

Proyecto de Emprendimiento Social Eco Parque Jaboque

German Zarate Abril

Sandra Milena Castellanos Arenas

Víctor Alfonso Díaz Alvis

Carlos Julio Cuadros Pérez

Asesor

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios -ECACEN

Diplomado de Profundización para Tecnologías Gestión del Marketing para el Emprendimiento

Social.

Mayo 2023

Resumen

El proyecto Ecoparque Humedal Jaboque es un emprendimiento social que busca, por una parte, resolver la problemática de contaminación que amenaza el Humedal Jaboque y su biodiversidad, por la mala disposición de las basuras, que también es un problema ambiental y de salubridad para las familias que habitan su entorno, por otra parte, este proyecto busca generar alrededor del humedal, una oportunidad de trabajo digno y de generar un proyecto de vida para personas en condición de vulnerabilidad que habitan en el sector, como jóvenes menores de 28 años desempleados, madres cabeza de familia, y víctimas del conflicto armado. La propuesta está diseñada para que, por intermedio de una cooperativa que agrupe a 100 personas, con el apoyo de la alcaldía local de Engativá y la secretaria de ambiente del distrito, se entregue en concesión el manejo del humedal para transformarlo en un ecoparque, donde se genere un trabajo de cuidado, conservación, educación ambiental, que promueva el valor y la importancia de su biodiversidad, logrando generar un impacto positivo en la sostenibilidad y sustentabilidad del ecosistema y de una nueva vocación económica desarrollada alrededor del cuidado de los recursos y de su conservación para generaciones futuras, sirviendo además como generador de oportunidades para el desarrollo sostenible del sector. Para esto en el ecoparque se realizarán caminatas ecológicas, avistamiento de aves, camping y ciclo paseos temáticos educativos.

Palabras Clave: Sostenible, sustentable, avistamiento, biodiversidad, caminata

Abstract

The Ecoparque Humedal Jaboque project is a social enterprise that seeks, on the one hand, to solve the pollution problem that threatens the Jaboque wetland and its biodiversity, due to the poor disposal of garbage, which is also an environmental and health problem for families that inhabit its environment, on the other hand, this project seeks to generate around the wetland, an opportunity for decent work and to generate a life project for people in vulnerable conditions who live in the sector, such as unemployed young people under 28 years of age, mothers head of the family, and victims of the armed conflict. The proposal is designed so that, through a cooperative that brings together 100 people, with the support of the local Engativá mayor's office and the district secretary of the environment, the management of the wetland is awarded in concession to transform it into an eco-park, where a work of care, conservation, environmental education is generated, which promotes the value and importance of its biodiversity, managing to generate a positive impact on the sustainability and sustainability of the ecosystem and a new economic vocation developed around the care of resources and its conservation for future generations, also serving as a generator of opportunities for the sustainable development of the sector. For this, in the ecopark there will be ecological walks, bird watching, camping and cycle educational themed walks.

Keywords: Sustainable, sighting, biodiversity, hike.

Índice de Contenido

Introducción	8
Objetivos.....	9
Generales.....	9
Específicos	9
Formular Problemática	10
Problemática a Solucionar	10
Objetivo Social.....	11
Modelo de Negocio Sostenible	12
Innovación Transformadora.....	13
Población Beneficiada	14
Sustentar la Propuesta de Innovación Social	15
Etapas del Desing Thinking	14
Empatizar	14
Definición	15
Ideación.....	17
Prototipado.....	18
Propuesta de Valor.....	19
Diseñar Estrategias de Marketing.....	22
Atributos y Beneficios del Producto o Servicio a Ofrecer en el Mercado.....	22
Atributos	22

Benéficos.....	23
Marca, imagen y slogan del proyecto	23
Grupo objetivo del proyecto	24
Segmentación.....	25
Mercado Total.....	25
Mercado Potencial	25
Mercado Objetivo	26
Mercado Meta	26
Identificar la competencia.....	26
Aliados clave del Modelo de Negocio y Alianzas estratégicas	28
Estrategias de Mercadeo Tradicional y Digitales	29
Estrategia de comunicación	29
Estrategia de Marketing digital.....	29
Estrategia de Posicionamiento	30
Estrategia de Diferenciación.....	31
Prototipos de los contenidos a manejar en redes sociales.....	31
Página Web	33
Proyectar los Recursos Operativos y Financieros.....	34
Conclusión	43
Bibliografía.....	45

