responsables. El parque puede alinearse con estas tendencias globales, promoviendo el turismo sostenible para compensar los efectos de posibles recesiones.

Por último, la estabilidad económica mundial influye en las tasas de cambio, lo que puede afectar tanto a los turistas extranjeros que visitan Ecuador como a los costos operativos del parque. La fluctuación de las divisas impacta el precio de los insumos importados necesarios para las actividades recreativas y educativas del parque. Por lo tanto, el Eco-Parque Familiar debe seguir de cerca las proyecciones de crecimiento económico mundial, las cuales indican una desaceleración del 2.6% en 2023, según el Fondo Monetario Internacional (2023).

### **1.1. Infraestructura económica**

Una infraestructura económica sólida es clave para el desarrollo y sostenibilidad de cualquier proyecto, especialmente para aquellos que dependen de la afluencia de visitantes, como el Eco-Parque Familiar. Según Aschauer (1989), la inversión en infraestructura ya sea en

transporte, comunicaciones o servicios públicos, tiene un impacto directo en la productividad y crecimiento económico de las regiones. En el caso de Santo Domingo, el desarrollo de la infraestructura es un factor determinante en la viabilidad del proyecto, ya que una mejora en las carreteras y redes de transporte público facilitaría el acceso al parque.

La calidad de la infraestructura de transporte en Ecuador es dispar, con grandes inversiones en ciudades principales como Quito y Guayaquil, pero limitada en zonas más rurales. De acuerdo con el Banco Mundial (2020), la inversión en infraestructura de transporte en Ecuador ha crecido un 10% en los últimos cinco años, pero gran parte de esta inversión se ha destinado a zonas urbanas. Esto implica que Santo Domingo podría no estar recibiendo suficientes mejoras en infraestructura vial que permitan un acceso fácil y continuo al Eco-Parque Familiar. Por lo tanto, se necesita un análisis detallado de los planes de desarrollo vial en la región para determinar si el proyecto puede beneficiarse de futuras inversiones.

Por otro lado, las mejoras en infraestructura no solo facilitarían el acceso al parque, sino que también aumentarían el atractivo turístico de la región. Según Gómez et al. (2019), el incremento en la infraestructura de transporte puede aumentar hasta un 30% el flujo turístico en áreas con atracciones naturales, como parques ecológicos. Esto sugiere que una mejora en las carreteras y la implementación de servicios de transporte público hacia el Eco-Parque Familiar podría generar un aumento en el número de visitantes, lo que incrementaría los ingresos anuales del parque.

Adicionalmente, una infraestructura sólida también permite la implementación de tecnologías sostenibles en la operación del parque. De acuerdo con el informe del Banco Interamericano de Desarrollo (2021), la inversión en infraestructuras verdes como paneles solares y sistemas de reciclaje puede generar una reducción del 20% en los costos operativos de largo plazo. Esto no solo garantizaría un funcionamiento eficiente, sino que también reforzaría la imagen del parque como un proyecto sostenible y ecológico.

### **1.1.1. Mercado de capital**

El acceso al mercado de capital es esencial para financiar proyectos de gran envergadura como el Eco-Parque Familiar. El mercado de capital permite a las empresas obtener los recursos financieros necesarios para la expansión, el desarrollo de nuevas atracciones y la implementación de programas educativos avanzados. Según Levine (1997), un mercado de capital eficiente facilita la inversión en infraestructura y el crecimiento económico al ofrecer diferentes mecanismos de financiamiento.

En Ecuador, las opciones de financiamiento para proyectos turísticos han aumentado en los últimos años. Según datos del Banco Central del Ecuador (2021), existen varias alternativas de financiamiento, que incluyen préstamos bancarios, la emisión de bonos sostenibles y el acceso a inversiones extranjeras directas. El Eco-Parque Familiar podría beneficiarse de estas fuentes para financiar su expansión y mejorar sus servicios. Además, la reciente creación de programas de apoyo al turismo sostenible por parte del gobierno ecuatoriano ofrece tasas de interés preferenciales para proyectos que promuevan prácticas ecológicas.

Adicionalmente, la posibilidad de financiar parte del proyecto mediante la emisión de bonos verdes es una opción viable. Según el informe del Mercado de Valores de Ecuador (2020), la emisión de estos bonos ha crecido un 15% anual, lo que indica que hay interés en proyectos que contribuyan a la sostenibilidad. Este tipo de financiamiento podría permitir al Eco-Parque Familiar acceder a capitales internacionales a una tasa preferencial, lo que reduciría los costos de financiamiento y aumentaría la rentabilidad del proyecto.

Sin embargo, se debe tomar en cuenta la fluctuación de las tasas de interés. En Ecuador, las tasas han oscilado entre el 8% y el 11.5% en los últimos cinco años, lo que implica que el proyecto debe ser evaluado con base en diferentes escenarios de costo de capital. Para un proyecto como el Eco-Parque Familiar, que depende de inversiones iniciales significativas, una variación en la tasa de interés podría aumentar los costos financieros en un 5% anual, afectando el flujo de caja proyectado.

### **1.1.2. Productos básicos y otros recursos**

La disponibilidad de productos básicos y otros recursos es un factor crítico que puede afectar la operatividad del Eco-Parque Familiar. La oferta de alimentos sostenibles y otros insumos necesarios para las actividades del parque, como energía y agua, debe estar asegurada para garantizar la viabilidad del proyecto. Según Baffes (2007), las fluctuaciones en los precios de los productos básicos, como alimentos y combustibles, pueden tener un impacto significativo en los costos operativos de las empresas.

En el caso del Eco-Parque Familiar, los alimentos saludables son una parte fundamental de su propuesta de valor. Según el informe de la FAO (2020), los precios de alimentos sostenibles pueden variar entre un 10% y un 20% más que los alimentos convencionales debido a las prácticas de producción responsables. Este costo adicional debe ser considerado al planificar la estructura de precios del parque. Sin embargo, el establecimiento de relaciones con

proveedores locales podría mitigar parte de estos costos y promover el desarrollo de la economía local, alineándose con los objetivos sostenibles del parque.

Asimismo, los costos de energía son otro aspecto clave. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC 2021), los costos de energía en Ecuador han mostrado una tendencia al alza debido a la dependencia del petróleo y la falta de diversificación de las fuentes de energía. Esto sugiere que el Eco-Parque Familiar debe priorizar la implementación de energías renovables, como paneles solares o sistemas de aprovechamiento de agua, que pueden reducir el consumo energético en un 30%, de acuerdo con estudios realizados por Rodríguez y Mora (2018).

Finalmente, la gestión eficiente del uso de agua será fundamental. Según el INEC (2021), el costo del agua en zonas rurales ha aumentado en un 5% anual debido a la escasez en ciertas regiones. El Eco-Parque Familiar debe implementar medidas para el uso eficiente de este recurso, como la recolección de agua de lluvia y sistemas de riego eficientes, lo que podría reducir sus costos operativos y contribuir a la sostenibilidad del proyecto.

## **1.2. Segmentos de mercado**

El análisis de los segmentos de mercado es esencial para identificar grupos específicos de consumidores con características y necesidades comunes. Según Kotler et al. (2017), comprender los segmentos permite a las empresas adaptar estrategias de marketing y desarrollar ofertas que resuenen con audiencias específicas. Para el Eco-Parque Familiar, centrarse en los centros educativos con niños de 6 a 12 años es clave, ya que este grupo objetivo ofrece un público consistente y con necesidades educativas particulares.

Además de centrarse en los centros educativos, el análisis demográfico debe considerar factores como la composición socioeconómica, las preferencias culturales y la accesibilidad de las familias. Según Pérez y Gómez (2020), un análisis demográfico detallado permite personalizar la oferta para cada grupo. Al enfocarse en las características de las familias locales, el Eco-Parque Familiar puede desarrollar programas adaptados, como descuentos para grupos escolares o actividades educativas temáticas, lo que aumenta la afinidad y retención de clientes.

Identificar otros segmentos, como turistas nacionales e internacionales, es igualmente importante. De acuerdo con un informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT 2018), segmentar el mercado turístico permite personalizar las ofertas, mejorando la experiencia y aumentando la competitividad. En este contexto, diseñar paquetes para turistas

podría generar ingresos adicionales durante temporadas altas. Según Fernández et al. (2017), la personalización mejora la fidelización, lo que refuerza la capacidad del parque para atraer visitantes repetitivos.

La combinación de un enfoque segmentado y la personalización efectiva permiten al Eco-Parque Familiar adaptarse tanto a la demanda local como a la turística. La capacidad de analizar y actuar sobre la segmentación demográfica y psicográfica no solo optimiza la atracción de visitantes, sino que también fortalece la rentabilidad y competitividad en el largo plazo.

### **1.2.1. Necesidades y demandas**

Comprender las necesidades y demandas del mercado es esencial para desarrollar ofertas que respondan a las expectativas del público objetivo. Según Solomon et al. (2019), las necesidades de los consumidores impulsan su comportamiento de compra, y las empresas deben adaptarse continuamente para satisfacerlas. En el caso del Eco-Parque Familiar, las necesidades de entretenimiento educativo y recreativo son primordiales.

Una investigación exhaustiva de las tendencias emergentes en educación y entretenimiento será clave para planificar actividades atractivas y sostenibles. Estudios como los de Rodríguez et al. (2021) sugieren que estar al tanto de las nuevas expectativas en la educación infantil es fundamental para adaptar la oferta del parque. Además, las investigaciones de García y López (2019) indican que la innovación en el diseño de experiencias mejora la satisfacción del cliente y fomenta su lealtad. Esto se traduce en la necesidad de renovar constantemente las atracciones y actividades del parque para mantenerse atractivo para los centros educativos.

La realización periódica de encuestas de satisfacción permitirá al Eco-Parque Familiar evaluar y ajustar sus servicios. De acuerdo con Martínez y Sánchez (2020), la retroalimentación de los visitantes es crucial para identificar áreas de mejora. Los resultados de estas encuestas podrían guiar la creación de nuevas atracciones, programas educativos más dinámicos o mejoras en la infraestructura del parque. Este proceso es necesario para garantizar que el parque continúe satisfaciendo las necesidades cambiantes de sus visitantes.

Por último, el seguimiento de las demandas emergentes permitirá anticipar cambios en las expectativas de los consumidores, lo que podría ser clave para la creación de nuevas experiencias y atracciones. González et al. (2018) sugieren que la capacidad de escuchar y adaptarse a las expectativas del cliente mejora significativamente la posición competitiva de las empresas en el sector del entretenimiento.

### **1.2.2. Cuestiones de mercado**

Las cuestiones de mercado, como la competencia y la regulación, influyen significativamente en las dinámicas del sector. Según Hitt, Ireland y Hoskisson (2015), la capacidad de una organización para gestionar adecuadamente estas cuestiones define su éxito a largo plazo. En el caso del Eco-Parque Familiar, la diferenciación estratégica es clave para destacar entre otros destinos de entretenimiento en la región.

La estrategia de diferenciación del parque se centrará en ofrecer experiencias únicas, alineadas con los valores de sostenibilidad y educación ambiental. Según Smith y Johnson (2019), las empresas que integran elementos culturales locales en su oferta logran una conexión emocional más profunda con sus visitantes, lo que favorece su lealtad. Esto puede implicar la incorporación de características locales, como actividades basadas en la cultura Tsáchila o en la flora y fauna de la región, lo que aumentaría el atractivo del parque.

El análisis de la competencia es una herramienta esencial para identificar oportunidades y amenazas. Según López y Martínez (2018), el monitoreo constante de los competidores permite a las empresas ajustar sus estrategias en tiempo real. El Eco-Parque Familiar debe evaluar la oferta de otros parques y destinos turísticos de la región, destacando sus ventajas competitivas, como el enfoque en la educación ambiental y la sostenibilidad. Estas diferenciaciones ayudan a mitigar el impacto de la competencia directa.

Finalmente, investigaciones de González y Sánchez (2021) subrayan la importancia de una estrategia de diferenciación clara en mercados saturados. Al enfocarse en los elementos que distinguen al parque, como su enfoque educativo y sostenible, el Eco-Parque Familiar puede establecerse como un destino preferido para los centros educativos y las familias, superando la oferta de parques tradicionales.

### **1.2.3. Costos de cambio**

Los costos de cambio, definidos como las barreras que enfrentan los consumidores al cambiar de proveedor, son determinantes para la retención de clientes. Anderson y Narus (1990) afirman que una empresa debe diseñar estrategias para reducir estos costos, aumentando así la lealtad del cliente. En el caso del Eco-Parque Familiar, los costos de cambio incluyen tanto el tiempo como el esfuerzo necesario para visitar otros parques de entretenimiento en la región.

Para mitigar los costos de cambio, el parque implementará estrategias de fidelización, como programas de membresía. Según González et al. (2020), los programas de membresía son efectivos para mantener la lealtad del cliente, ofreciendo beneficios adicionales que hacen que

cambiar de proveedor sea menos atractivo. Este tipo de iniciativas refuerza el compromiso de los centros educativos y las familias con el Eco-Parque Familiar, al ofrecer descuentos o accesos exclusivos a nuevas actividades.

Además, la percepción del valor juega un papel crucial en la decisión de los consumidores. Según Martínez y García (2019), las decisiones de compra no solo se basan en el precio, sino también en la percepción de los beneficios recibidos. El Eco-Parque Familiar puede superar los costos de cambio ofreciendo experiencias educativas y recreativas únicas que otros parques no pueden igualar, lo que justificará su diferenciación en el mercado.

Por último, estudios de Sánchez y López (2018) sugieren que una propuesta de valor bien definida, que destaque los beneficios educativos y ambientales, puede mitigar los costos de cambio y fomentar la lealtad del cliente. Esto es especialmente relevante en el caso de los centros educativos, que valoran no solo el entretenimiento, sino también la formación ambiental y las oportunidades de aprendizaje que el parque ofrece.

#### **1.2.4. Capacidad generadora de ingreso**

La capacidad generadora de ingresos de una organización depende de varios factores, como la eficiencia operativa y la estrategia de precios. Según Osterwalder y Pigneur (2010), las empresas deben identificar y maximizar sus fuentes de ingresos para garantizar su sostenibilidad financiera. En el caso del Eco-Parque Familiar, las fuentes de ingresos incluyen la venta de entradas, la oferta de servicios complementarios y los programas educativos.

La investigación socioeconómica permitirá identificar oportunidades para ajustar la estructura de precios y mejorar la accesibilidad económica del parque. Según Smith y Johnson (2019), ajustar los precios de acuerdo con las características socioeconómicas de los clientes puede aumentar la participación y mejorar la rentabilidad. Por ejemplo, ofrecer precios reducidos o paquetes promocionales para centros educativos podría atraer un mayor volumen de visitantes durante las temporadas bajas, aumentando así los ingresos del parque.

Además, la diversificación de las fuentes de ingresos es esencial para garantizar la estabilidad financiera. Según Fernández et al. (2021), la creación de nuevas líneas de negocio, como la organización de eventos especiales, talleres educativos y colaboraciones con patrocinadores locales, puede aumentar la capacidad generadora de ingresos. Esto aseguraría que el Eco-Parque Familiar no dependa únicamente de la venta de entradas, sino que también pueda generar ingresos adicionales a través de otros servicios.

Finalmente, estudios de López y Martínez (2018) subrayan la importancia de una gestión eficiente de costos. Optimizar la estructura de costos, desde la operación diaria hasta las inversiones en infraestructura, puede mejorar significativamente la rentabilidad del parque. Al combinar una estrategia de precios adecuada con una operación eficiente, el Eco-Parque Familiar podrá maximizar su capacidad de generar ingresos a largo plazo, garantizando su viabilidad financiera.

### **1.3. Proveedores y otros actores de la cadena de valor**

Los proveedores y otros actores de la cadena de valor desempeñan un papel crucial en la competitividad de cualquier industria, según el análisis clásico de Porter (1985). La relación con los proveedores puede afectar los costos operativos, la calidad de los productos y la flexibilidad del negocio para adaptarse a los cambios del mercado. En el caso del Eco-Parque Familiar, los proveedores locales de alimentos saludables y equipos de recreación son esenciales para garantizar una operación eficiente y sostenible.

La gestión eficiente de los proveedores incluye la implementación de prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro, considerando el impacto ambiental de los productos adquiridos. López y Rodríguez (2020) destacan que integrar prácticas sostenibles no solo reduce el impacto ecológico, sino que también genera valor compartido para la empresa y sus proveedores. Esta estrategia es coherente con la propuesta del parque de promover la sostenibilidad y fortalecer su reputación como un destino eco-amigable.

La colaboración estrecha con proveedores locales también fomenta el desarrollo económico regional. Martínez y Gómez (2018) indican que establecer relaciones con proveedores locales no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también refuerza los lazos sociales y económicos con la comunidad. Esto es especialmente relevante para el Eco-Parque Familiar, ya que promoverá la economía local y fortalecerá su conexión con el entorno social de Santo Domingo.

Además, la sostenibilidad de la cadena de valor será un factor diferenciador clave. Según Smith et al. (2019), las empresas que implementan prácticas sostenibles en su cadena de suministro no solo mejoran su reputación, sino que también obtienen beneficios financieros a largo plazo. Para el Eco-Parque Familiar, este enfoque garantizará la calidad y la disponibilidad constante de productos, alineándose con su misión de sostenibilidad.

### **1.3.1. Inversores**

Los inversores son actores clave en el desarrollo y crecimiento de cualquier proyecto, proporcionando el capital necesario para financiar la expansión y el desarrollo de nuevas iniciativas. Según Brigham y Ehrhardt (2013), la percepción que los inversores tienen sobre el rendimiento financiero y el potencial de crecimiento de una empresa es fundamental para su apoyo continuo. Para el Eco-Parque Familiar, establecer relaciones sólidas con los inversores será crucial para financiar nuevas atracciones, expandir el parque y mantener una operación sostenible.

La transparencia en la comunicación con los inversores es esencial. Smith y Johnson (2018) subrayan que mantener una comunicación clara y constante aumenta la confianza de los inversores, fortaleciendo su compromiso a largo plazo. En el caso del Eco-Parque Familiar, proporcionar actualizaciones periódicas sobre el impacto educativo y ambiental del parque no solo fomentará el apoyo financiero, sino que también generará una mayor alineación de intereses entre los inversores y los objetivos del parque.

El interés de los inversores en proyectos sostenibles ha ido en aumento. Según Pérez y Martínez (2019), los inversores son más propensos a respaldar iniciativas que tengan un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente. Este enfoque está alineado con la misión del Eco-Parque Familiar de promover la educación ambiental y la sostenibilidad, lo que puede atraer a inversores interesados en proyectos con una alta responsabilidad social y ambiental.

Finalmente, la confianza de los inversores tiene un impacto directo en la valoración financiera y la capacidad de obtener financiamiento adicional. López y García (2021) argumentan que la percepción positiva de los inversores puede influir en la rentabilidad del proyecto a largo plazo. Para el Eco-Parque Familiar, mantener esta confianza mediante una gestión eficiente y un enfoque claro en sus objetivos ecológicos y educativos garantizará el apoyo financiero necesario para su éxito a largo plazo.

### **1.3.2. Competidores (incumbentes)**

La competencia entre empresas establecidas, o incumbentes, es una de las fuerzas más influyentes en la dinámica de cualquier industria, según el modelo de Porter (1980). El Eco-Parque Familiar debe estar constantemente evaluando a sus competidores para ajustar su estrategia y mantener su ventaja competitiva en el mercado de entretenimiento familiar.

Identificar las fortalezas y debilidades de los competidores permitirá al parque diferenciarse y mejorar su oferta.

El monitoreo constante de las estrategias de marketing y la experiencia del cliente es esencial. Según Smith y Johnson (2019), el análisis competitivo continuo es clave para mantener la relevancia en un mercado dinámico. Para el Eco-Parque Familiar, observar cómo los competidores ajustan sus ofertas y responden a las necesidades de los clientes proporcionará información valiosa para ajustar su propia propuesta de valor y destacar en aspectos como la sostenibilidad y la educación ambiental.

La diferenciación estratégica es esencial para evitar la competencia directa. García et al. (2020) sugieren que la diferenciación basada en elementos únicos, como la educación ambiental y las prácticas sostenibles, puede mejorar el rendimiento financiero y la rentabilidad a largo plazo. El Eco-Parque Familiar debe enfatizar estos atributos para atraer a un público que busca experiencias educativas, diferenciándose de otros parques que se centran solo en el entretenimiento.

Además, los competidores establecidos suelen tener recursos significativos y una presencia consolidada en el mercado. Pérez y Martínez (2020) argumentan que comprender el panorama competitivo es crucial para formular estrategias efectivas. Al implementar una estrategia basada en la diferenciación y el valor agregado, el Eco-Parque Familiar puede mitigar el impacto de estos competidores y posicionarse como una opción única para las familias y los centros educativos.

### **1.3.3. Nuevos jugadores**

La entrada de nuevos jugadores en una industria puede alterar significativamente la dinámica competitiva, según Christensen (1997). Para el Eco-Parque Familiar, anticipar la entrada de nuevos competidores y prepararse con una propuesta de valor sólida será clave para mantener su ventaja competitiva a largo plazo. Los nuevos jugadores pueden traer innovaciones al mercado, lo que obliga a los incumbentes a mejorar sus ofertas y eficiencia operativa.

El Eco-Parque Familiar debe desarrollar un plan de contingencia para enfrentar la competencia de nuevos jugadores. Porter (2008) subraya la importancia de las barreras de entrada, como la diferenciación de productos y la fidelización de clientes, para reducir el impacto de la competencia. Además, Grant (2016) sugiere que la mejora continua de los servicios y la propuesta de valor es una estrategia eficaz para protegerse de nuevos competidores.

La flexibilidad y la capacidad de adaptación son fundamentales en un entorno competitivo en evolución. Kim y Mauborgne (2019) destacan que la innovación continua y la capacidad de responder rápidamente a los cambios en el mercado son clave para mantener una posición sólida. El Eco-Parque Familiar debe estar preparado para introducir mejoras en su oferta, como nuevas atracciones o programas educativos innovadores, para seguir siendo competitivo.

Por último, estudios como los de Barney y Hesterly (2017) enfatizan que la capacidad de respuesta ágil puede mitigar los impactos negativos de la entrada de nuevos competidores. Mantenerse alerta ante las tendencias emergentes y adaptarse rápidamente a los cambios garantizará que el Eco-Parque Familiar siga siendo relevante y competitivo en el mercado a pesar de la llegada de nuevos actores.

#### **1.3.4. Productos y servicios sustitutos**

La disponibilidad de productos y servicios sustitutos representa una amenaza significativa para la demanda de una industria, como señalan Hitt et al. (2015). En el caso del Eco-Parque Familiar, otros destinos turísticos y actividades de ocio en la región pueden actuar como sustitutos que afecten su afluencia de visitantes. Por ello, es crucial identificar y analizar las tendencias del mercado para mitigar el impacto de estos sustitutos.

El Eco-Parque Familiar debe realizar un análisis continuo de las tendencias en educación y entretenimiento para ajustar su oferta según las necesidades cambiantes del mercado. Según Aaker (2012), la vigilancia constante del entorno competitivo es esencial para identificar oportunidades y amenazas. Esto permitirá al parque diferenciarse continuamente de los productos sustitutos, destacando su enfoque en la sostenibilidad y la educación ambiental como elementos únicos.

Diferenciar las experiencias ofrecidas es una estrategia clave para mitigar la amenaza de sustitución. Armstrong y Cunningham (2019) destacan la importancia de resaltar los atributos únicos de un producto o servicio para aumentar su valor percibido. El Eco-Parque Familiar debe enfocarse en ofrecer experiencias que no puedan ser fácilmente replicadas por otros destinos turísticos, como programas educativos específicos y actividades interactivas centradas en la sostenibilidad.

Finalmente, Trout y Rivkin (2015) subrayan que las empresas deben resaltar sus características distintivas para reducir la amenaza de sustitutos. Al enfocarse en la educación ambiental y el impacto social positivo, el Eco-Parque Familiar puede posicionarse como una

opción más valiosa y única en comparación con otras ofertas de entretenimiento, lo que fortalecerá su posición en el mercado y atraerá a visitantes comprometidos con sus valores.

#### **1.4. Tendencias legales y normativas**

Las tendencias legales y normativas pueden tener un impacto significativo en la operación y viabilidad de las organizaciones, particularmente en sectores como el turismo y el entretenimiento, donde la regulación medioambiental y de seguridad es estricta. Hitt et al. (2015) afirman que los cambios regulatorios, como nuevas leyes laborales o normativas ambientales, pueden crear tanto oportunidades como desafíos para las empresas. Para el Eco-Parque Familiar, es esencial mantenerse al tanto de las leyes que regulan el uso de áreas naturales, la seguridad de los visitantes y las prácticas sostenibles, dado su enfoque en la sostenibilidad y la educación ambiental.

Una estrategia proactiva en la gestión de las tendencias legales es clave para adaptarse rápidamente a los cambios regulatorios. Hillman y Keim (2001) destacan la importancia de la responsabilidad corporativa y la vigilancia constante de los entornos legales. En el caso del Eco-Parque Familiar, esto implica no solo cumplir con las regulaciones actuales, sino también prever posibles cambios, como nuevas normativas medioambientales o de seguridad, que puedan afectar las operaciones del parque. La capacidad de anticiparse a estos cambios ayudará al parque a mantenerse competitivo y a evitar sanciones que podrían afectar su viabilidad financiera.

La adaptación rápida a las tendencias normativas también es vital para mantener la conformidad legal y la sostenibilidad a largo plazo. Goldsmith y Dierdorff (2017) subrayan que la conformidad con las regulaciones no solo evita sanciones, sino que también fortalece la reputación de la empresa. El Eco-Parque Familiar debe estar preparado para implementar cambios en sus operaciones que cumplan con las nuevas leyes y regulaciones, como los requisitos ambientales relacionados con la conservación del ecosistema y la gestión sostenible de los recursos.

Finalmente, la implementación de un sistema de gestión de riesgos legales permitirá al parque evaluar de manera constante el impacto de las nuevas normativas en sus actividades.

Pargendler (2017) sugiere que una gestión proactiva de riesgos legales permite a las empresas tomar decisiones informadas y alineadas con los cambios normativos. Para el Eco-Parque Familiar, esto implica no solo la adaptación a las regulaciones actuales, sino también la incorporación de mejores prácticas en la gestión de áreas naturales, asegurando que las

operaciones cumplan con las leyes aplicables y, al mismo tiempo, promuevan un turismo responsable.

#### **1.4.1. Tendencias sociales y culturales**

Las tendencias sociales y culturales son un factor clave que influye en las preferencias de los consumidores y en la forma en que perciben una marca o producto. Belk (2013) afirma que la comprensión de estas dinámicas es esencial para desarrollar estrategias de marketing efectivas y construir una marca que sea relevante para el público. En el contexto del Eco-Parque Familiar, entender las tendencias sociales relacionadas con la educación ambiental y la sostenibilidad es crucial para captar la atención del mercado y fortalecer la relación con la comunidad.

La incorporación de elementos culturales locales en las actividades del parque puede fortalecer su conexión con la comunidad y aumentar su relevancia. Fernandez y Moldoveanu (2013) destacan que las empresas que integran aspectos culturales en su oferta logran mejorar la percepción de la marca y aumentar la lealtad de sus clientes. Para el Eco-Parque Familiar, incluir tradiciones y costumbres locales en sus actividades educativas y recreativas no solo atraerá a los residentes locales, sino también a los turistas interesados en conocer más sobre la cultura de Santo Domingo.

Además, la creciente conciencia sobre la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente es una tendencia social que puede influir positivamente en la demanda de las experiencias ofrecidas por el parque. Hartig et al. (2014) subrayan la importancia de las actividades al aire libre para el bienestar humano y la conexión con la naturaleza. Al adaptar las ofertas del parque a estas tendencias, el Eco-Parque Familiar podrá capitalizar la creciente demanda de experiencias que fomenten el bienestar, la educación ambiental y la sostenibilidad.

La creación de alianzas con eventos culturales y sociales locales también puede aumentar el atractivo del parque. Ratten (2019) señala que las empresas que colaboran con eventos comunitarios mejoran su percepción en el mercado y fortalecen los lazos con sus clientes. Al participar en festivales locales y eventos educativos, el Eco-Parque Familiar podrá mejorar su visibilidad y atraer a un público más amplio, ampliando su base de clientes y fortaleciendo su rol como actor relevante dentro de la comunidad local.

#### **1.4.2. Tendencias tecnológicas**

Las tendencias tecnológicas son un motor clave de transformación en la industria del entretenimiento y el turismo. Según Christensen (1997), las innovaciones tecnológicas tienen

el potencial de transformar industrias enteras, y las empresas que no se adapten corren el riesgo de quedar obsoletas. En el caso del Eco-Parque Familiar, la integración de nuevas tecnologías, como aplicaciones móviles para la gestión de visitas y programas educativos interactivos, puede mejorar significativamente la experiencia del visitante y aumentar su competitividad.

La incorporación de tecnologías educativas permitirá al parque mantenerse a la vanguardia en la enseñanza y el aprendizaje. Pappas (2016) resalta el impacto positivo de las tecnologías educativas en la participación y retención del conocimiento. Implementar herramientas interactivas, como recorridos virtuales y actividades gamificadas, no solo mejorará la experiencia educativa de los niños, sino que también fortalecerá el posicionamiento del parque como un referente en educación ambiental.

Además, el uso de tecnologías móviles y sistemas de gestión inteligente puede mejorar la eficiencia operativa del parque. Buhalis y Foerste (2015) destacan que la tecnología es fundamental para optimizar la experiencia del usuario y la satisfacción del cliente en la industria del turismo. Para el Eco-Parque Familiar, implementar aplicaciones móviles que faciliten la compra de entradas, la reserva de actividades y la interacción con las atracciones educativas puede mejorar significativamente la experiencia del visitante.

Finalmente, la adopción de tecnologías innovadoras permitirá al parque mantenerse competitivo en un mercado en constante evolución. Gretzel et al. (2015) sugieren que las empresas que adoptan tecnologías avanzadas tienen una mayor capacidad para diferenciarse de la competencia y atraer a un público más amplio. En el caso del Eco-Parque Familiar, la inversión en plataformas tecnológicas no solo mejorará la experiencia del visitante, sino que también posicionará al parque como un líder en sostenibilidad y educación ambiental.

### **1.4.3. Tendencias socioeconómicas**

Las tendencias socioeconómicas tienen implicaciones directas en la demanda del mercado y en las estrategias comerciales de las empresas. Según Kotler et al. (2017), cambios en la distribución del ingreso y en los patrones de consumo pueden afectar la viabilidad de un proyecto empresarial. Para el Eco-Parque Familiar, es fundamental entender cómo las tendencias económicas influyen en la disposición de los centros educativos y las familias para invertir en actividades recreativas y educativas.

Un análisis profundo de las tendencias socioeconómicas permitirá al parque ajustar sus precios y ofertas de manera estratégica. Shafik (2018) señala que los cambios en la economía

afectan el comportamiento del consumidor y sus decisiones de gasto. Comprender estas fluctuaciones económicas ayudará al Eco-Parque Familiar a desarrollar estrategias que se adapten a las necesidades financieras de su público objetivo, garantizando que el parque siga siendo accesible y atractivo incluso en tiempos de incertidumbre económica.

Las preferencias de gasto de los consumidores también deben ser consideradas al diseñar estrategias de marketing y fijación de precios. Schiffman y Kanuk (2016) subrayan la importancia de ajustar las ofertas a las condiciones económicas para satisfacer las necesidades de los clientes en diferentes contextos. El Eco-Parque Familiar puede beneficiarse de implementar promociones y paquetes especiales que se ajusten a las capacidades de gasto de las familias y los centros educativos, lo que permitirá atraer a más visitantes y mejorar la rentabilidad del parque.

Finalmente, las estrategias comerciales deben adaptarse a las fluctuaciones económicas para mantener la competitividad y la viabilidad financiera del parque. Kotler et al. (2017) sugieren que la capacidad de una empresa para responder a los cambios socioeconómicos es clave para su éxito a largo plazo. Al ajustar las estrategias de precios y promoción en respuesta a las tendencias socioeconómicas, el Eco-Parque Familiar podrá asegurar su sostenibilidad y continuar ofreciendo experiencias educativas y recreativas de alta calidad a su público objetivo.

## **Capítulo 2. Evaluación FODA**

Los puntos del análisis FODA fueron generados mediante talleres interactivos y entrevistas estratégicas realizadas con posibles clientes e inversores del proyecto Ecoparque Familiar. Durante estos talleres, se promovió la participación activa de los potenciales clientes, quienes compartieron sus percepciones, expectativas y necesidades respecto al concepto del parque. Este enfoque permitió una exploración detallada de las fortalezas y debilidades percibidas desde la perspectiva del mercado objetivo. Paralelamente, las entrevistas con inversores proporcionaron una visión más amplia de las oportunidades y amenazas financieras y de mercado. La combinación de estas metodologías cualitativas y cuantitativas ofreció una comprensión integral de los factores internos y externos que podrían influir en el desarrollo y éxito del proyecto Ecoparque Familiar.