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 <i>Tecnica Mapa de Actores</i>	15
Ilustración 2 <i>Tecnica ¿Cómo Podriamos?</i>	17
Ilustración 3 <i>Tecnica Lluvia de Ideas</i>	18
Ilustración 4 <i>Tecnica Analisis PESTEL</i>	18
Ilustración 5 <i>Modelo de Negocio Canvas</i>	21
Ilustración 6 <i>Slogan del Proyecto</i>	24
Ilustración 7 <i>Grupo Objetivo</i>	24
Ilustración 8 <i>Estrategia Digital</i>	29
Ilustración 9 <i>Prototipos para Redes Sociales</i>	31
Ilustración 10 <i>Pagina Web 1</i>	33
Ilustración 11 <i>Pagina Web 2</i>	34

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Capacidad Instalada</i>	35
Tabla 2 <i>Inversión en Equipos</i>	36
Tabla 3 <i>Relación de Estructura Administrativa y Costos de Nomina</i>	37
Tabla 4 <i>Costos de Producción por Año</i>	38
Tabla 5 <i>Gastos de Dotación e Insumos</i>	39
Tabla 6 <i>Gastos de Producción por Año</i>	39
Tabla 7 <i>Precios de Ventas y Proyecciones de Ventas para Tres años</i>	40
Tabla 8 <i>Proyección de Ventas Souvenirs y Comercios</i>	41

Introducción

El proyecto Ecoparque Humedal Jaboque es un emprendimiento social que busca, por una parte, resolver la problemática de contaminación que amenaza el humedal jaboque y su biodiversidad, por la mala disposición de las basuras, que también es un problema ambiental y de salubridad para las familias que habitan su entorno, por otra parte, este proyecto busca generar alrededor del humedal, una oportunidad, más que de trabajo, de generar un proyecto de vida para personas en condición de vulnerabilidad que habitan en el sector, como jóvenes menores de 28 años desempleados, madres cabeza de familia, y víctimas del conflicto armado.

La propuesta está pensada para que, por intermedio de una cooperativa que agrupe a 100 personas, con el apoyo de la alcaldía local de Engativá y la secretaria de ambiente del distrito, se entregue en concesión el manejo del humedal para transformarlo en un ecoparque, donde se genere un trabajo de cuidado, conservación, educación ambiental, que promueva el valor y la importancia de su biodiversidad, logrando generar un impacto positivo en la sostenibilidad y sustentabilidad del ecosistema y de una nueva vocación económica desarrollada alrededor del cuidado de los recursos y de su conservación para generaciones futuras, sirviendo además como generador de oportunidades para el desarrollo sostenible del sector. Para esto en el ecoparque se realizarán caminatas ecológicas, avistamiento de aves, camping y ciclo paseos temáticos educativos.

Objetivos

Objetivo General

Integrar personas de la misma comunidad que vive en el entorno del humedal Jaboque, que hacen parte de la población en condición de vulnerabilidad, al proyecto ecoparque humedal Jaboque, como propuesta para resolver la problemática de contaminación por mala disposición de basuras, residuos y escombros, que genera una presión y un alto riesgo para el ecosistema y la biodiversidad del humedal, así como un problema de salud pública por la contaminación y malos olores del espacio público que constituye el entorno del humedal.

Objetivos específicos

Concientizar a los visitantes sobre los impactos causados por la contaminación que se derivan del mal manejo de basuras y vertimientos en el ecosistema.

Generar campañas de cultura de separación de materiales reutilizables, reciclaje y cumplimiento de horarios para sacar la basura.

Promover el conocimiento del humedal y su riqueza en biodiversidad.

Convertir el humedal en un ecoparque que sea alternativa de esparcimiento y contacto con la naturaleza.

Mostrar el ecoparque como motor del desarrollo sostenible y sustentable mediante el manejo responsable de los recursos naturales.

Formular la Problemática Social

Identificación de Problemática

Pese al creciente interés de la sociedad por los temas ambientales, a la facilidad de acceder a la información, y los esfuerzos de las entidades como la secretaria Distrital de Ambiente, la Alcaldía local de Engativá, las empresas operadoras de aseo y del distrito, en crear una apropiada cultura ciudadana, encontramos que en el entorno del humedal Jaboque hay sectores que son utilizados por la comunidad para arrojar basuras y escombros, generando una constante presión de contaminación sobre el ecosistema y demandando constantemente la utilización de recursos a la alcaldía y a la empresa operadora de aseo para limpiar el entorno del humedal.

Esta evidente falta de una adecuada disposición de basuras, constituye una seria amenaza para el ecosistema del humedal y la biodiversidad que alberga, generando de paso un problema adicional para los habitantes del entorno al humedal que es la contaminación, malos olores y riesgos en la salud pública.