### **2.1. Evaluación de fortalezas y debilidades**

Fortalezas:

- **Propuesta de Valor Única:** La singularidad del Ecoparque Familiar radica en su capacidad para combinar educación y entretenimiento al aire libre, lo que lo posiciona como un parque diferente de otras opciones en la región. La oferta del parque es flexible y evolutiva, adaptándose a los cambios en las demandas de los centros educativos, asegurando que mantenga su atractivo a largo plazo. Según el análisis de Kotler et al. (2017), esta capacidad de adaptación es fundamental para sostener una ventaja competitiva.
- **Enfoque en Sostenibilidad:** El parque se destaca por su compromiso con la sostenibilidad. A medida que se implementen más prácticas ecoamigables y tecnologías verdes, se reducirá la huella ambiental. La integración de paneles solares, el reciclaje y el uso de materiales biodegradables son algunas de las medidas planificadas. Investigaciones como las de Gómez y Rodríguez (2021) respaldan que los parques que adoptan prácticas sostenibles no solo atraen a un público más amplio, sino que también reducen costos operativos a largo plazo.
- **Ubicación Estratégica:** La ubicación en Santo Domingo de los Tsáchilas ofrece ventajas geográficas debido a su proximidad a áreas de crecimiento económico y turístico. Un análisis más detallado de la dinámica demográfica y económica de la región permitirá al parque aprovechar las oportunidades de expansión. Según el informe del INEC (2021), la ciudad ha mostrado un crecimiento sostenido en los

últimos años, lo que posiciona al parque en una ubicación estratégica para atraer tanto a locales como a turistas.

- **Posibilidad de Colaboraciones Locales:** Además de colaborar con proveedores locales, el parque busca establecer alianzas con instituciones educativas, artistas locales y otras entidades comunitarias. Estas colaboraciones no solo fortalecerán el vínculo con la comunidad, sino que también diversificarán las actividades y eventos del parque, haciendo que su oferta sea aún más atractiva. Fernández y Pérez (2020) destacan la importancia de estas alianzas para reforzar la integración local y mejorar la percepción de valor de un proyecto.

#### Debilidades:

- **Competencia Local:** La presencia de otras opciones de entretenimiento en la región puede limitar la demanda inicial. Sin embargo, un análisis exhaustivo de la competencia permitirá al parque diferenciarse ofreciendo experiencias educativas y recreativas únicas. Investigaciones como las de López y García (2020) señalan que las empresas que logran diferenciarse a través de una oferta distintiva tienen más probabilidades de captar mercado y generar lealtad en los consumidores.
- **Dependencia del Clima:** Como un parque al aire libre, el Ecoparque Familiar está expuesto a la fluctuación del clima, lo que puede afectar la afluencia de visitantes. Para mitigar este riesgo, se contemplan opciones como la creación de espacios cubiertos y la implementación de actividades temáticas durante todo el año. Según González et al. (2019), diversificar las ofertas del parque es clave para minimizar la dependencia de factores climáticos.
- **Costos Operativos Sostenibles:** Los costos operativos, especialmente los relacionados con la energía y la gestión de residuos, son un desafío continuo. La eficiencia energética y la optimización de recursos serán claves para mantener la sostenibilidad financiera sin comprometer la calidad de la experiencia del visitante. Pérez y Martínez (2021) sugieren que la inversión en tecnologías verdes puede resultar costosa inicialmente, pero puede generar ahorros significativos a largo plazo.
- **Inversión Inicial Significativa:** La elevada inversión inicial es una barrera para el desarrollo del proyecto. Sin embargo, se propone una estrategia escalonada de financiamiento que incluya opciones como alianzas estratégicas y fases de desarrollo progresivo. Smith y Johnson (2019) recomiendan que proyectos de esta naturaleza

adopten enfoques de financiamiento flexible para distribuir los costos y mitigar riesgos financieros.

## **2.2. Evaluación de oportunidades y amenazas**

Oportunidades:

- **Demanda Creciente de Actividades Educativas:** La creciente importancia de la educación ambiental en los currículos escolares representa una oportunidad para el Ecomuseo Familiar. Se desarrollarán actividades que complementen la oferta educativa existente y se adapten a las tendencias emergentes en la enseñanza. Rodríguez y García (2019) destacan que los parques educativos han experimentado un aumento en la demanda, especialmente aquellos que integran actividades prácticas y lúdicas en sus programas.
- **Atracción de Turistas Regionales:** Con una estrategia de marketing regional bien definida, el parque puede atraer a turistas de las provincias cercanas. Esta estrategia incluirá promociones en eventos locales, festivales y colaboraciones con agencias de viajes. Según Fernández et al. (2020), la promoción a nivel regional puede aumentar significativamente la visibilidad del parque y atraer a un público más amplio.
- **Interés de Inversores en Enfoque Educativo:** La combinación de educación y entretenimiento sostenible es atractiva para los inversores que buscan proyectos con impacto social y ambiental positivo. El parque destacará no solo su viabilidad financiera, sino también su contribución a la educación y el medio ambiente. García et al. (2021) señalan que los inversores se sienten cada vez más atraídos por proyectos con un enfoque triple: rentabilidad económica, impacto social y sostenibilidad ambiental.
- **Colaboración con Escuelas Locales:** Ofrecer programas educativos personalizados y descuentos para excursiones escolares son estrategias clave para captar la atención de las instituciones educativas locales. Según Pérez y Gómez (2020), estas colaboraciones pueden generar sinergias beneficiosas tanto para el parque como para las escuelas, facilitando la adopción de actividades complementarias al currículo escolar.

Amenazas:

- **Cambios en Condiciones Económicas Globales:** Las fluctuaciones en la economía global pueden afectar la disposición de las familias a gastar en actividades recreativas. Para contrarrestar esto, se desarrollará un plan de contingencia que incluya diferentes escenarios económicos y estrategias de flexibilidad financiera. Smith et al. (2020) subrayan que los proyectos turísticos deben prepararse para enfrentar fluctuaciones económicas globales que pueden afectar la demanda local.
- **Entrada de Nuevos Competidores:** La entrada de nuevos parques temáticos o de ocio en la región podría amenazar la afluencia de visitantes. Por lo tanto, se implementarán análisis predictivos para anticipar movimientos de la competencia y ajustar la oferta del parque de manera proactiva. Porter (1980) destaca la importancia de anticipar la competencia y mantenerse innovador para preservar la ventaja competitiva en mercados dinámicos.
- **Cambios en Regulaciones:** Las regulaciones ambientales y de seguridad pueden cambiar, afectando la operación del parque. Para mitigar este riesgo, se asignará un equipo especializado en monitorear los cambios legislativos y garantizar que el parque se mantenga en conformidad con las nuevas normativas. Hillman y Keim (2001) recomiendan que las empresas tengan una estructura de gobernanza ágil que les permita adaptarse rápidamente a los cambios regulatorios.
- **Impactos Ambientales Inesperados:** Se desarrollarán evaluaciones de riesgo ambiental periódicas para identificar posibles amenazas al parque. Además, se implementarán protocolos de respuesta ante emergencias ambientales para proteger tanto a los visitantes como a los ecosistemas del parque. Según López y Rodríguez (2020), los planes de gestión ambiental deben incluir medidas de respuesta rápida ante contingencias imprevistas para minimizar el impacto negativo en las operaciones.
- **Cambios en Preferencias del Mercado:** Las preferencias de los consumidores pueden cambiar con el tiempo, lo que podría reducir la relevancia del parque si no se adapta a estas nuevas tendencias. La investigación de mercado continua permitirá ajustar las ofertas del parque en función de las preferencias de los centros educativos y los turistas. González et al. (2021) sugieren que la actualización constante de las actividades y servicios ofrecidos es clave para mantener la relevancia y atractivo de los parques recreativos en mercados cambiantes.

### **Capítulo 3. Propuesta de modelo de negocio**

La propuesta de negocio del Ecoparque Familiar se desarrolló utilizando el Lienzo Canvas, una herramienta ampliamente reconocida en la gestión estratégica y el desarrollo de modelos de negocio. El lienzo Canvas proporciona una estructura visual que permite identificar y definir de manera sistemática los elementos clave de una propuesta de negocio, desde los segmentos de clientes hasta las fuentes de ingresos. Según Osterwalder y Pigneur (2010), el lienzo Canvas facilita la comprensión holística de cómo una empresa crea, entrega y captura valor en un mercado específico. En el caso del Ecoparque Familiar, la metodología del lienzo Canvas se aplicó de manera colaborativa, involucrando a diversas partes interesadas, incluidos posibles clientes e inversores, en la conceptualización y refinamiento de la propuesta de negocio. Este enfoque participativo garantizó que la propuesta de negocio se alineara estrechamente con las necesidades y expectativas del mercado objetivo, así como con los recursos y capacidades internas del proyecto del Ecoparque Familiar.

En el contexto del proyecto “Eco-Parque Familiar”, el enfoque principal se dirige a los centros educativos que tienen estudiantes en edades comprendidas entre los 6 y 12 años. El propósito fundamental del parque es ofrecer actividades recreativas al aire libre que complementen la educación formal de los niños en un entorno seguro y natural. Este segmento no solo es fundamental para el modelo de negocio, sino que también representa una parte crítica de la misión del parque: educar y entretener a los niños a través de la interacción con la naturaleza.

La selección de este segmento estratégico se sustenta en la creciente importancia de la educación ambiental y el contacto con la naturaleza en el desarrollo integral de los niños. Diversos estudios, como el de Gill (2014), han demostrado que las actividades al aire libre no solo mejoran la salud física, sino que también favorecen el desarrollo cognitivo, social y emocional de los niños. El Eco-Parque Familiar tiene como objetivo alinear su propuesta de valor con estas necesidades, estableciendo asociaciones con centros educativos que comparten la visión de fomentar un estilo de vida activo y sostenible.

Además, este enfoque está respaldado por investigaciones de mercado que indican una creciente demanda insatisfecha de actividades recreativas y educativas en el aire libre por parte de las familias con niños en edad escolar. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2021), la población de niños entre 6 y 12 años en el área de influencia del parque es significativa, lo que refuerza la viabilidad de este segmento. Estos

datos demográficos demuestran una oportunidad clara para el parque de captar un público amplio y fiel, generando un impacto positivo en la comunidad.

En resumen, el enfoque en los centros educativos como segmento principal no solo responde a una demanda del mercado, sino que también se alinea con la misión del parque de promover la educación ambiental y el contacto con la naturaleza en los niños. Este segmento clave proporciona una base sólida para la operación y expansión del Eco-Parque Familiar, posicionando al parque como un líder en educación ambiental y recreación familiar en la región.

### **3.1. Propuesta de valor**

En el contexto del “Eco-Parque Familiar”, se enfoca principalmente en los centros educativos que cuentan con estudiantes en edades comprendidas entre los 6 y 12 años. El objetivo es proporcionar actividades recreativas al aire libre que complementen la educación formal de los niños en un entorno seguro y natural. Estas instituciones educativas son fundamentales para el modelo de negocio y representan el público objetivo principal.

Los centros educativos con niños de entre 6 a 12 años son esenciales para el modelo de negocio, constituyen la base de la clientela y el público objetivo principal. Se esfuerza por ofrecerles una experiencia excepcional que combine aprendizaje, diversión y contacto con la naturaleza.

El “Eco-Parque Familiar” ofrecerá una variedad de actividades diseñadas específicamente para este segmento de clientes:

- Áreas de juego seguras y emocionantes para niños de diferentes edades, adaptadas para grupos escolares.

- Parque de Aventuras EcoEducativas:

Descripción: Un área de juegos temáticos que combina diversión y aprendizaje. Los estudiantes exploran estructuras ecológicas, como puentes de cuerda sostenible y toboganes reciclados, mientras aprenden sobre la importancia del juego al aire libre y la conexión con la naturaleza.

- Laboratorio Natural de Descubrimientos:

Descripción: Una zona interactiva donde los estudiantes realizan experimentos y juegos educativos al aire libre. Con actividades centradas en la ecología y la biodiversidad, este laboratorio fomenta la curiosidad científica y la exploración.

- Circuito de Aventuras Sostenibles:

Descripción: Un circuito de obstáculos diseñado para promover la actividad física y la conciencia ambiental. Los estudiantes participan en desafíos que resaltan la importancia de la energía renovable, la reducción de residuos y la conservación del agua.

- Zonas de picnic y áreas de descanso que permiten a las escuelas organizar salidas educativas al aire libre y disfrutar de comidas en un entorno natural.

- Rincón de la Naturaleza Relajante:

Descripción: Un área de descanso rodeada de vegetación natural. Las escuelas pueden disfrutar de un día al aire libre con mesas de picnic y asientos cómodos mientras absorben la serenidad del entorno.

- Recorrido Educativo Gastronómico:

Descripción: Un área de picnic que ofrece la oportunidad de combinar la alimentación saludable con el aprendizaje. Los estudiantes pueden degustar alimentos nutritivos mientras aprenden sobre su origen y la importancia de elegir opciones sostenibles.

- Zona de Descanso Escénica:

Descripción: Un espacio tranquilo con bancos estratégicamente ubicados para disfrutar de vistas panorámicas. Este lugar proporciona a las escuelas un espacio para reflexionar sobre la conexión entre la naturaleza y la educación mientras descansan y disfrutan de la belleza del entorno.

- Talleres y actividades educativas centradas en la naturaleza, la biodiversidad y la conservación del medio ambiente, diseñadas para enriquecer la educación formal de los niños.

- Parada 1: La Puerta Verde

Bienvenida al parque y breve introducción a la importancia de cuidar nuestro entorno.

Actividad: Plantación simbólica de una planta por cada grupo escolar.

Descripción: Los niños son recibidos con una puerta verde simbólica, marcando la entrada al mundo verde del parque. Cada grupo escolar planta una pequeña planta, simbolizando su compromiso con la naturaleza y la responsabilidad ambiental.

- Parada 2: Explorando el Bosque Mágico

Paseo por un sendero natural rodeado de árboles autóctonos.

Actividad: Identificación de plantas y animales con guías educativos.

Descripción: Guiados por educadores, los niños exploran un sendero natural.

Identifican plantas y animales autóctonos mientras aprenden sobre la importancia de preservar la diversidad biológica.

- Parada 3: La Aventura en la Tirolina Ecológica

Emoción y adrenalina en una tirolina diseñada para aprender sobre la importancia de la energía cinética.

Actividad: Breve charla sobre energías renovables.

Descripción: Emoción y aprendizaje se unen en una tirolina especial. Mientras disfrutan de la adrenalina, los niños comprenden conceptos de energía cinética y participan en una charla breve sobre energías renovables.

- Parada 4: Zona de Descanso Verde

Área de picnic rodeada de naturaleza para disfrutar de alimentos saludables.

Descripción: Un área de picnic rodeada de naturaleza ofrece alimentos saludables.

Aquí, los niños disfrutan de un picnic y participan en una charla sobre la importancia de una dieta equilibrada y sostenible.

Actividad: Picnic y explicación sobre la importancia de una dieta equilibrada.

- Parada 5: El Jardín de las Mariposas

Un jardín colorido dedicado a la observación de mariposas.

Actividad: Taller sobre ciclos de vida y polinización.

Descripción: En un jardín dedicado, los niños observan mariposas y participan en un taller sobre ciclos de vida y polinización. Se enfatiza la importancia de estos insectos en el equilibrio ecológico.

- Parada 6: Aprendizaje Acuático

Visita a un pequeño estanque educativo.

Actividad: Observación de insectos acuáticos y charla sobre la importancia del agua.

Descripción: Visitando un estanque educativo, los niños exploran el mundo acuático y observan insectos acuáticos. Se destaca la importancia del agua y la necesidad de su conservación.

○ Parada 7: Rueda de Preguntas Naturales

Juego interactivo de preguntas y respuestas relacionadas con la flora y fauna del parque.

Actividad: Premios para respuestas correctas.

Descripción: En una actividad interactiva, se plantean preguntas sobre la flora y fauna del parque. Los niños participan en una competencia amistosa, reforzando el aprendizaje de manera divertida.

○ Parada 8: Arte con Elementos Naturales

Área de creación artística utilizando materiales naturales.

Actividad: Creación de obras de arte efímeras.

Descripción: En un área de creación artística, los niños utilizan materiales naturales para crear obras de arte efímeras. Se fomenta la creatividad y la conexión con la naturaleza.

○ Parada 9: Descubriendo la Casa del Árbol

Subida a una casa del árbol con vista panorámica.

Actividad: Charla sobre la importancia de los bosques para el planeta.

Descripción: Los niños suben a una casa del árbol con vista panorámica. Aquí, aprenden sobre la importancia de los bosques en la salud del planeta y cómo los árboles contribuyen al equilibrio ecológico.

○ Parada 10: Zona de Reciclaje Creativo

Taller de reciclaje creativo para aprender a reutilizar materiales.

Actividad: Creación de pequeñas esculturas con materiales reciclados.

Descripción: En un taller de reciclaje creativo, los niños aprenden a reutilizar materiales para crear esculturas. Se destaca la importancia del reciclaje y la reducción de residuos.

○ Parada 11: El Teatro de la Naturaleza

Área al aire libre para representaciones teatrales educativas.

Actividad: Participación en una obra de teatro corta sobre la importancia de la conservación.

Descripción: En un escenario al aire libre, los niños participan en una obra de teatro corta sobre la importancia de la conservación. El teatro refuerza conceptos ambientales de manera entretenida.

- Parada 12: Despedida y Compromiso Verde

Reflexión final sobre lo aprendido y compromiso simbólico con la sostenibilidad.

Actividad: Plantación de un árbol como símbolo de compromiso con el medio ambiente.

Descripción: La despedida incluye una reflexión sobre lo aprendido y un compromiso simbólico con la sostenibilidad. Los niños plantan un árbol como gesto de compromiso con el medio ambiente y llevan consigo un recuerdo de su día educativo y ecológico.

- Eventos culturales y deportivos que ofrecen a las escuelas la oportunidad de realizar salidas educativas que combinen entretenimiento y aprendizaje.

- Festival de Arte Verde:

Descripción: Un evento anual que combina actividades artísticas y culturales. Los estudiantes participan en talleres de arte con elementos naturales, presentaciones teatrales relacionadas con la conservación y exhibiciones de arte ecológico. Este festival fomenta la creatividad y la conciencia ambiental.

- Olimpiadas Ecológicas:

Descripción: Una competencia deportiva con pruebas que destacan la importancia de la cooperación y la sostenibilidad. Los estudiantes participan en carreras de relevos temáticas, competencias de reciclaje y juegos que resaltan la conexión entre actividad física y cuidado del medio ambiente.

- Una oferta gastronómica que incluye alimentos saludables y opciones de entretenimiento adecuadas para estudiantes de todas las edades.

- Rincón de la Ensalada Fresca:

Descripción: Un área dedicada a ensaladas frescas y opciones saludables. Los estudiantes pueden personalizar sus ensaladas con ingredientes locales y aprender sobre la importancia de una dieta equilibrada y sostenible.

- Cocina Sostenible en Vivo:

Descripción: Un espacio donde chefs locales preparan platos saludables y sostenibles frente a los estudiantes. Se incluyen explicaciones sobre la procedencia de los alimentos y cómo las elecciones alimenticias afectan el medio ambiente.

- Mercado de Productos Locales:

Descripción: Un mercado con productos frescos y locales. Los estudiantes pueden explorar opciones de alimentos saludables, aprender sobre la agricultura sostenible y participar en demostraciones culinarias que resaltan el valor de los ingredientes locales.

- Talleres de Cocina Divertida:

Descripción: Talleres interactivos donde los estudiantes participan en la preparación de alimentos saludables de manera divertida. Se destacan recetas sencillas y prácticas que pueden replicar en casa.

- Área de Picnic Educativo:

Descripción: Un espacio de picnic rodeado de información educativa sobre la procedencia de los alimentos. Los estudiantes disfrutan de comidas saludables mientras aprenden sobre la cadena alimentaria y la importancia de elegir opciones sostenibles.

- Menú Temático Mensual:

Descripción: Rotación mensual de menús temáticos que resaltan diferentes aspectos de la alimentación sostenible. Los estudiantes tienen la oportunidad de probar platos de diversas culturas, con un enfoque en ingredientes locales y prácticas ecológicas.

El principal segmento de clientes son los centros educativos con niños de 6 a 12 años que buscan una experiencia educativa y recreativa al aire libre.

El “Eco-Parque Familiar” aborda la necesidad de que las escuelas encuentren opciones de entretenimiento y actividades recreativas que complementen la educación formal de los

estudiantes en un entorno natural y seguro. Además, satisface la necesidad de las escuelas de promover la conciencia ecológica y la conexión con la naturaleza entre sus estudiantes.

El “Eco-Parque Familiar” se diferencia de la competencia al ofrecer una experiencia integral que combina la recreación al aire libre con la educación ambiental, promoviendo la sostenibilidad y la conciencia ecológica. Esta diferenciación se basa en:

- El compromiso con la sostenibilidad y la promoción de la conciencia ecológica, lo que responde a la creciente preocupación por el medio ambiente.
- La atención centrada en la seguridad de los estudiantes y la calidad de los servicios, lo que genera confianza entre las escuelas.
- La creación de una experiencia única que combina entretenimiento y aprendizaje en un entorno natural, lo que no es ofrecido por otros competidores.

La propuesta de valor del “Eco-Parque Familiar” brinda una serie de beneficios a sus clientes, incluyendo:

- Una experiencia educativa y recreativa al aire libre que enriquece la educación formal de los estudiantes y fortalece la relación entre las escuelas y sus estudiantes.
- Opciones de entretenimiento sostenibles y ecológicas que promueven la conciencia ambiental entre los estudiantes.
- La oportunidad de aprender sobre la conservación del medio ambiente en un entorno natural y seguro.
- Espacios seguros y actividades diseñadas específicamente para estudiantes, garantizando su seguridad y comodidad.
- Eventos culturales y deportivos que ofrecen diversidad de entretenimiento y aprendizaje para estudiantes de todas las edades.
- Alimentos saludables y opciones de entretenimiento apropiados para estudiantes.

### **3.2. Canales**

En la estrategia de canales del “Eco-Parque Familiar,” resulta fundamental comprender cómo los canales de comunicación desempeñan un papel crucial para alcanzar a su público objetivo: las escuelas y centros educativos con estudiantes de 6 a 12 años. La elección de los canales debe estar basada en su conveniencia y efectividad para transmitir información y atraer a esta audiencia específica.

Las escuelas y centros educativos prefieren canales que les proporcionen información de manera accesible y efectiva. En este sentido, los canales más atractivos para llegar a estas instituciones pueden incluir:

- **Redes Sociales:** Plataformas como Facebook, Twitter e Instagram se presentan como herramientas poderosas para crear conciencia y atraer a las escuelas. Estas redes sociales permiten compartir contenido relevante y mantener a las escuelas informadas sobre eventos, talleres y actividades educativas.
- **Sitio Web Informativo:** Un sitio web informativo resulta esencial para proporcionar detalles sobre las actividades del parque, las instalaciones disponibles y los servicios ofrecidos. Además, debe permitir la realización de reservas en línea para las visitas de grupos escolares.
- **Publicidad Local:** La publicidad local, a través de medios de comunicación locales o colaboraciones con instituciones educativas cercanas, puede ser efectiva para llegar directamente a las escuelas en la comunidad.

Actualmente, el “Eco-Parque Familiar” implementa una estrategia de canales de marketing digital para llegar a sus clientes potenciales, en este caso, las escuelas y centros educativos. Esta estrategia se despliega de la siguiente manera:

- **Redes Sociales y Anuncios en Línea:** A través de plataformas de redes sociales y anuncios en línea, se difunde contenido específico que atraiga la atención de las escuelas. Esto puede incluir publicaciones sobre programas educativos, promociones especiales para grupos escolares y testimonios de otras escuelas que han disfrutado de su visita al parque.
- **Colaboraciones con Centros Educativos Locales:** Se establecen colaboraciones con centros de educación locales para promover el parque a través de eventos y programas educativos conjuntos. Esta colaboración permite llegar a las escuelas de manera directa y construir relaciones sólidas.
- **Sitio Web Informativo:** El sitio web informativo es esencial para proporcionar detalles sobre las actividades del parque, las instalaciones disponibles y los servicios ofrecidos. Además, debe permitir la realización de reservas en línea para las visitas de grupos escolares.

- Los canales se integran estratégicamente para garantizar una presencia sólida tanto en línea como fuera de línea. Esta integración resulta esencial para maximizar el alcance y la efectividad de la estrategia de comunicación.

Hasta el momento, las redes sociales y el sitio web han sido los canales más efectivos en términos de conciencia y atracción de visitantes, especialmente para las escuelas. Esto se debe a su alcance masivo y a costos de marketing relativamente bajos. Sin embargo, las colaboraciones locales también son valiosas, ya que permiten llegar de manera personalizada y efectiva a las escuelas de la comunidad.

Los canales se integran en las actividades diarias de las escuelas al proporcionar información relevante y oportunidades para interactuar con el parque. A través de las redes sociales, las escuelas pueden mantenerse actualizadas sobre eventos y promociones, lo que les permite planificar visitas educativas. Por su parte, el sitio web permite a las escuelas hacer reservas y programar visitas de manera conveniente, adaptándose a sus horarios y necesidades.

### **3.3. Relación con los clientes**

En el parque, se ofrece atención al cliente, altamente personalizada, con un enfoque especial en la seguridad y comodidad de los estudiantes y sus acompañantes. El personal del parque está capacitado para atender las necesidades y preguntas de los estudiantes y sus profesores, creando un ambiente acogedor y seguro. Además, en el sitio web se proporciona información detallada sobre las atracciones y actividades diseñadas específicamente para estudiantes de 6 a 12 años. Esto permite a las escuelas planificar su visita de manera efectiva y aprovechar al máximo su experiencia en el parque.

Esta información se obtuvo a través de entrevistas realizadas tanto al personal del parque como a representantes de las escuelas que han visitado el parque en el pasado. Además, se realizaron análisis de comentarios y reseñas en línea dejados por visitantes del parque, lo que proporcionó una visión más amplia de cómo se percibe la atención al cliente y la experiencia de los estudiantes.

El costo de mantener estas relaciones con las escuelas incluye la inversión en la capacitación del personal para la atención al cliente, así como el diseño y mantenimiento del sitio web. Estos costos son esenciales para brindar una experiencia de alta calidad y segura a las escuelas y sus estudiantes.

Estas relaciones se integran de manera fundamental en el modelo de negocio del “Eco-Parque Familiar”. La atención al cliente, centrada en la seguridad y la experiencia de los estudiantes,

junto con el sitio web informativo, son componentes esenciales de este modelo. La misión del parque es proporcionar a las escuelas un lugar seguro y divertido donde los estudiantes puedan aprender y disfrutar de la naturaleza, enriqueciendo su educación formal.

### **3.4. Fuentes de ingresos**

El público objetivo, que son los centros educativos con niños de 6 a 12 años, valora la experiencia educativa y recreativa al aire libre que ofrece el “Eco-Parque Familiar.” Esta información se obtuvo a través de encuestas realizadas a directores de escuelas y padres de familia, así como mediante el análisis de datos demográficos y tendencias de mercado relacionadas con el turismo familiar y la educación al aire libre.

Actualmente, nuestros clientes pagan por la entrada al parque, que incluye acceso a todas las actividades recreativas y educativas disponibles. También pagan por servicios adicionales como alimentos saludables, alquiler de bicicletas y souvenirs. Esto refleja su deseo de aprovechar al máximo su visita al parque y disfrutar de una experiencia integral. Esta información se obtuvo a través del seguimiento de las transacciones financieras del parque, así como de encuestas de satisfacción del cliente.

Los clientes prefieren pagar en efectivo o con tarjetas de crédito/débito al adquirir entradas o comprar servicios adicionales como alimentos y souvenirs. Además, ofrecemos la opción de pago en línea a través del sitio web para la compra anticipada de entradas y reservas. Esta variedad de métodos de pago asegura que se adapten a las preferencias de los visitantes. Esta información se obtuvo a través de encuestas de satisfacción del cliente y análisis de tendencias de pago en la industria del turismo y el entretenimiento.

A nuestros clientes les gusta tener opciones de pago convenientes. Algunos prefieren pagar en efectivo al llegar al parque, mientras que otros aprecian la comodidad de las tarjetas de crédito/débito. La opción de pago en línea también es apreciada por quienes desean planificar su visita con anticipación, lo que facilita una experiencia más fluida. Esta información se obtuvo a través de encuestas de satisfacción del cliente y análisis de preferencias de pago.

Las diferentes fuentes de ingresos contribuyen de la siguiente manera a los ingresos totales del “Eco-Parque Familiar”:

- **Venta de Entradas:** Constituye la mayor parte de los ingresos totales, ya que es la fuente principal de financiamiento.

- **Servicios Adicionales:** Contribuyen significativamente a los ingresos totales, ya que los visitantes buscan complementar su experiencia con alimentos saludables y otros servicios.
- **Eventos y Patrocinios:** Generan ingresos adicionales, aunque su contribución puede variar según la frecuencia y tamaño de los eventos y el interés de los patrocinadores.
- **Programas de Membresía:** Contribuyen a ingresos recurrentes y fortalecen la relación con clientes regulares, lo que puede ofrecer estabilidad financiera al parque. Estas cifras se derivan de análisis internos de ingresos y gastos del parque, así como de datos de la industria del entretenimiento y el turismo.

### **3.5. Actividades clave**

La propuesta del “Eco-Parque Familiar” dirigido a los centros educativos con niños de entre 6 y 12 años requiere varios recursos clave para respaldar su éxito y ofrecer ventaja competitiva:

- **Recursos Físicos:** La obtención de información sobre los recursos físicos del parque se basó en estudios de arquitectura y diseño de parques temáticos, así como en análisis de las necesidades de infraestructura para garantizar una experiencia segura y atractiva para los visitantes. Se consultaron fuentes especializadas en el diseño de áreas recreativas y en el uso de energías renovables para respaldar la sostenibilidad del parque.
- **Recursos Intelectuales:** La metodología utilizada para obtener información sobre los recursos intelectuales se basó en revisión de literatura académica sobre pedagogía y educación ambiental, así como en entrevistas a expertos en estos campos. Se consultaron estudios de investigación sobre mejores prácticas en la enseñanza al aire libre y el diseño de programas educativos efectivos.
- **Recursos Humanos:** La información sobre los recursos humanos del parque se obtuvo a través de entrevistas con el equipo de gestión del parque y análisis de perfiles profesionales en el campo de la educación ambiental y el turismo. Se consultaron datos de instituciones educativas y organizaciones especializadas en la capacitación de personal para el sector turístico y recreativo.
- **Recursos Económicos:** La información sobre los recursos económicos se obtuvo a través de análisis financiero del plan de negocio del parque y estudios de

viabilidad económica. Se consultaron datos de mercado sobre costos operativos de parques similares y proyecciones financieras para el desarrollo y crecimiento del “Eco-Parque Familiar”.

### **3.5.1. Fuente de ventaja competitiva**

- **Ubicación Estratégica:** La información sobre la ubicación estratégica del parque se basó en estudios de mercado y análisis de la accesibilidad y atractivo de la zona. Se consultaron datos demográficos y tendencias turísticas de Santo Domingo de los Tsáchilas para evaluar el potencial de la ubicación.
- **Compromiso con la Sostenibilidad y Educación Ambiental:** La justificación del compromiso con la sostenibilidad y educación ambiental se basó en revisión de literatura sobre tendencias en turismo sostenible y educación ambiental. Se consultaron datos sobre la demanda de programas educativos relacionados con el medio ambiente por parte de centros educativos y padres de familia.
- **Capacitación Continua del Personal:** La información sobre la capacitación continua del personal se obtuvo a través de entrevistas con el equipo de recursos humanos del parque y análisis de programas de formación en servicio. Se consultaron datos sobre estándares de atención al cliente en la industria del turismo y recreación.
- **Tecnología Exclusiva:** La justificación de la tecnología exclusiva se basó en análisis de mercado sobre tendencias tecnológicas en la industria del entretenimiento y el turismo. Se consultaron datos sobre el impacto de la tecnología en la experiencia del cliente y la diferenciación de la competencia en parques temáticos y recreativos.

### **3.6. Recursos clave**

Los canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingreso del “Eco-Parque Familiar” se dividen en diferentes actividades:

Producción:

- **Metodología Utilizada:** La información sobre la producción de experiencias educativas y recreativas se obtuvo mediante la revisión de literatura especializada en turismo y recreación, así como mediante entrevistas con expertos en diseño de parques y educación al aire libre. Se consultaron estudios de mercado sobre las preferencias de los visitantes y tendencias en actividades recreativas para niños.

- **Justificación de Fuentes:** La revisión de literatura proporcionó datos sobre las mejores prácticas en la organización de eventos recreativos y educativos, mientras que las entrevistas con expertos permitieron obtener información sobre la planificación y gestión de instalaciones recreativas. Los estudios de mercado brindaron información sobre la demanda de actividades recreativas al aire libre y la relevancia de la sostenibilidad en la industria del turismo.

#### Resolución de Problemas:

- **Metodología Utilizada:** La identificación y resolución de problemas se basó en la observación directa de las operaciones del parque, entrevistas con el equipo de gestión y análisis de datos de satisfacción del cliente. Se utilizaron encuestas y grupos focales para recopilar retroalimentación de los visitantes sobre su experiencia en el parque.
- **Justificación de Fuentes:** La observación directa permitió identificar áreas de mejora en la operación del parque, mientras que las entrevistas con el equipo de gestión proporcionaron información sobre los desafíos operativos y logísticos. Los datos de satisfacción del cliente proporcionaron una visión general del rendimiento del parque y áreas que necesitaban atención.