Problemática a Solucionar

Engativá es una localidad de Bogotá, cuenta con 815.259 habitantes de los cuales el 23,4% de la población representa a los jóvenes en edad de 17 a 28 años, en este grupo de población, se presenta un porcentaje de desempleo superior al 13%, también encontramos que en esta localidad hay 134.165 madres cabeza de hogar, 35.540 víctimas del conflicto armado y 29.750 personas en pobreza multidimensional, estos son los grupos que conforman la población en condiciones de vulnerabilidad de la localidad. El proyecto busca resolver para un grupo significativo de familias (100) de los barrios aledaños al humedal, el problema de desempleo, de pobreza multidimensional, de exclusión o discriminación por ser madres cabeza de hogar o

víctimas del conflicto armado, para esto quiere de paso resolver otra problemática que es el mal manejo y cuidado del humedal, que actualmente tiene zonas que son tiraderos de basura, que generan contaminación para el ecosistema y son una amenaza para el equilibrio y sostenibilidad del humedal, que es hogar de 653 especies, de ellas 105 son de fauna silvestre vertebrada, algunas de estas especies endémicas del humedal, además de ser hogar de un destino para diferentes aves migratorias en diferentes épocas del año. En perspectiva el proyecto se propone solucionar los problemas que afronta el humedal y que afecta a las familias cercanas a su entorno, convirtiéndolo en una fuente de trabajo para las familias seleccionadas, que serán las mismas que en la fase de estudio y socialización, serán capacitadas, preparadas y encargadas de desarrollarlo con el adecuado acompañamiento.

Objetivo Social

El objetivo social del proyecto es organizar estas personas en una cooperativa que será la persona jurídica que los agrupa y representa, donde los ingresos que genere, sean repartidos de manera solidaria. El objetivo social de la cooperativa, será velar por la sostenibilidad del humedal, lo que le exige trabajar de la mano con la alcaldía local de Engativá y la policía, para hacer campañas preventivas, educativas y correctivas sobre la disposición de basuras y cultura ciudadana, por otra parte, ser los defensores y promotores de la riqueza en biodiversidad que se encuentra en el humedal, que lo ha hecho merecedor de la certificación a nivel mundial Ramsar por ser área de conservación de biodiversidad local y migratoria, así como de ser considerado un Área Importante para la Conservación de las aves de Colombia y el Mundo, convirtiendo de paso esta valiosa y atractiva información en punta de lanza para dar a conocer la biodiversidad del humedal Jaboque y por ende la importancia de asegurar su sostenibilidad. Para desarrollar este proyecto, cada asociado debe dar un aporte de \$ 1.000.000, con lo cual, se recaudara un capital

inicial de \$ 100.000.000 para poder adquirir equipos, implementos de trabajo, uniformes y gastos iniciales de marketing, esto enfocado a lograr que desde el inicio de la operación, la cooperativa Ecoturismo Jaboque, genere los ingresos suficientes para cubrir los gastos de operación y proveer un salario digno con prestaciones sociales a cada socio, para ello la meta es lograr un promedio de 200 visitantes diarios, la tarifa por visitante será de \$ 50.000, que darán derecho a todo el recorrido, alquiler de binoculares para la observación, acceso a plataformas de observación, hidratación y acompañamiento durante todo el recorrido, esta meta de visitantes, se espera alcanzarla entre los convenios suscritos, turistas internacionales y nacionales, y con la visita de universidades, colegios y escuela.

Modelo de Negocio Sostenible

El modelo de negocio se enfoca en ubicar los grupos de interés adecuados, personas que están interesadas en disfrutar de espacios al aire libre, en aprovechar actividades que aportan a una vida saludable, que se identifican con actividades que están encaminadas en proteger la naturaleza y velar por su conservación, que se sienten comprometidos con la causa de luchar por un mundo mejor, para ello, se centra en 2 fuentes, la primera es por intermedio convenios con las cajas de compensación, el IDR y la secretaria de educación del distrito, por intermedio de una publicidad bien elaborada, llegar a las empresas públicas y privadas, a los colegios, universidades, asociaciones, clubes, hoteles, aquí la estrategia es dirigir la propuesta hacia sus programas de responsabilidad social empresarial y a sus programas de bienestar para los empleados y clientes, generando una agenda y un flujo de visitantes constante. La segunda fuente, es acudir al poder de las redes sociales, y mediante las tecnologías de la información y las comunicaciones, crear contenidos para estos grupos de interés, llevándoles la información del proyecto social, de la conservación y biodiversidad que se está protegiendo, de las especies

endémicas, especies migratorias, especies propias de los humedales, en fin toda la información de interés que la mayoría de personas desconoce y que muchos estarían dispuestos en ir a visitar, logrando llevar a las familias bogotanas a ser visitantes del humedal y participantes de sus caminatas.