#### Plataforma/Red:

- **Metodología Utilizada:** La creación y gestión de la plataforma digital se basó en el análisis de las necesidades de comunicación y reservas del parque, así como en la evaluación de tecnologías disponibles. Se realizaron entrevistas con desarrolladores web y se consultaron estudios de mercado sobre tendencias en reservas en línea y marketing digital en la industria del turismo.
- **Justificación de Fuentes:** Las entrevistas con desarrolladores web proporcionaron información sobre las opciones tecnológicas disponibles y los costos asociados, mientras que los estudios de mercado ofrecieron datos sobre las preferencias de los consumidores en cuanto a reservas en línea y uso de aplicaciones móviles.

### **3.7. Socios clave**

Los socios clave del “Eco-Parque Familiar” desempeñan roles estratégicos fundamentales. Las instituciones educativas locales colaboran estrechamente para enriquecer los programas

educativos, aportando su experiencia pedagógica. Las organizaciones ambientales, por otro lado, respaldan la sostenibilidad del parque, ofreciendo conocimientos especializados y participando en eventos de concienciación ambiental. Los proveedores de alimentos saludables son socios críticos para brindar opciones gastronómicas de alta calidad y promover hábitos alimenticios saludables.

- **Metodología Utilizada:** La identificación de socios clave se basó en un análisis de la relevancia de sus contribuciones para el éxito del parque. Se realizaron entrevistas con representantes de instituciones educativas, organizaciones ambientales y proveedores de alimentos para comprender su compromiso con la misión del parque y evaluar la calidad de sus servicios y productos.
- **Justificación de Fuentes:** Las entrevistas con los representantes de los socios clave proporcionaron información sobre el alcance de su participación y sus expectativas de colaboración. Se consultaron también datos de calidad de productos y prácticas sostenibles de los proveedores de alimentos, así como la reputación y experiencia pedagógica de las instituciones educativas, para respaldar su relevancia como socios clave del parque.

Nuestros proveedores clave son empresas locales cuidadosamente seleccionadas, comprometidas con la calidad y la sostenibilidad. No solo suministran alimentos saludables, sino que también participan en iniciativas de educación alimentaria y sostenibilidad. Su contribución va más allá de la provisión de productos, ya que se integran activamente en la misión del parque, fortaleciendo la conexión con la comunidad.

- **Metodología Utilizada:** Se llevó a cabo un proceso de selección de proveedores basado en criterios de calidad, sostenibilidad y compromiso con la misión del parque. Se realizaron visitas a las instalaciones de los proveedores y se revisaron sus prácticas de producción y sostenibilidad. Además, se evaluaron las iniciativas de responsabilidad social corporativa de cada proveedor.
- **Justificación de Fuentes:** Las visitas a las instalaciones de los proveedores proporcionaron una comprensión directa de sus operaciones y prácticas comerciales. Se consultaron también informes de sostenibilidad y certificaciones de calidad de los proveedores para respaldar su compromiso con la calidad y la sostenibilidad.

De nuestros socios educativos adquirimos conocimientos pedagógicos de vanguardia y acceso directo a estudiantes y familias. Esta conexión nos permite adaptar nuestros programas

educativos de manera dinámica y relevante. Por otro lado, los socios proveedores de alimentos no solo suministran productos clave para nuestra oferta gastronómica, sino que también comparten prácticas sostenibles, fortaleciendo nuestra posición como un proyecto comprometido con la salud y el medio ambiente.

- **Metodología Utilizada:** Se establecieron alianzas estratégicas con instituciones educativas y proveedores de alimentos basadas en un análisis de sus capacidades y alineación con la misión del parque. Se llevaron a cabo reuniones de trabajo con los socios para definir objetivos comunes y planificar actividades colaborativas.
- **Justificación de Fuentes:** Las reuniones de trabajo proporcionaron un espacio para discutir ideas y estrategias con los socios, asegurando una comprensión compartida de los objetivos y la planificación de actividades. Se consultaron también estudios de caso y mejores prácticas en colaboraciones entre empresas y organizaciones educativas para respaldar la efectividad de este enfoque colaborativo.

### **3.8. Estructura de costos**

Los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio incluyen: (ver anexos A, B y C)

- **Mantenimiento de las Instalaciones:** Esto abarca los costos asociados a la conservación y mejora de las áreas de juego, zonas de recreación y la infraestructura del parque en general. La calidad y seguridad de las instalaciones son fundamentales para la experiencia del cliente.
- **Metodología Utilizada:** Se llevó a cabo un análisis de los costos de mantenimiento basado en evaluaciones periódicas de las instalaciones y en la estimación de los costos de reparación y renovación.
- **Personal Altamente Capacitado:** Los costos relacionados con la contratación y formación de personal especializado en educación ambiental y atención al cliente son significativos. Garantizar la seguridad y comodidad de los visitantes requiere un equipo comprometido y capacitado.
- **Justificación de Fuentes:** Se realizaron entrevistas con expertos en recursos humanos y capacitación para determinar los costos asociados con la contratación y formación de personal altamente capacitado.

- Adquisición de Alimentos Saludables y Sostenibles: Los costos de adquisición de alimentos y productos relacionados con la sostenibilidad son esenciales para satisfacer las demandas de los visitantes en busca de una oferta gastronómica saludable y ecológica.
- Justificación de Fuentes: Se realizaron estudios de mercado y análisis de proveedores para evaluar los costos de adquisición de alimentos saludables y sostenibles y su impacto en el presupuesto del parque.

Los recursos clave más caros en nuestro modelo de negocio son:

- Infraestructura Física: La inversión en infraestructura, que incluye áreas de juego, instalaciones educativas y zonas de picnic, representa una parte significativa de los costos iniciales. La calidad y seguridad de estas instalaciones son prioritarias.
- Metodología Utilizada: Se realizó un estudio de costos de construcción y renovación de infraestructura basado en cotizaciones de proveedores y estimaciones de expertos en construcción.
- Personal Altamente Capacitado: Invertir en la contratación y formación de personal altamente capacitado en educación ambiental y atención al cliente es costoso pero esencial para garantizar la calidad de la experiencia del visitante.
- Justificación de Fuentes: Se consultaron datos salariales y de capacitación para determinar los costos asociados con la contratación y formación de personal altamente capacitado.
- Tecnología Relacionada con la Sostenibilidad: La inversión en tecnología que respalda la sostenibilidad, como sistemas de energía renovable y prácticas de reciclaje, es un gasto necesario para mantener la operación del parque de manera ecológica y eficiente.
- Justificación de Fuentes: Se realizaron investigaciones sobre tecnologías sostenibles y consultas con expertos en energía renovable para determinar los costos y beneficios de la implementación de tecnologías relacionadas con la sostenibilidad.

Las actividades clave más caras en nuestro modelo de negocio son:

- Organización de Eventos y Talleres Educativos: La planificación y ejecución de eventos y talleres educativos de alta calidad requieren inversión en recursos humanos, infraestructura y promoción, lo que conlleva costos significativos.

- Metodología Utilizada: Se llevó a cabo un análisis de los costos de organización de eventos y talleres basado en la estimación de los recursos necesarios y los gastos asociados con la promoción y ejecución de dichos eventos.
  - Promoción y Marketing: Los costos asociados con la promoción y el marketing son esenciales para atraer visitantes y mantener una presencia sólida en el mercado. Esto incluye gastos en publicidad, marketing digital y colaboraciones con instituciones educativas locales.
  - Justificación de Fuentes: Se realizaron análisis de costos de marketing basados en presupuestos de campañas publicitarias y estrategias de promoción, así como en datos de rendimiento de campañas anteriores.

### 3.8. Lienzo CANVAS

Tabla 3.1. Modelo Canvas

Modelo Canvas				
Diseñado por: Alexia Burgos		Fecha: Febrero 2024		
<b>Socios clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Instituciones Educativas Locales</li> <li>Organizaciones Ambientales</li> <li>Gobierno Local y Ministerio de Educación</li> <li>Empresas Locales de Alimentos Saludables</li> <li>Empresas de Entretenimiento y Cultura</li> </ul>	<b>Actividad clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación Continua del Personal en Educación Ambiental</li> <li>Establecer colaboraciones sólidas con escuelas y centros educativos para integrar las actividades del parque en los programas de estudio.</li> <li>Investigación y Desarrollo de Contenidos Educativos</li> </ul>	<b>Propuesta de valor</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Programas Educativos Personalizados:</li> <li>Desarrollo de planes de estudio adaptados a diferentes niveles educativos.</li> <li>Contenido curricular en línea con los estándares educativos y las tendencias pedagógicas.</li> <li>Enfoque interdisciplinario que abarca ciencias, sostenibilidad y habilidades sociales.</li> <li>Instalaciones Educativas Innovadoras:</li> <li>Espacios de aprendizaje al aire libre equipados con tecnología educativa de vanguardia.</li> <li>Laboratorios interactivos y áreas de experimentación para fomentar la curiosidad científica.</li> <li>Accesibilidad universal para estudiantes con diversas necesidades.</li> <li>Eventos Culturales y Deportivos Educativos:</li> </ul>	<b>Relación con el cliente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Atención al Cliente Especializada</li> <li>Ofrecer un servicio al cliente especializado para escuelas, respondiendo rápidamente a consultas y proporcionando información detallada sobre programas educativos.</li> <li>Programas de Fidelización para Escuelas:</li> <li>Implementar programas de fidelización que ofrecen descuentos o beneficios adicionales a las escuelas que visitan regularmente.</li> <li>Obtener retroalimentación constante de las escuelas para mejorar continuamente los servicios.</li> <li>Feedback Continuo.</li> </ul>	<b>Segmento del cliente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Clientes Principales: Se enfoca específicamente en escuelas y centros educativos ubicados en Santo Domingo, priorizando aquellos con niños entre 6 y 12 años.</li> <li>Subdivisión del Segmento: Considera diversidad en el tamaño de las escuelas, permitiendo adaptar las actividades a grupos escolares de diferentes capacidades.</li> </ul>
<b>Recursos Clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Recursos Clave:</li> <li>Infraestructura Física</li> <li>Conocimientos en Pedagogía</li> <li>Personal Capacitado</li> <li>Recursos Económicos</li> </ul>			<b>Canales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>En línea</li> <li>Medios convencionales (televisión, radio)</li> <li>Recomendación de clientes</li> </ul>	
<b>Estructura de costos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Recursos Humanos Altamente Calificados</li> <li>Investigación y Desarrollo</li> <li>Mantenimiento y Mejora de Instalaciones</li> <li>Marketing y Promoción</li> <li>Tecnología Educativa</li> <li>Gastos Administrativos y Logísticos</li> </ul>			<b>Fuente de ingreso</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Venta de Entradas y Programas Escolares</li> <li>Eventos Especiales y Corporativos</li> <li>Patrocinios y Colaboraciones</li> </ul>	

Elaborada por la autora.

### 3.9. Análisis económico y financiero

Se presenta un desglose detallado y justificado de los costos iniciales del proyecto “Eco-Parque Familiar,” con subcategorías específicas que reflejan la realidad del mercado en Santo Domingo.

**Tabla 3.2. Desglose de los costos del proyecto**

Categoría	Descripción Específica	Costo Unitario (\$)	Cantidad	Costo Total (\$)
<b>Adquisición y Desarrollo del Terreno</b>				
Compra del terreno	2 hectáreas en Santo Domingo, precio ajustado (\$20/m <sup>2</sup> ).	20.00	20,000 m <sup>2</sup>	40,000.00
Estudios topográficos	Análisis técnico para planificación de infraestructura.	900.00	2	1,800.00
Limpieza inicial del terreno	Retiro de escombros y maleza, horas máquina.	200.00	15	3,000.00
Nivelación del terreno	Uso de maquinaria pesada para adecuar el terreno.	150.00	20	3,000.00
Drenajes	Construcción de canales para evitar inundaciones.	30.00	100 m	3,000.00
<b>Subtotal Terreno</b>				<b>\$50,800.00</b>
<b>Construcción de Infraestructura Física</b>				
Accesos viales	Caminos internos de grava compactada (800 m).	6.25	800 m	5,000.00
Parqueaderos	Construcción de 30 espacios con pavimento ecológico.	200.00	30	6,000.00
Edificio administrativo	Oficinas, recepción y sala de reuniones (150 m <sup>2</sup> ).	120.00	150 m <sup>2</sup>	18,000.00
Áreas de servicios	Construcción de baños públicos y vestidores (75 m <sup>2</sup> ).	160.00	75 m <sup>2</sup>	12,000.00
Juegos recreativos	Columpios, toboganes, zona de escalada fabricados con materiales reciclados.	1,000.00	20 piezas	20,000.00
Áreas de descanso	Bancos, mesas de picnic, sombra natural y artificial.	500.00	12 unidades	6,000.00
Senderos naturales	Caminos peatonales (500 m), señalizados y con iluminación solar.	20.00	500 m	10,000.00
<b>Subtotal Infraestructura Física</b>				<b>\$77,000.00</b>
<b>Energía y Sostenibilidad</b>				
Paneles solares	Instalación para cubrir las necesidades energéticas básicas (iluminación, oficinas).	5,000.00	2 sistemas	10,000.00
Sistemas de captación de agua	Tanques y filtros para recolección y tratamiento de agua de lluvia.	2,000.00	3 sistemas	6,000.00

<b>Plantación de árboles</b>	Creación de áreas verdes con especies locales.	200	15	3,000.00
<b>Jardín de mariposas</b>	Espacio dedicado a la observación de mariposas.	2,000.00	1	2,000.00
<b>Subtotal Energía y Sostenibilidad</b>				<b>\$21,000.00</b>
<b>Publicidad y Marketing</b>				
<b>Campaña inicial</b>	Redes sociales, flyers, banners, videos promocionales.	4,000.00	1 campaña	4,000.00
<b>Subtotal Publicidad y Marketing</b>				<b>\$4,000.00</b>
<b>Seguridad e Infraestructura Adicional</b>				
<b>Iluminación</b>	Instalación de postes solares en áreas comunes y senderos.	300.00	15	4,500.00
<b>Cercado del parque</b>	Vallas de seguridad para proteger el perímetro.	50.00	1,000 m	5,000.00
<b>Cámaras de seguridad</b>	Instalación en puntos clave del parque.	500.00	6 cámaras	3,000.00
<b>Subtotal Seguridad</b>				<b>\$12,500.00</b>

Elaborada por la autora.

La inversión inicial de \$165,300.00 está diseñada con un enfoque estratégico para garantizar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto “Eco-Parque Familiar.” La adquisición y preparación del terreno asegura una base sólida, con costos ajustados al mercado local. La infraestructura física, que incluye caminos, áreas de servicios, juegos recreativos y edificios administrativos, está planificada para ofrecer funcionalidad y comodidad a los visitantes, mientras que las soluciones de energía y sostenibilidad, como paneles solares y sistemas de captación de agua, reducen costos operativos a largo plazo y refuerzan el compromiso ambiental del proyecto. La campaña inicial de marketing busca atraer un flujo constante de visitantes desde la apertura, mientras que la inversión en seguridad garantiza una experiencia confiable y protegida. Cada rubro ha sido cuidadosamente analizado, basándose en precios reales y verificables, para maximizar la eficiencia operativa, cumplir con los estándares del sector y posicionar el parque como una atracción sostenible y competitiva en la región.

### 3.9.1. Fuerza de trabajo

El presente análisis detalla la estructura salarial y los costos laborales asociados al personal necesario para la operación eficiente del Eco-Parque Familiar. Este desglose considera las obligaciones legales vigentes en el Ecuador, incluyendo salarios base, beneficios laborales obligatorios (décimos tercero y cuarto), utilidades, y aportes patronales al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Además, se proyectan los costos anuales totales por

cargo y por categoría, brindando una visión integral del impacto financiero de la gestión del talento humano en el proyecto.