La segunda fuente, es acudir al poder de las redes sociales, y mediante las tecnologías de la información y las comunicaciones, crear contenidos para estos grupos de interés, llevándoles la información del proyecto social, de la conservación y biodiversidad que se está protegiendo, de las especies endémicas, especies migratorias, especies propias de los humedales, en fin toda la información de interés que la mayoría de personas desconoce y que muchos estarían dispuestos en ir a visitar, logrando llevar a las familias bogotanas a ser visitantes del humedal y participantes de sus caminatas.

Innovación Transformadora

La primera innovación que se debe apreciar en este proyecto es el hecho de gestionar una concesión ante la secretaria distrital de ambiente, para convertir una cooperativa de trabajadores asociados, en un operador especializado en ecoturismo de caminatas de avistamiento de especies, en un humedal que es poco valorado y conocido en toda la riqueza y biodiversidad que puede ofrecer. La segunda innovación que debe apreciarse en este proyecto es el hecho de motivar 100 personas pertenecientes a familias en estado de pobreza, de desempleo, de marginación y llevarlas a liderar un cambio de cultura, de actitud y del modelo mental con que han convivido, para llevarlos a ser pioneros de un proyecto que busca dar a conocer un tesoro subvalorado de vida y naturaleza, que paradójicamente es más apreciado por personas desde el exterior que por los mismos bogotanos, esto por falta de divulgación y de una adecuada socialización de lo que representa. No menos importante es el hecho de que las personas vinculadas estén agrupadas

mediante una cooperativa, ya que, si bien las cooperativas no son una innovación, es una novedad el hecho de que un emprendimiento social, se lleve a cabo de esta manera, trasladando de manera equitativa las ganancias y el bienestar que genere el proyecto a sus asociados.

Población Beneficiada

El proyecto social Ecoturismo Jaboque busca incorporar laboralmente a los jóvenes desempleados, madres cabeza de familia y desplazados de grupos armados que viven en la localidad de Engativá, en los barrios que conforman el entorno del humedal, estas personas hacen parte de familias que se encuentran en estado vulnerabilidad, de la misma manera comerciantes y artesanos que ante un flujo permanente de visitantes pueden verse beneficiados.

Sustentar la Propuesta de Innovación social

Etapas del Design Thinking

Empatiza

El proceso de Design Thinking comienza con una profunda comprensión de las necesidades

de los usuarios implicados en la solución que estemos desarrollando, y también de su entorno.

Personas en general, clientes, empleados... Debemos ser capaces de ponernos en la piel de dichas personas para ser capaces de generar soluciones consecuentes con sus realidades.

Ilustración 1

Mapa de Actores



Fuente. Autor. German Zarate Abril, Elaboración propia

Definición

Durante la fase de Definición, debemos cribar la información recopilada durante la fase de Empatía y quedarnos con lo que realmente aporta valor y nos lleva al alcance de nuevas

perspectivas interesantes. Identificaremos problemas cuyas soluciones serán clave para la obtención de un resultado innovador.

Considero que la idea tiene fundamentos claros y entendibles. Sin embargo, me gustaría que retáramos un poco el concepto de Cooperativa. Esto teniendo en cuenta algunos principios básicos como la adhesión voluntaria y abierta. Para este en particular, ¿Cómo podríamos vender un proyecto estructurado donde las personas entiendan la importancia y podamos aclarar dudas con respecto al mismo, con el fin de que sean ellos de acuerdo con su interés y necesidades quienes decidan hacer parte o no del proyecto?

Otro principio fundamental en las cooperativas es la participación económica de los miembros. Hemos elegido un número importante de socios. ¿Cómo podríamos tener claridad de cuanto sería el aporte económico que tendría cada uno de ellos y las ganancias que obtendrían para que en primer lugar haya claridad al igual que definir si es un proyecto que pueda ser sostenible durante el tiempo? Para ello considero que debemos pasar de lo general a lo particular teniendo claro entre otras cosas el costo global del proyecto.

De lo que si debemos estar seguros y pensar en esto como propósito organizacional es los que mencionamos en diferentes oportunidades dentro de la propuesta es ¿Cómo podríamos realmente impactar al medio ambiente y la sociedad y como generamos interés por la comunidad? Esto también agrega demasiado valor y es principio básico de lo que quisiéramos llamar cooperativa.