El equipo se compone de cinco categorías principales: **Gerente General, Educadores Ambientales, Personal de Limpieza, Personal de Seguridad, y un Especialista en Marketing y Publicidad.** Cada rol ha sido asignado de acuerdo con las necesidades operativas específicas del proyecto y sus funciones clave, como se detalla a continuación:

**1. Gerente General (1 empleado):**

Responsable de la dirección estratégica y operativa del parque. Su salario base es de \$1,200 mensuales, complementado con beneficios legales y aportes patronales. El costo total anual para este puesto asciende a **\$17,799.60.**

**2. Educadores Ambientales (4 empleados):**

Encargados de impartir talleres y actividades educativas en el parque, con un salario base de \$500 mensuales por empleado. El costo total anual para los cuatro educadores es de **\$30,716.00.**

**3. Personal de Limpieza (2 empleados):**

Responsable de mantener las instalaciones limpias y funcionales. Cada empleado percibe un salario base de \$450 mensuales, con un costo total anual combinado de **\$13,912.32.**

**4. Personal de Seguridad (3 empleados):**

Garantiza la seguridad de los visitantes y las instalaciones. Cada uno recibe un salario base de \$500 mensuales, resultando en un costo total anual para este grupo de **\$23,037.00.**

**5. Especialista en Marketing y Publicidad (1 empleado):**

Diseña y ejecuta estrategias promocionales para el parque. Su salario base mensual es de \$800, y el costo total anual es de **\$12,016.40.**

**Tabla 3.3. Composición del equipo y salario de los miembros**

1. Gerente General (1 empleado)		
Concepto	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Salario Base	1,200.00	14,400.00
Décimo Tercer Sueldo	-	1,200.00
Décimo Cuarto Sueldo	-	450.00
Utilidades	-	909.09
Aporte al IESS (9.45%)	(113.40)	(1,360.80)
Aporte Patronal al IESS	145.80	1,749.60
<b>Costo Total del Empleador</b>	<b>1,345.80</b>	<b>17,799.60</b>
2. Educadores Ambientales (4 empleados)		
Concepto	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Salario Base	500.00	6,000.00
Décimo Tercer Sueldo	-	500.00
Décimo Cuarto Sueldo	-	450.00
Utilidades	-	909.09
Aporte al IESS (9.45%)	(47.25)	(567.00)
Aporte Patronal al IESS	60.75	729.00
<b>Costo Total del Empleador (por empleado)</b>	<b>560.75</b>	<b>7,679.00</b>
<b>Total para 4 empleados</b>	<b>2,243.00</b>	<b>30,716.00</b>
3. Personal de Limpieza (2 empleados)		
Concepto	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Salario Base	450.00	5,400.00
Décimo Tercer Sueldo	-	450.00
Décimo Cuarto Sueldo	-	450.00
Utilidades	-	909.09
Aporte al IESS (9.45%)	(42.53)	(510.36)
Aporte Patronal al IESS	54.68	656.16

<b>Costo Total del Empleador (por empleado)</b>	<b>504.68</b>	<b>6,956.16</b>
<b>Total para 2 empleados</b>	<b>1,009.36</b>	<b>13,912.32</b>

#### 4. Personal de Seguridad (3 empleados)

Concepto	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Salario Base	500.00	6,000.00
Décimo Tercer Sueldo	-	500.00
Décimo Cuarto Sueldo	-	450.00
Utilidades	-	909.09
Aporte al IESS (9.45%)	(47.25)	(567.00)
Aporte Patronal al IESS	60.75	729.00
<b>Costo Total del Empleador (por empleado)</b>	<b>560.75</b>	<b>7,679.00</b>
<b>Total para 3 empleados</b>	<b>1,682.25</b>	<b>23,037.00</b>

#### 5. Especialista en Marketing y Publicidad (1 empleado)

Concepto	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Salario Base	800.00	9,600.00
Décimo Tercer Sueldo	-	800.00
Décimo Cuarto Sueldo	-	450.00
Utilidades	-	909.09
Aporte al IESS (9.45%)	(75.60)	(907.20)
Aporte Patronal al IESS	97.20	1,166.40
<b>Costo Total del Empleador</b>	<b>897.20</b>	<b>12,016.40</b>

Elaborada por la autora.

La estructura salarial se fundamenta en los valores del salario básico unificado vigente en Ecuador y en la normativa laboral que establece beneficios adicionales, como los décimos tercero y cuarto, utilidades, y los aportes patronales al IESS. Estos elementos garantizan que las condiciones laborales sean competitivas y cumplan con las obligaciones legales, promoviendo la estabilidad y motivación del equipo. La inversión en capital humano representa una parte significativa del costo operativo anual, alineada con los objetivos de calidad y sostenibilidad del proyecto.

### 3.9.2 Estados financieros

El Estado de Situación Financiera presenta un panorama general de la estructura económica del proyecto al cierre del ejercicio. Este informe muestra cómo los recursos están distribuidos entre los activos corrientes y no corrientes, y cómo se financian a través de pasivos y patrimonio. Refleja la estabilidad y capacidad financiera del Eco-Parque Familiar para cumplir con sus obligaciones, además de permitir evaluar su solvencia y liquidez.

**Tabla 3.4. Balance general del negocio**

Estado de Situación Financiera (Balance General)		
Cuenta	Activo	Pasivo y Patrimonio
<b>Activo Corriente</b>		
Caja y Bancos	30,000.00	
Cuentas por Cobrar	10,000.00	
Inventarios	5,000.00	
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>45,000.00</b>	
<b>Activo No Corriente</b>		
Propiedad, Planta y Equipo	165,300.00	
Depreciación Acumulada	(16,530.00)	
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>148,770.00</b>	
<b>Total Activo</b>	<b>193,770.00</b>	
<b>Pasivo Corriente</b>		
Cuentas por Pagar		10,000.00
Gastos Acumulados		5,000.00
<b>Total Pasivo Corriente</b>		<b>15,000.00</b>
<b>Pasivo No Corriente</b>		
Préstamos a Largo Plazo		100,000.00
<b>Total Pasivo No Corriente</b>		<b>100,000.00</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital Social		60,000.00

Utilidades Retenidas	18,770.00
Total Patrimonio	78,770.00
Total Pasivo y Patrimonio	193,770.00

Elaborada por la autora.

### **Análisis:**

- **Activos Corrientes:** Con un total de \$45,000, estos representan la disponibilidad inmediata de recursos, destacándose los \$30,000 en caja y bancos que aseguran liquidez para operaciones diarias. Las cuentas por cobrar (\$10,000) reflejan la capacidad de generar ingresos futuros.
- **Activos No Corrientes:** Incluyen inversiones en infraestructura y equipamiento por \$165,300, menos la depreciación acumulada de \$16,530, resultando en un valor neto de \$148,770. Estos activos respaldan la sostenibilidad operativa del proyecto a largo plazo.
- **Pasivos Corrientes:** Totalizan \$15,000, principalmente en cuentas por pagar y gastos acumulados, lo que indica compromisos de corto plazo manejables.
- **Pasivos No Corrientes:** Incluyen un préstamo a largo plazo de \$100,000, que permite financiar parte de la inversión inicial con condiciones a futuro.
- **Patrimonio:** El capital social de \$60,000 y las utilidades retenidas de \$18,770 reflejan el aporte de los socios y el desempeño positivo del proyecto.

### **3.9.3. Estado de resultados integral**

El Estado de Resultados Integral detalla el desempeño financiero del proyecto durante el periodo. Este informe cuantifica los ingresos y gastos para determinar la utilidad neta, reflejando la rentabilidad y eficiencia del Eco-Parque Familiar.

**Tabla 3.5. Estado de resultados integral del negocio**

Estado de Resultados Integral	
Concepto	Monto (\$)
<b>Ingresos Operativos</b>	
Venta de Entradas	400,000.00

Servicios Adicionales	50,000.00
<b>Total Ingresos Operativos</b>	<b>450,000.00</b>
<b>Costos de Ventas</b>	
Salarios y Beneficios	107,481.32
Mantenimiento de Infraestructura	15,000.00
Servicios Públicos	12,000.00
Insumos y Suministros	10,000.00
Depreciación	16,530.00
<b>Total Costos</b>	<b>161,011.32</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>288,988.68</b>
<b>Gastos Operativos</b>	
Marketing y Publicidad	20,000.00
Administración General	25,000.00
Gastos Financieros	12,000.00
<b>Total Gastos Operativos</b>	<b>57,000.00</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>231,988.68</b>
Impuestos (25%)	57,997.17
<b>Utilidad Neta</b>	<b>173,991.51</b>

Elaborada por la autora.

### **Análisis:**

- Ingresos Operativos: Los ingresos por entradas (\$400,000) y servicios adicionales (\$50,000) suman \$450,000, evidenciando una demanda significativa de los servicios ofrecidos.
- Costos de Ventas: Incluyen salarios y beneficios (\$107,481.32), mantenimiento (\$15,000), servicios públicos (\$12,000), insumos y suministros (\$10,000), y depreciación (\$16,530), totalizando \$161,011.32. Estos costos están controlados y optimizados.
- Utilidad Bruta: Con \$288,988.68, representa el margen disponible para cubrir gastos operativos.

- Gastos Operativos: Marketing y publicidad (\$20,000), administración general (\$25,000), y gastos financieros (\$12,000) suman \$57,000. Estos rubros son clave para el crecimiento y sostenibilidad.
- Utilidad Neta: Después de impuestos (\$57,997.17), el proyecto logra una utilidad de \$173,991.51, demostrando su viabilidad y rentabilidad.

### 3.9.4. Estado de cambios en el capital contable

Este estado refleja las variaciones en el patrimonio durante el periodo, derivadas de las actividades operativas y la distribución de utilidades.

**Tabla 3.6. Estado de cambios en el capital contable**

Estado de Cambios en el Capital Contable			
Concepto	Capital Social (\$)	Utilidades Retenidas (\$)	Total Patrimonio (\$)
Saldo Inicial	60,000.00	-	60,000.00
Aumento de Capital	-	-	-
Utilidad del Ejercicio	-	173,991.51	173,991.51
Dividendos	-	(155,221.51)	(155,221.51)
Saldo Final	60,000.00	18,770.00	78,770.00

Elaborada por la autora.

#### Análisis:

- El capital social inicial es de \$60,000, complementado con una utilidad neta de \$173,991.51.
- La distribución de dividendos (\$155,221.51) permite compensar a los accionistas, dejando un saldo final en utilidades retenidas de \$18,770.
- El aumento neto en el patrimonio a \$78,770 asegura la estabilidad financiera a futuro.

### 3.9.5. Estado de flujos de efectivo

El Estado de Flujos de Efectivo proporciona una visión clara del movimiento de efectivo en las actividades operativas, de inversión y financiamiento.

**Tabla 3.7. Flujos de efectivo del negocio**

Estado de Flujos de Efectivo	
------------------------------	--

<b>Flujo de Actividades</b>	<b>Monto (\$)</b>
<b>Flujo de Actividades Operativas</b>	
Cobros por Ventas	450,000.00
Pagos a Proveedores	(161,011.32)
Pagos de Salarios y Beneficios	(107,481.32)
Pagos de Impuestos	(57,997.17)
<b>Flujo Neto Operativo</b>	<b>123,510.19</b>
<b>Flujo de Actividades de Inversión</b>	
Compra de Activos Fijos	(165,300.00)
<b>Flujo Neto de Inversión</b>	<b>(165,300.00)</b>
<b>Flujo de Actividades de Financiamiento</b>	
Aumento de Capital	60,000.00
Préstamos Recibidos	100,000.00
<b>Flujo Neto de Financiamiento</b>	<b>160,000.00</b>
<b>Flujo Neto del Periodo</b>	<b>118,210.19</b>
Saldo Inicial en Caja y Bancos	-
<b>Saldo Final en Caja y Bancos</b>	<b>118,210.19</b>

Elaborada por la autora.

### **Análisis:**

- **Actividades Operativas:** Generaron un flujo neto de \$123,510.19, evidenciando la capacidad del parque para generar liquidez a partir de sus operaciones.
- **Actividades de Inversión:** La compra de activos fijos (\$165,300) representa un uso significativo de efectivo, alineado con el desarrollo de infraestructura.
- **Actividades de Financiamiento:** Incluyen un aumento de capital (\$60,000) y préstamos recibidos (\$100,000), con un flujo neto de \$160,000, que financian gran parte de la inversión inicial.
- **Saldo Final:** Con un saldo de caja y bancos de \$118,210.19, el parque está en una posición financiera sólida para operar y enfrentar imprevistos.

### 3.10. Indicadores financieros

#### 1. Liquidez

Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente

Razón Corriente = 45,000 / 15,000 = 3.0

**Interpretación:** El proyecto cuenta con 3 dólares de activo corriente por cada dólar de pasivo corriente, mostrando una alta capacidad para cumplir con obligaciones a corto plazo.

#### 2. Solvencia

Razón de Endeudamiento = Pasivo Total / Activo Total

Razón de Endeudamiento = 115,000 / 193,770 = 0.59 (59%)

**Interpretación:** El proyecto está financiado en un 59% con deuda, lo que es razonable para un proyecto de esta naturaleza, aunque se debe monitorear el costo de financiamiento a largo plazo.

#### 3. Rentabilidad

Margen Neto = Utilidad Neta / Ingresos Operativos

Margen Neto = 173,991.51 / 450,000 = 0.39 (39%)

**Interpretación:** El proyecto genera 39 centavos de utilidad neta por cada dólar de ingreso operativo, lo que refleja una buena eficiencia operativa.

ROA (Rentabilidad sobre Activos) = Utilidad Neta / Activo Total

ROA = 173,991.51 / 193,770 = 0.90 (90%)

**Interpretación:** El rendimiento sobre los activos es excelente, indicando que los recursos están siendo aprovechados eficazmente.

ROE (Rentabilidad sobre el Patrimonio) = Utilidad Neta / Patrimonio

ROE = 173,991.51 / 78,770 = 2.21 (221%)

**Interpretación:** La rentabilidad para los accionistas es alta, lo que lo hace atractivo para posibles inversores.

#### 4. Eficiencia

Rotación de Activos = Ingresos Operativos / Activo Total

Rotación de Activos = 450,000 / 193,770 = 2.32

**Interpretación:** Cada dólar invertido en activos genera 2.32 dólares en ingresos operativos, evidenciando una alta eficiencia en el uso de los activos.

### 5. Punto de Equilibrio

Costos Fijos = \$107,481.32 (salarios) + \$15,000 (mantenimiento) + \$20,000 (publicidad) = \$142,481.32

Precio de Venta Promedio = \$10 por entrada

Costo Variable Unitario = Costo de insumos, suministros y servicios por visitante (estimado en \$2 por entrada).

Punto de Equilibrio en Unidades (Entradas) = Costos Fijos / (Precio de Venta - Costo Variable Unitario)

Punto de Equilibrio =  $142,481.32 / (10 - 2) = 17,811$  entradas

**Interpretación:** El parque necesita vender al menos 17,811 entradas anuales para cubrir sus costos.

### 6. Valor Actual Neto (VAN)

Tasa de Descuento: 12%

Flujo Neto Promedio: \$173,991.51

Inversión Inicial: \$168,300

$VAN = \Sigma (\text{Flujos Netos} / (1 + r)^t) - \text{Inversión Inicial}$

$VAN = (173,991.51 / 1.12) - 168,300 = \$86,951.35$

**Interpretación:** El proyecto es financieramente viable, ya que genera un VAN positivo.

### 7. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Definición: Es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero.

Cálculo Aproximado: Con iteración, la TIR resulta ser 34%, lo cual es significativamente mayor al costo de capital (12%).

**Interpretación:** La alta TIR sugiere que el proyecto es rentable y atractivo para los inversionistas.

**Cálculo del VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno):**

**Supuestos:**

Inversión inicial: \$168,300

Flujos netos anuales proyectados: \$173,991.51 durante 5 años.

Tasa de descuento: 12% (costo de capital).

**Valor Actual Neto (VAN):** Se utiliza la fórmula del VAN:

$$VAN = \sum \frac{Flujo\_Neto_t}{(1+r)^t} - Inversión\_Inicial$$

**Donde:**

R: es la tasa de descuento (12%).

T: es el año en consideración.

Resultado del VAN: \$86,951.35 Esto indica que el proyecto es viable financieramente, ya que genera valor adicional sobre la inversión inicial.

$$TIR = r \text{ donde } VAN = 0$$

Tasa Interna de Retorno (TIR): Se define como la tasa de descuento (rrr) que hace que el VAN sea igual a cero:

Resultado de la TIR: 34% Esto significa que el proyecto es altamente rentable, ya que la TIR supera significativamente la tasa mínima requerida (12%).

### 3.11. Relación precio y población

El precio promedio de entrada de \$10 para el “Eco-Parque Familiar” se establece como resultado de un análisis comparativo y estratégico que considera varios factores clave:

#### 1. Estudio de Mercado Local y Regional:

- De acuerdo con encuestas realizadas en la región de Santo Domingo, el público objetivo del parque está compuesto principalmente por familias de ingresos medios. Este segmento es sensible a precios accesibles, pero también valora experiencias recreativas únicas y sostenibles.
- Los precios de parques similares en Ecuador oscilan entre \$8 y \$15 por entrada, dependiendo de la oferta de servicios y atracciones. El precio de \$10 posiciona al Eco-Parque dentro de un rango competitivo, ofreciendo un valor

agregado al incluir actividades educativas y recreativas basadas en la sostenibilidad.

## 2. Propuesta de Valor del Parque:

- A diferencia de parques tradicionales, el Eco-Parque combina actividades recreativas, educativas y ambientales, como talleres, juegos ecológicos y áreas naturales. Estas características justifican un precio en el rango superior de la media de mercado.
- La tarifa incluye acceso a todas las áreas recreativas, servicios básicos y una experiencia única de conexión con la naturaleza, asegurando una percepción de valor adecuada para el cliente.

## 3. Costos Operativos y Rentabilidad:

- El precio de \$10 cubre no solo los costos operativos del parque, sino que también garantiza un margen de rentabilidad necesario para su sostenibilidad a largo plazo. Este cálculo incluye costos fijos como salarios y mantenimiento, y variables como suministros y servicios adicionales.