En cuanto a la elección de la herramienta. Después de revisar las propuestas escojo la de **¿Cómo podríamos?** Que básicamente tiene como objetivo; definir preguntas claves para facilitar lluvia de ideas.

Ilustración 2

Técnica ¿Como podríamos?



Fuente. Autor. Víctor Alfonso Díaz, Elaboración propia

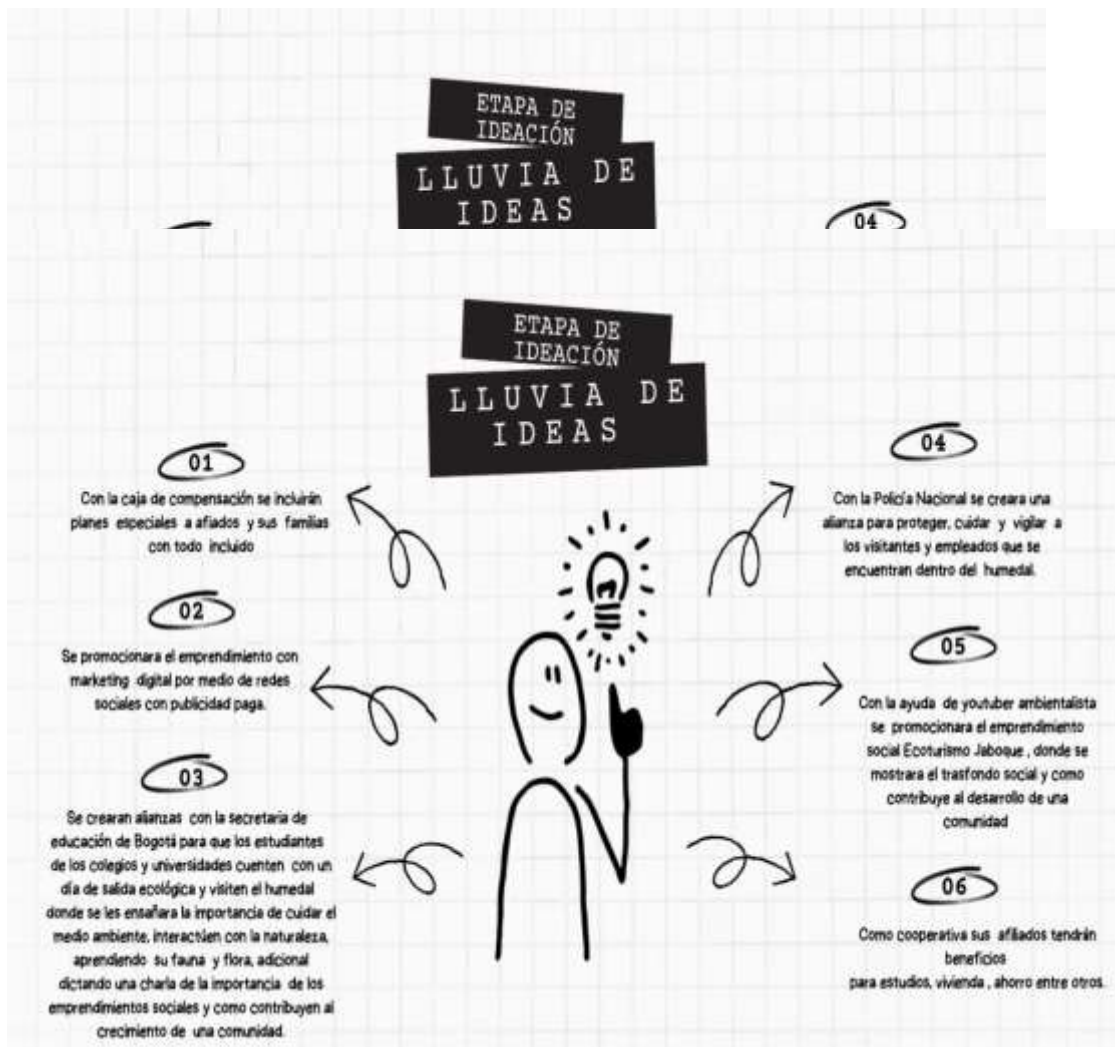
Ideación

En esta fase se plantearán varias ideas que permitan la construcción del emprendimiento Ecoturismo Jaboque, en esta fase no se tienen en cuenta los juicios de valor y tampoco lo

estrambótica que puede parecer la idea.