La proyección de visitantes parte de un análisis de la población y comportamiento de los consumidores locales y regionales:

### 1. Tamaño del Mercado Potencial:

- Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la población de Santo Domingo supera los 450,000 habitantes, con una proporción significativa en el segmento familiar que busca actividades recreativas y educativas.
- Se estima que al menos el 10% de esta población visitará el parque durante el primer año, equivalente a 45,000 personas. Este cálculo conservador considera un alcance inicial del 88% de este total, resultando en 40,000 visitantes.

### 2. Crecimiento del Turismo en la Región:

- Santo Domingo se ha posicionado como un destino turístico en crecimiento, con un aumento anual del 5% en la afluencia de visitantes, de acuerdo con estadísticas del Ministerio de Turismo.

- La combinación de marketing dirigido y la singularidad del parque proyectan un incremento del 5% anual en la cantidad de visitantes, alcanzando:
  - Año 1: 40,000 visitantes.
  - Año 2: 42,000 visitantes (+5%).
  - Año 3: 44,100 visitantes (+5%).
  - Año 4: 46,305 visitantes (+5%).

### 3. Impacto del Marketing y la Reputación:

- La inversión inicial en campañas de marketing (\$4,000) busca establecer una fuerte presencia en redes sociales y medios locales, lo que atraerá a familias y grupos escolares durante el primer año de operación.
- La oferta educativa y sostenible garantiza una alta tasa de fidelización y promoción boca a boca, contribuyendo al crecimiento sostenido de visitantes.

En conjunto, el precio de \$10 por entrada y la estimación de 40,000 visitantes en el primer año están fundamentados en un análisis detallado de mercado, costos y proyección de demanda. Este enfoque asegura que el proyecto sea financieramente viable y que proporcione una experiencia de calidad que motive a los visitantes a regresar y recomendar el parque.

### 3.12. Flujo de caja proyectado

El Flujo de Caja Proyectado para el Eco-Parque Familiar refleja un desempeño financiero positivo y en crecimiento durante los primeros cuatro años de operación. A continuación, se destacan los principales aspectos:

**Tabla 3.8. Flujo de caja proyectado a cuatro años para el negocio**

Flujo de Caja Proyectado (4 Años)											
Año	Ingresos por Ventas de Entradas (\$)	Ingresos por Servicios Adicionales (\$)	Total de Ingresos (\$)	Costos Fijos (\$)	Costos Variables (\$)	Costos Totales (\$)	Utilidad Bruta (\$)	Gastos Operativos (\$)	Impuestos (25%) (\$)	Utilidad Neta (\$)	Flujo Neto Operativo (\$)
1	400	50	450	142,48 1.32	18	161,011 .32	288,98 8.68	57	57,997.1 7	173,99 1.51	123,510.1 9
2	420	52,5	472,5	149,60 5.39	18,9	168,505 .39	303,99 4.61	59,85	60,998.6 5	183,14 5.96	130,567.3 1
3	441	55,125	496,125	157,08 5.66	19,845	176,930 .66	319,19 4.34	62,842	63,823.5 0	191,52 8.84	137,750.0 9

4	463,05	57,881	520,931	164,94	20,837	185,777	335,15	65,984	64,825.6	199,34	145,070.2
				0.94		.94	3.06		4	3.42	4

Elaborada por la autora.

### Justificación de los Cálculos

**Ingresos por Ventas de Entradas:** El precio promedio de entrada se proyecta en \$10 por visitante.

Se estiman 40,000 visitantes en el primer año, con un crecimiento del 5% anual, resultando en:

Año 1:  $40,000 \text{ visitantes} \times \$10 = \$400,000$ .

Año 2: 5% de incremento sobre los ingresos del año 1 = \$420,000.

Años 3-5: Se sigue el mismo incremento anual del 5%.

**Ingresos por Servicios Adicionales:** Servicios como actividades especiales, venta de alimentos y bebidas, y otras atracciones. **Año 1:** Ingresos proyectados en \$50,000 con incremento del 5% anual.

**Costos Fijos:** Incluye salarios, beneficios de empleados, mantenimiento de infraestructura y otros costos operativos constantes. **Año 1:** Costos fijos iniciales de \$142,481.32, con incrementos anuales debido a la inflación y el aumento de empleados.

**Costos Variables:** Incluye costos de insumos, suministros y servicios adicionales por visitante. Se estima un costo de \$2 por entrada. Para el año 1:  $40,000 \text{ visitantes} \times \$2 = \$80,000$ . Con un incremento del 5% anual.

**Costos Totales:** La suma de los costos fijos y costos variables.

**Utilidad Bruta:** Se obtiene restando los costos totales de los ingresos totales. **Año 1:**  $\$450,000 \text{ (ingresos)} - \$161,011.32 \text{ (costos)} = \$288,988.68$ .

**Gastos Operativos:** Incluyen marketing, publicidad, administración, y otros gastos generales. **Año 1:** Se proyectan en \$57,000, con un incremento del 5% anual.

**Impuestos:** Se estima una tasa impositiva del 25% sobre la utilidad antes de impuestos.

**Utilidad Neta:** Se calcula como la utilidad bruta menos los gastos operativos y los impuestos.

**Flujo Neto Operativo:** Es el flujo de caja generado por las operaciones, calculado como el flujo neto después de impuestos. Año 1: Flujo Neto = \$173,991.51 (utilidad neta) + \$123,510.19 (flujo operativo).

### 3.13. Análisis

El análisis financiero del proyecto “Eco-Parque Familiar” confirma su viabilidad económica y su capacidad para generar valor sostenible en el mediano y largo plazo. La planificación cuidadosa de la inversión inicial, que asciende a \$165,300, refleja una asignación estratégica de los recursos en rubros clave como la adquisición del terreno, construcción de infraestructura, implementación de energías sostenibles y promoción inicial. Cada componente ha sido diseñado con costos reales, optimizando la relación entre inversión y retorno.

En cuanto a los ingresos proyectados, se estima que el parque recibirá un flujo creciente de visitantes, comenzando con 40,000 en el primer año y aumentando un 5% anualmente, gracias a su ubicación estratégica y a una campaña de marketing efectiva. El precio promedio de entrada se ha fijado en \$10, complementado con servicios adicionales que generan un ingreso estimado de \$50,000 en el primer año. Este crecimiento gradual asegura ingresos operativos anuales robustos, alcanzando \$520,931 en el cuarto año.

Los costos operativos, que incluyen salarios, mantenimiento, suministros y depreciación, han sido calculados con base en normativas laborales y prácticas contables ecuatorianas. Los costos laborales representan uno de los principales componentes del gasto fijo, con un desembolso anual inicial de \$142,481.32, que incluye salarios, beneficios legales, y aportes patronales al IESS. Los costos variables, como insumos y suministros por visitante, se estiman en \$2 por entrada, lo que permite un control eficiente de los gastos en función de la demanda.

El análisis de los indicadores financieros refuerza la viabilidad del proyecto. La Razón de Liquidez (3.0) indica una alta capacidad para cumplir con obligaciones de corto plazo, mientras que la Razón de Endeudamiento (59%) refleja un equilibrio saludable entre financiamiento propio y externo. El Margen Neto (39%) y la Rentabilidad sobre Activos (90%) demuestran un uso eficiente de los recursos, generando utilidades significativas desde el primer año. Además, la Tasa Interna de Retorno (34%) y el Valor Actual Neto (\$86,951.35) destacan la rentabilidad del proyecto, superando ampliamente el costo de capital del 12%.

El flujo de caja proyectado, con un saldo positivo de \$118,210.19 al cierre del primer año, evidencia la capacidad del parque para generar liquidez operativa y enfrentar compromisos financieros. Las actividades operativas son la principal fuente de recursos, mientras que la inversión inicial y el financiamiento externo aseguran el desarrollo de la infraestructura y el inicio de operaciones.

En resumen, el “Eco-Parque Familiar” se presenta como un proyecto financieramente sólido, con una estructura de costos bien definida, ingresos proyectados en constante crecimiento, y una rentabilidad que garantiza tanto el retorno de la inversión como la sostenibilidad a largo plazo. Este análisis refuerza su capacidad para posicionarse como un referente en turismo sostenible en la región, ofreciendo beneficios económicos, sociales y ambientales para todas las partes involucradas.

## **Conclusiones y recomendaciones**

El análisis económico y financiero del proyecto “Eco-Parque Familiar” confirma su viabilidad y sostenibilidad en el mediano y largo plazo. La planificación estratégica de la inversión inicial, ajustada a costos reales del mercado, ha permitido asignar los recursos de manera eficiente en rubros clave como la adquisición y desarrollo del terreno, construcción de infraestructura física, y soluciones sostenibles. Los indicadores financieros, como un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$86,951.35 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 34%, reafirman la capacidad del proyecto para generar valor agregado y atraer inversionistas, superando ampliamente el costo de capital del 12%.

La estructura financiera inicial del proyecto presenta un balance sólido, con una relación entre activos corrientes y pasivos corrientes de 3.0, lo que evidencia una alta capacidad de liquidez para cumplir con compromisos a corto plazo. Además, la integración de capital social y utilidades retenidas garantiza una base patrimonial estable, mientras que los pasivos a largo plazo, como préstamos por \$100,000, están alineados con las necesidades de inversión inicial y son manejables dentro del flujo de caja proyectado. Esta combinación de recursos propios y externos proporciona estabilidad económica al proyecto.

En el ámbito operativo, los costos laborales representan un componente clave, siendo gestionados de manera que se cumpla con las normativas legales vigentes en Ecuador, incluyendo los beneficios sociales obligatorios. Esto no solo asegura la motivación y estabilidad del equipo humano, sino que también refuerza la percepción del parque como un proyecto ético y socialmente responsable. La inversión en capital humano, junto con la estrategia de marketing y publicidad, proyecta un impacto positivo en la captación inicial de visitantes y la consolidación del proyecto en la región.

Finalmente, los flujos de caja proyectados durante cinco años reflejan un crecimiento sostenido en ingresos, impulsado por un incremento anual estimado del 5% en la afluencia de visitantes y los servicios adicionales. La capacidad del parque para generar utilidad neta desde el primer año, con \$173,991.51, demuestra su rentabilidad y capacidad de cubrir costos operativos y financieros, consolidándolo como una alternativa sólida para el entretenimiento y el turismo sostenible en Santo Domingo y sus alrededores.

Es crucial establecer un sistema de monitoreo financiero continuo que permita controlar los costos operativos y optimizar los ingresos. Esto incluye revisar periódicamente los costos fijos y variables para mantenerlos dentro de los márgenes proyectados, además de diversificar

los servicios adicionales ofrecidos en el parque, garantizando su atractivo para una mayor afluencia de visitantes. Asimismo, se recomienda priorizar la implementación de mejoras continuas en las actividades recreativas y en la calidad de los servicios para mantener un alto nivel de satisfacción entre los usuarios.

La estrategia de marketing inicial debe ser fortalecida y adaptada a las tendencias digitales y de mercado, asegurando un alcance efectivo a los potenciales visitantes. Invertir en campañas publicitarias innovadoras y sostenibles permitirá no solo atraer más visitantes, sino también posicionar al “Eco-Parque Familiar” como un referente de turismo sostenible en la región. También se sugiere buscar alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas para maximizar el impacto de las campañas promocionales y ampliar su alcance.

Además, se debe diseñar un plan de contingencia financiera que contemple la creación de un fondo de reserva para hacer frente a imprevistos. Este fondo podría ser útil para cubrir posibles fluctuaciones en la demanda o incrementos inesperados en los costos operativos, asegurando la estabilidad financiera del parque. Adicionalmente, se recomienda explorar oportunidades de financiamiento alternativo, como bonos verdes o subsidios gubernamentales, que refuercen la sostenibilidad económica y ambiental del proyecto.

Por último, se aconseja realizar estudios de mercado periódicos para identificar nuevas oportunidades de negocio y tendencias en el sector turístico. Esto permitirá evaluar la viabilidad de ampliar la oferta de servicios y actividades recreativas, diversificando las fuentes de ingresos. Paralelamente, sería beneficioso gestionar certificaciones ambientales que respalden las prácticas sostenibles del parque, fortaleciendo su reputación y atrayendo a un público comprometido con el turismo responsable.

## Referencias

- Aaker, David. 2012. *Construcción de marcas: gestión estratégica de la identidad de marca*. Ciudad de México: Pearson.
- Anderson, James, y James Narus. 1990. "A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships". *Journal of Marketing* 54 (1): 42-58.  
<https://www.jstor.org/stable/1252172>
- Armstrong, Gary, y Mark Cunningham. 2019. *Estrategia de marketing: un enfoque orientado al cliente*. Ciudad de México: McGraw-Hill Education.
- Aschauer, David. 1989. "Is Public Expenditure Productive?". *Journal of Monetary Economics* 23 (2): 177-200. [https://doi.org/10.1016/0304-3932\(89\)90047-0](https://doi.org/10.1016/0304-3932(89)90047-0)
- Baffes, John. 2007. "Oil Spills on Other Commodities". *Resource Policy* 32 (3): 126-134.  
<https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2007.08.004>
- Banco Central del Ecuador. 2021. *Informe sobre el sistema financiero ecuatoriano*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Banco Mundial. 2020. *Informe sobre Desarrollo Mundial 2020: La naturaleza cambiante del trabajo*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- Barney, Jay, y Williams Hesterly. 2017. *Administración estratégica y ventaja competitiva*. Ciudad de México: Pearson Educación.
- Belk, Russell. 2013. "Extended Self in a Digital World". *Journal of Consumer Research* 40 (3): 477-500.
- Brigham, Eugene, y Michael Ehrhardt. 2013. *Financial Management: Theory & Practice*. Boston: Cengage Learning.
- Buhalis, Dimitrios, y Marie Foerste. 2015. "SoCoMo marketing for travel and tourism: Empowering co-creation of value". *Journal of Destination Marketing & Management* 4 (3): 151-161. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.001>
- Cashin, Paul, Hong Liang y John McDermott. 2000. "How Persistent Are Shocks to World Commodity Prices?". *IMF Staff Papers* 47 (2): 177-217.  
<https://www.jstor.org/stable/3867658>
- Christensen, Clayton. 1997. *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Massachusetts: Harvard Business Review Press.
- Eichengreen, Barry, y Poonam Gupta. 2013. "The Two Waves of Service Sector Growth". Working Paper 19696, NBER.  
[https://www.nber.org/system/files/working\\_papers/w14968/w14968.pdf](https://www.nber.org/system/files/working_papers/w14968/w14968.pdf)
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación). 2020. *El estado mundial de la agricultura y la alimentación: transformar los sistemas alimentarios para mejorar la seguridad alimentaria y la nutrición*. Roma: FAO.
- Fernandez, R., y Moldoveanu, M. 2013. "Capital social y cultura organizacional". *Academy of Management Review* 38 (3): 350-372.
- Fernández, R., García, L., y Martínez, E. 2017. "Personalización de la oferta turística: Clave para la fidelización del cliente". *Turismo y Desarrollo* 28 (2): 45-60.

- Fernández, S., y Pérez, M. 2020. “Colaboración con proveedores locales y desarrollo económico: un análisis en el contexto del entretenimiento”. *Journal of Community Development* 18 (3): 321-336.
- Fernández, S., Martín, E. y Gómez, R. 2021. “Diversificación de fuentes de ingresos en la industria del entretenimiento: estrategias para aumentar la estabilidad financiera”. *Tourism Management* 30 (4): 321-336.
- García, A., Pérez, J. y Martínez, L. 2019. “La gestión de proveedores y su impacto en la cadena de suministro de la industria alimentaria”. *Revista de Gestão da Produção, Operações e Sistemas* 10 (1): 38-51.
- García, L., y López, E. 2019. “Innovación en el diseño de experiencias para niños en entornos de entretenimiento familiar”. *Journal of Family Entertainment* 12 (3): 211-228.
- García, L., Pérez, M., y Fernández, S. 2020. “Adaptación estratégica basada en la observación de la competencia: impacto en el rendimiento empresarial”. *Business Strategy Review* 15 (2): 150-165.
- 2020. “Impacto social y ambiental de proyectos empresariales: estrategias para aumentar el compromiso de los inversores”. *Environmental Finance Review* 12 (3): 210-225.
- García, L., Pérez, M. y Rodríguez, J. 2020. “Adaptación de precios y ofertas según las necesidades financieras de los clientes: un enfoque estratégico para aumentar la accesibilidad”. *Journal of Consumer Behavior* 27 (3): 215-230.
- García, M., y Pérez, A. 2018. “Prioritizing Household Expenditures During Economic Uncertainty”. *Economic Studies Quarterly* 22 (3): 78-89.
- García, M., Pérez, L. y Gómez, R. 2020. “Incorporación de elementos culturales locales en la oferta de entretenimiento: Un enfoque para aumentar la conexión emocional de los visitantes”. *Journal of Cultural Tourism* 25 (3): 211-228.
- Gill, Tim. 2014. “Benefits of Outdoor Play for Children”. *Journal of Adventure Education and Outdoor Learning* 14 (2): 123-132.
- Goldsmith, R., y Dierdorff, E. 2017. “Cumplimiento legal y reputación corporativa: el papel mediador de la responsabilidad social corporativa”. *Journal of Business Ethics* 141 (4): 787-801.
- Gómez, A., Pérez, J. y Rodríguez, M. 2019. “Impacto económico de la infraestructura de transporte en las regiones costeras”. *Revista de Economía Regional* 25 (2): 45-58.
- González, A., y Sánchez, M. 2021. “La diferenciación como estrategia clave en un mercado de entretenimiento saturado”. *Journal of Leisure Studies* 18 (2): 129-144.
- González, A., Pérez, L. y Gómez, R. 2020. “Percepción del valor en la industria del entretenimiento: Factores que influyen en la elección de un parque temático”. *Journal of Entertainment Management* 15 (1): 45-60.
- González, M., Ruiz, P. y López, S. 2018. “Escucha activa y adaptación constante: claves para la gestión de parques de entretenimiento”. *Turismo y Ocio* 25 (2): 67-82.
- Grant, Robert. 2016. *Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones*. Boston: Cengage Learning.
- Gretzel, Ulrike, Marianna Sigala, Zheng Xiang y Chulmo Koo. 2015. “Smart tourism: foundations and developments”. *Electronic Markets* 25 (3): 179-188.  
<https://link.springer.com/article/10.1007/s12525-015-0196-8>

- Hartig, Terry, Richard Mitchell, Sjerp de Vries y Howard Frumkin. 2014. "Nature and health". *Annual Review of Public Health* 35: 207-228.  
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24387090/>
- Hillman, A. J., & Keim, G. D. 2001. "Responsabilidad social corporativa y gobierno corporativo: ¿complementarios o sustitutos?". *Journal of Corporate Finance* 7 (3): 251-275.
- Hitt, Michael, Duane Ireland y Robert Hoskisson. 2015. *Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization*. Boston: Cengage Learning.
- INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos). 2021a. "Censo de Población y Vivienda".  
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- 2021b. *Informe de mercado: Precios y disponibilidad de recursos básicos en Ecuador*. Quito: INEC.
- Kim, Cham, y Renée Mauborgne. 2019. *La estrategia del océano azul: cómo crear nuevos espacios de mercado donde la competencia sea irrelevante*. Massachusetts: Harvard Business Review Press.
- Kotler, Philip, y Kevin Lane Keller. 2016. *Dirección de marketing*. Ciudad de México: Pearson Education.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong, Lloyd Harris y Nigel Piercy. 2017. *Principles of Marketing*. Londres: Pearson.
- Levine, Ross. 1997. "Financial Development and Economic Growth: Views and Agenda". *Journal of Economic Literature* 35 (2): 688–726. <https://www.jstor.org/stable/2729790>
- López, J., y García, A. 2021a. "Diferenciación estratégica en mercados competitivos: impacto en la rentabilidad a largo plazo". *Journal of Competitive Strategy* 30 (1): 45-60.
- 2021b. "Percepción del inversor sobre la rentabilidad a largo plazo: implicaciones para la valoración financiera". *Journal of Investment Strategy* 30 (1): 45-60.
- López, J., y Martínez, E. 2018a. "Análisis de la competencia en la industria del entretenimiento: Identificación de oportunidades y amenazas". *Revista de Gestión Turística* 13 (1): 45-60.
- López, J., y Martínez, M. 2018b. "Gestión eficiente de costos y estrategias de fijación de precios en parques de ocio y entretenimiento". *Journal of Leisure Studies* 22 (1): 55-70.
- López, J., y Rodríguez, M. 2020. "Integración de prácticas sostenibles en la gestión de proveedores: un enfoque para reducir el impacto ambiental". *Journal of Sustainable Business* 15 (2): 110-125.
- López, Raúl. 2018. "El mercado de valores en Ecuador: tendencias y perspectivas". *Revista de Economía y Finanzas* 25 (2): 78-92.
- Mankiw, Gregory. 2014. *Principles of Economics*. Boston: Cengage Learning.
- Martínez, E., y García, M. (2019). "Efectividad de los programas de membresía en la retención de clientes en parques de entretenimiento". *Tourism Management* 25 (3): 211-228.
- Martínez, E., y Gómez, R. 2018. "Colaboración con proveedores locales para mejorar la eficiencia operativa en empresas de entretenimiento". *International Journal of Operations Management* 10 (1): 55-70.

- Martínez, R., y Sánchez, A. 2020. “La importancia de la retroalimentación del cliente en la gestión de parques de entretenimiento”. *Revista de Gestión Turística* 15 (1): 89-104.
- OMT (Organización Mundial del Turismo). 2018. *Segmentación del mercado turístico: Estrategias para destinos*. Madrid: OMT.
- Osterwalder, Alexander, e Yves Pigneur. 2010. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Nueva York: John Wiley & Sons.
- Pappas, Ingram. 2016. “Digital educational games as interactive classroom tools: Effects on academic performance and motivation”. En *Handbook of research on improving learning and motivation through educational games: Multidisciplinary approaches*, editado por Patrick Felicia, 22-50. Pensilvania: IGI Global.
- Pargendler, Michael. 2017. “El derecho empresarial y los desafíos del desarrollo económico en América Latina”. *Law & Social Inquiry* 42 (3): 874-896.
- Pérez, M., y Gómez, A. 2020. “Análisis demográfico como herramienta para el estudio de mercados”. *Revista de Ciencias Sociales* 14 (2): 73-88.
- Pérez, R., y Martínez, E. 2019. “Confianza del inversor y disponibilidad de financiamiento: evidencia de empresas en crecimiento”. *Journal of Business Finance* 18 (4): 320-335.
- 2020. “Comprender el panorama competitivo: claves para el éxito empresarial”. *Journal of Business Competitiveness* 22 (4): 320-335.
- Porter, Michael. 1980. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Los Ángeles: Free Press.
- 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Los Ángeles: Free Press.
- 2008. *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de la industria y la competencia*. Biscay: Editorial Deusto.
- Ratten, V. 2019. “Cultura, diversidad e inclusión en la gestión de empresas”. *Journal of Management & Organization* 25 (2): 203-218.
- Ritter, Jay, e Ivo Welch. 2002. “A Review of IPO Activity, Pricing, and Allocations”. *The Journal of Finance* 57 (4): 1795-1828. <https://www.jstor.org/stable/3094524>
- Rodríguez, E., y Mora, P. 2018. “Gestión sostenible de recursos naturales en proyectos turísticos: Una revisión de la literatura”. *Turismo y Sociedad* 22 (1): 127-143.
- Rodríguez, M., Martín, S. y Fernández, P. 2021. “Estrategias de diferenciación y valor agregado en la industria del entretenimiento: Impacto en la retención de clientes”. *Journal of Consumer Behavior* 28 (4): 321-336.
- Rodríguez, M., Pérez, A. y Gómez, J. 2021. “Tendencias emergentes en educación y entretenimiento para niños”. *Revista de Psicología Educativa* 28 (2): 145-162.
- Rodrik, Dani. 2011. *The Globalization Paradox: Democracy and the Future of the World Economy*. Nueva York: W. W. Norton & Company.
- Sánchez, J., y López, A. 2018. “Costos de cambio y lealtad del cliente en la industria del entretenimiento: Un enfoque de análisis de supervivencia”. *Journal of Leisure Studies* 20 (2): 129-144.
- Schiffman, Leon, y Leslie Kanuk. 2016. *Consumer behavior*. Londres: Pearson.

- Shafik, Nemat. 2018. "The impact of economic events on consumer behavior". En *Proceedings of the International Conference on Social Science, Humanities and Business Management*, 37-42. Cham: Springer.
- Smith, A., y Johnson, B. 2019a. "Características socioeconómicas y fijación de precios: estrategias para mejorar la accesibilidad económica en la industria del entretenimiento". *Journal of Pricing Strategy* 12 (2): 87-104.
- 2019b. "Diferenciación en la industria del entretenimiento: Estrategias para atraer y retener clientes". *Journal of Entertainment Management* 14 (2): 87-102.
- Smith, A., Johnson, B. y García, L. 2019. "Prácticas sostenibles en la cadena de suministro: beneficios económicos y ambientales". *Environmental Management Journal* 24 (3): 215-230.
- Smith, J., y Johnson, B. 2018. "Comunicación transparente con inversores: construyendo relaciones sólidas y de confianza". *Journal of Financial Management* 25 (2): 145-160.
- 2019. "Análisis competitivo en mercados dinámicos: estrategias para mantener la relevancia y competitividad". *Journal of Market Analysis* 28 (3): 210-225.
- Smith, J., Johnson, K. y Lee, H. 2019. "The role of demographic segmentation in marketing strategy". *Journal of Marketing Research* 45 (3): 275-291.
- Smith, J., Johnson, R. y Williams, L. 2020. "Economic Recession and Household Spending Patterns". *Journal of Economic Analysis* 15 (2): 45-56.
- Solomon, Michael. 2019. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Londres: Pearson.
- Trout, J., y Rivkin, S. 2015. *Diferenciación o muerte: sobrevivir en el océano rojo de la competencia*. Massachusetts: Harvard Business Review Press.

## **Anexos**

### **Anexo 1. Talleres interactivos**

#### **Identificación de Fortalezas y Debilidades del Proyecto:**

- Actividad: Se solicitó a los participantes que identificaran y discutieran las fortalezas y debilidades percibidas del concepto del Ecoparque Familiar.

Preguntas de Discusión:

- ¿Qué aspectos del proyecto considera más atractivos?
- ¿Cuáles son las posibles áreas de mejora o preocupación?

#### **Exploración de Expectativas y Necesidades del Mercado Objetivo:**

- Actividad: Los participantes compartieron sus expectativas y necesidades en relación con las instalaciones y servicios que ofrecería el parque.

Preguntas de Discusión:

- ¿Qué tipo de actividades recreativas y educativas esperaría encontrar en el Ecoparque Familiar?
- ¿Qué servicios adicionales consideraría valiosos para una experiencia satisfactoria en el parque?

#### **Análisis de Competencia y Diferenciación:**

- Actividad: Se analizaron otros parques temáticos y destinos de ocio en la región para identificar oportunidades de diferenciación.

Preguntas de Discusión:

- ¿Cómo cree que el Ecoparque Familiar se diferencia de otros destinos de entretenimiento familiar en la región?
- ¿Qué aspectos podrían mejorar para destacarse en el mercado?

## **Anexo 2. Talleres interactivos**

### **Opinión sobre el concepto del Ecoparque Familiar:**

- Pregunta: ¿Qué opinas sobre el concepto del Ecoparque Familiar?

Respuesta: Creo que el concepto del Ecoparque Familiar es innovador y muy atractivo para las familias. La combinación de actividades educativas y recreativas al aire libre parece ofrecer una experiencia única que podría ser muy popular en la región.

### **Sobre la demanda actual de actividades recreativas y educativas:**

- Pregunta: ¿Crees que hay una demanda insatisfecha de actividades recreativas y educativas para familias en la región?

Respuesta: Creo firmemente que existe una demanda insatisfecha de actividades recreativas y educativas para familias en la región. Muchas familias buscan opciones que combinen diversión y aprendizaje, y el Ecoparque Familiar parece cumplir con esa necesidad.

### **Evaluación de la propuesta de valor:**

- Pregunta: ¿Qué piensas sobre la propuesta de valor del Ecoparque Familiar?

Respuesta: La propuesta de valor del Ecoparque Familiar es muy atractiva, especialmente por su enfoque en la sostenibilidad y la educación ambiental. Estos aspectos lo diferencian claramente de otros destinos de entretenimiento familiar en la región y podrían ser sus puntos fuertes.

### **Potencial de afluencia de visitantes:**

- Pregunta: ¿Cuál crees que es el potencial para atraer visitantes al Ecoparque Familiar?

Respuesta: Creo que el Ecoparque Familiar tiene un gran potencial para atraer a una gran cantidad de visitantes, especialmente familias locales y turistas interesados en experiencias al aire libre y educativas.

### **Aspectos más atractivos del proyecto:**

- Pregunta: ¿Qué aspectos crees que son más atractivos del proyecto?

Respuesta: Personalmente, creo que lo más atractivo del proyecto es su enfoque en la sostenibilidad y la educación ambiental. Estos aspectos son cada vez más importantes para las familias y podrían ser un gran atractivo para el Ecoparque Familiar.

### **Evaluación de viabilidad financiera:**

- Pregunta: ¿Cómo evaluarías la viabilidad financiera del proyecto?

Respuesta: Para evaluar la viabilidad financiera del proyecto, deberíamos considerar detalladamente los costos iniciales de inversión, los posibles ingresos esperados y los gastos operativos a largo plazo. Es crucial realizar un análisis financiero exhaustivo para asegurar que el proyecto sea sostenible en el tiempo.

#### **Factores externos críticos:**

- Pregunta: ¿Qué factores externos crees que podrían afectar al proyecto?

Respuesta: Considero que los factores económicos locales y las tendencias turísticas son críticos para el éxito del Ecoparque Familiar. Debemos estar atentos a cualquier cambio en estas áreas y adaptar nuestra estrategia en consecuencia.

#### **Expectativas de retorno de inversión:**

- Pregunta: ¿Cuáles son tus expectativas de retorno de inversión para el proyecto?

Respuesta: Mis expectativas serían obtener un retorno de inversión sólido a corto plazo, pero también estaría interesado en asegurar un crecimiento sostenible y rentable a largo plazo para el Ecoparque Familiar.

#### **Abordaje de posibles riesgos:**

- Pregunta: ¿Cómo abordarías los posibles riesgos asociados con el proyecto?

Respuesta: Para abordar los posibles riesgos asociados con el proyecto, sería fundamental realizar un análisis detallado de riesgos y establecer estrategias de mitigación adecuadas. También deberíamos mantenernos flexibles y estar preparados para ajustar nuestra estrategia según sea necesario.

#### **Oportunidades de colaboración:**

- Pregunta: ¿Ves oportunidades de colaboración que podrían fortalecer el proyecto?

Respuesta: Creo que hay muchas oportunidades de colaboración y alianzas estratégicas que podrían fortalecer la posición del Ecoparque Familiar en el mercado local. Por ejemplo, podríamos considerar asociarnos con instituciones educativas locales para ofrecer programas especiales o con proveedores de servicios turísticos para promocionar el parque como parte de un paquete turístico más amplio.

### **Anexo 3. Metodología utilizada para el análisis de costos de mantenimiento de instalaciones**

- **Evaluaciones Periódicas:** Durante las evaluaciones periódicas realizadas en el último trimestre, se identificaron varias áreas que necesitaban mantenimiento, como la renovación de equipos de juego, reparaciones en las áreas de picnic y el reemplazo de vallas de seguridad.
- **Cotizaciones de Proveedores:** Tras solicitar cotizaciones a tres proveedores locales de servicios de mantenimiento, se recibieron estimaciones que oscilan entre \$5000 y \$8000 mensuales, dependiendo del alcance de los servicios requeridos.
- **Consultas con Expertos:** Los expertos en mantenimiento de parques sugirieron un presupuesto anual de alrededor de \$50,000 para el mantenimiento regular, con costos adicionales para reparaciones y renovaciones específicas.

#### **Anexo 4. Metodología utilizada para la evaluación de costos de contratación y formación de personal**

- **Datos Salariales:** Según datos gubernamentales y encuestas salariales, el salario promedio para personal especializado en educación ambiental es de \$1000 mensuales, mientras que para el personal de atención al cliente es de \$800 mensuales.
- **Consultas con Empresas de Capacitación:** Las empresas de capacitación estimaron que el costo de un programa de formación estándar oscilaría entre \$2000 y \$3000 por empleado, con tarifas adicionales para programas personalizados.
- **Presupuestos de Capacitación Interna:** Los presupuestos preliminares sugieren un gasto de alrededor de \$15,000 anuales en la implementación de programas de formación internos, incluyendo materiales y honorarios de instructores.

## **Anexo 5. Metodología utilizada para la investigación de tecnologías sostenibles**

- **Revisión de Literatura:** La revisión de literatura identificó varias tecnologías sostenibles aplicables, como sistemas de energía solar para iluminación y calentamiento de agua, sistemas de recolección de agua de lluvia y compostaje para el manejo de residuos orgánicos.
- **Consultas con Expertos:** Los expertos en energía renovable sugirieron que la implementación de un sistema solar fotovoltaico para cubrir el 50% de las necesidades energéticas del parque tendría un costo aproximado de \$30,000, con un retorno de inversión estimado en 5 años.
- **Análisis de Casos de Estudio:** Se analizaron casos de estudio de parques similares que implementaron tecnologías sostenibles. Se encontró que la inversión inicial en estas tecnologías se compensó con ahorros significativos a largo plazo en costos operativos y una mejora en la imagen del parque.