Ilustración 3

Técnica Lluvia de Ideas



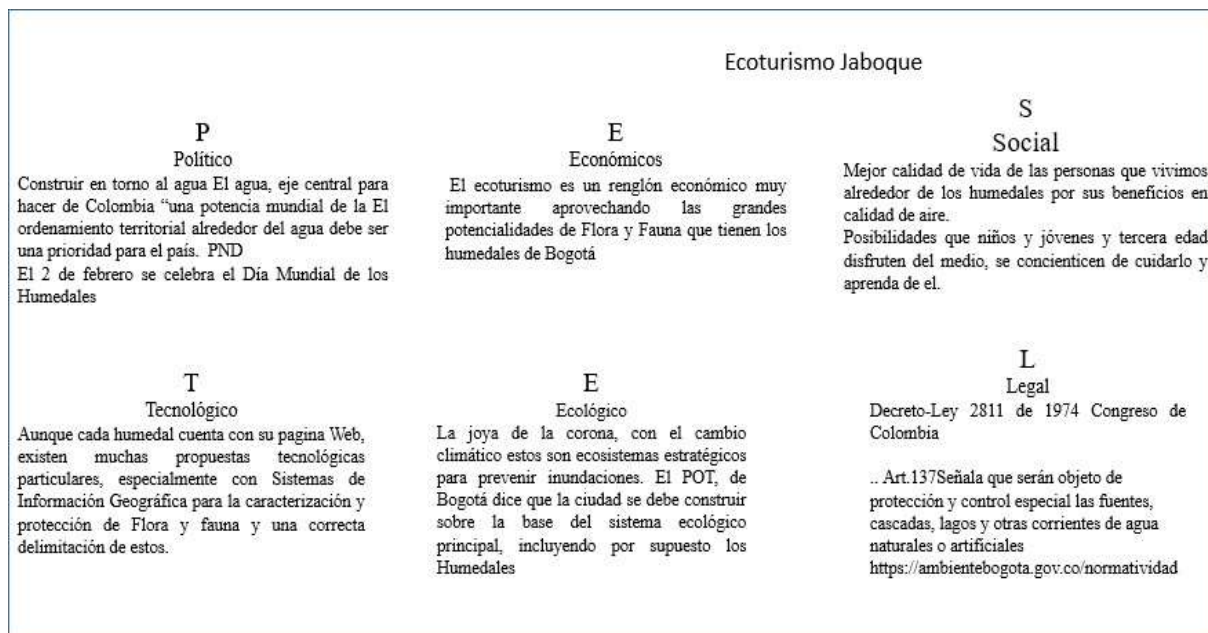
Fuente. Autor. Sandra Milena Castellanos, Elaboración propia

Prototipado

El análisis PESTEL permite analizar y comprender el contexto de una empresa, proyecto o solución. Para ello tendremos que tener en cuenta cada palabra que conforma su nombre, ya que PESTEL es un acrónimo.

Ilustración 4

Técnica Análisis PESTEL



Fuente. Autor. Carlos Julio Cuadros, Elaboración propia

Propuesta de Valor

Nuestra propuesta de valor es generar un impacto ambiental en la ciudad, aprovechado un recurso natural como lo es el humedal Jaboque, que, por su gran extensión, permite organizar actividades como caminatas ecológicas, avistamiento de aves locales, migratorias y otras especies, dando a conocer su valiosa biodiversidad, así como la necesidad de protegerlo como pilar para el desarrollo sostenible de la comunidad y de la ciudad.

Para ello nos basamos en dos puntos: Uno medioambiental y otro socioeconómico. El valor agregado de este primer punto se centra en la adecuación del humedal en una zona verde, el cual se encuentra ubicado en medio de una localidad urbana de Engativá.

Con la adecuación del humedal se pretende preservar por la vida de los ecosistemas, fauna y flora, que habitan en este, y mejorar la calidad de aire y vida de los habitantes del sector,

además será un lugar turístico y de recreación para ciudad.

A nivel socioeconómico, la operación del ecoparque estaría enfocado en ser generador de empleo y desarrollo para el sector, mediante una cooperativa que permita a personas residentes del entorno cercano al humedal y que están en condiciones de vulnerabilidad, para que sean quienes mediante una cooperativa manejen toda la logística y operación del ecoparque, obteniendo así, además de un empleo digno, la oportunidad de trabajar para mejorar su calidad de vida y generar desarrollo sostenible.

Ilustración 5

Modelo Canvas



Fuente. Elaboración propia

Diseñar las Estrategias de Marketing

Atributos y beneficios del producto.

Nuestro proyecto Ecoturismo Jaboque tiene como principal atributo generar conciencia en las personas a partir del cuidado del medio ambiente en su conservación y en el papel que jugamos los seres humanos en la construcción de un mundo mejor. Atendiendo a conceptos como: consumo responsable, sustentable y sostenible, es por esta razón que la propuesta tiene como principal protagonista a el humedal Jaboque, un lugar con gran importancia por su riqueza en biodiversidad. Desafortunadamente es un sitio subvalorado, no muy conocido y además amenazado por la contaminación. La idea radica en dar una transformación total al sitio y convertirlo en un espacio para promover la educación ambiental ofreciendo actividades recreativas como: Caminatas ecológicas para observación de aves y otras especies alrededor del humedal, así como acampadas nocturnas y espectaculares paseos en bicicleta. Todo lo anteriormente mencionado se condensa en una propuesta de valor clara como lo es ofrecer la mejor experiencia educativa en un entorno natural donde se promueve la conservación del medio ambiente y que invita a la comunidad a implementar prácticas para reducir el impacto ambiental en nuestro parque. Brindando también espacios de ocio y actividades recreativas. A continuación, relacionamos otros beneficios y atributos de nuestro Ecoparque.

Atributos

Tangibles

Humedal donde se encontrará, reserva ecológica tanto en fauna y flora.

Tablet para las actividades de avistamiento de aves.

Folletos donde se encuentran las actividades a realizar y los puntos de parque.

Intangibles

Emprendimiento social para el cuidado y conservación del medio ambiente.

Innovación

Sostenibilidad

Compromiso con el medio ambiente

Generador de empleo sostenible

Beneficios

Unidad de negocio comprometida con la responsabilidad social.

Centro recreativo para salir de la rutina y conectarse con la naturaleza.

Contribuye a la conservación de las especies del humedal.

Beneficio económico para las 100 personas asociadas a la cooperativa, las cuales se encuentran en vulnerabilidad.

Marca, imagen y slogan del proyecto

Ilustración 6

Slogan del Proyecto

Fuente. Elaboración Propia German Zarate



Grupo objetivo del proyecto

Personas entre 25 y 60 años, empleados de empresas públicas y privadas, que tienen gusto o afinidad por la actividad física, por la naturaleza y por el cuidado del medio ambiente y el avistamiento de especies.

Turistas nacionales y extranjeros amantes de la naturaleza, del avistamiento de especies, especialmente aves.

Estudiantes de escuelas, colegios y universidades.

Ilustración 7

Grupo Objetivo



Fuente. Tomada de Internet

Segmentación

Como ya es conocido existen diversos tipos de segmentación de mercado entre los más importantes se encuentran: demográfica, psicográfica, conductual y geográfica para nuestro proyecto estamos seguros de que los que nos logran dar más información son los demográficos y conductuales.

Sin dejar a un lado, el geográfico y el psicográfico. Podríamos establecer una estrategia donde logremos capturar información relevante de los 4 criterios por medio de encuestas, visitas a campo, focos group. Es importante tener en cuenta que para llegar a este publico meta u objetivo se debe primero segmentar por:

Mercado Total: total de personas que tienen una necesidad que es satisfecha por un producto o servicio

Mercado Potencial: conjunto de persona que son de interés para el Ecoparque Jaboque a largo plazo.

Mercado Objetivo: conjunto de personas que son de interés para la empresa a mediano plazo

Mercado Meta: segmento de mercado que es escogido como segmento estratégico.

Nuestra idea principal es llegar a los siguientes perfiles:

Turistas Internacionales que viajan a destinos donde puedan hacer avistamiento de diferentes especies de animales, especialmente avistamiento e identificación de aves.

Turistas nacionales, donde hay un creciente interés en la observación y seguimiento de especies, especialmente las que están en algún nivel de amenaza en sus hábitats.

Empleados residentes en Bogotá, que, por intermedio de las cajas de compensación, reciban esta alternativa de esparcimiento y disfrute de la naturaleza,

Pensionados y personas independientes que se identifican con el cuidado y disfrute de la naturaleza, teniendo esta como una alternativa de esparcimiento y de actividad física en un solo espacio.

Grupos de estudiantes y de deportistas, identificados con el gusto por las actividades deportivas y de aventura, así como por las actividades de observación y conservación con la naturaleza, aprovechando además la utilidad de la oferta de actividades del ecoparque con las

temáticas de estudio de las escuelas, colegios y universidades.

Identificar la competencia

La competencia que existe en Bogotá para el Ecoparque Humedal Jaboque, son empresas o personas que organizan caminatas ecológicas en diferentes espacios de Bogotá y la sabana, incluyendo los cerros orientales, todas ellas funcionan mediante el marketing por redes sociales. Actualmente no existe una empresa que realice caminatas en los humedales de Bogotá, de manera que, si se quiere realizar una, se debe enviar una solicitud a la secretaria Distrital de Ambiente, ellos agendan la solicitud y asignan un experto para dar la charla y guía de la caminata.

De las empresas y/o, organizaciones que se pueden considerar competencia están:

Caminatas Ecológicas Bogotá conexión natural: Enfocada en caminatas a los cerros, visitar diferentes puntos turísticos de interés, así como la biodiversidad, su eslogan es "conocer para conservar"

Recorriendo pasos Caminatas Ecológicas: Se especializa en caminatas por los cerros orientales, trabaja de la mano de fundación Renuce por la recuperación de los cerros.

Caminatas Deportivas: Funciona más como un grupo en redes sociales, que organiza caminatas tipo trekking,

Pau Bacatá Programa de aves urbanas de Bogotá: Se especializa en la organización de caminatas para los amantes de la observación e identificación de aves, realizan caminatas especialmente en los cerros orientales.

Ya hablando de organizaciones que su enfoque este en el ecoturismo y cuidado ambiental encontramos los siguientes competidores en Bogotá y sus alrededores.

Usme Rural: Ruta de caminata ecológica que incluye muestras de la economía campesina

En la caminata se presencia contacto con la flora y fauna local, además se hace una contemplación de los paisajes de la localidad y la ciudad. Punto de encuentro: Plazoleta central del Pueblo de Usme.

Piedras de Moyas: Es un ecosistema está ubicado en la localidad de Chapinero, limita con el Municipio de La Calera. Su valor agregado se debe a que el recorrido se encuentra en los páramos y bosque alto andino, espacios que son el hábitat para muchas especies de flora y fauna nativas.

El competidor más relevante sería el Parque Arqueológico y Ecoturismo Boquemonte, ya que también ofrece una amplia gama de actividades para el público.

Parque Arqueológico y Ecoturístico Boquemonte: Este ecoparque está ubicado en Soacha, al sur de Bogotá, no solo ofrece un paisaje urbano y lugar de residencia para muchos trabajadores. Cuenta con una reserva natural ya que tiene zonas rurales de preservación ecológica. Se pueden contemplar más de 1500 especies de flora y fauna nativas. Este parque cuenta con servicio de restaurante, parqueadero. Zonas de picnic y camping, deportes externos como escalda y canopy, granja, y senderos ecológicos.

Aliados clave del modelo de negocio

Cajas de compensación colombianas: Compensar, Colsubsidio, Cafam. Para dar a conocer el Humedal y sus servicios a las familias afiliadas. Se pueden dar descuentos en las actividades o beneficios adicionales como almuerzo e hidratación incluida.

Secretaría de Educación: Para que se puedan realizar talleres educativos y de concientización sobre la zona y el cuidado de los ecosistemas.

Instituto Distrital de Recreación y Deporte: Aliado para promocionar los servicios entre los grupos de deportistas y amantes de la actividad física.

Empresas de Ecoturismo: Aliados para trabajar en conjunto, dar paquetes de servicios, hacer colaboraciones, etc. Por medio de estas empresas también se llega al público objetivo, los turistas con gustos por el ecoturismo.

Estrategias de Mercadeo

Estrategia de comunicación

Estrategia de Publicity: Basada en relacionamiento público con entidades del sector ambiental, entidades distritales y territoriales, medios locales de comunicación como City tv, donde lo que se busca es mediante este relacionamiento Publico, lograr aparecer registrado en sus publicaciones como una noticia, pero sin tener que pagar por ello, logrando a un bajo costo una buena cobertura y llegando eficientemente a los grupos de interés.

Estrategia de Marketing digital

Ilustración 8

Estrategia Digital



Fuente. Autor. Victor Alfonso Diaz, Elaboración propia

Estrategia de Posicionamiento

Estrategia de Beneficios

Resalta los beneficios ante el consumidor, por ejemplo, ser la única concesión que le permite acudir al Ecomarque Humedal Jaboque sin tener que realizar un trámite y esperar una agenda, tener unos guías expertos específicamente en la biodiversidad del humedal y como parte de la tarifa que paga por el ingreso, el equipo de guía y logística le preste unos binoculares para

que la experiencia de observación, avistamiento e identificación de especies sea inolvidable.

Estrategia de Marketing Digital:

Pensado en contenidos para grupos de interés de amantes de las caminatas, de del avistamiento de especies, especialmente de aves, para quienes se identifican con la responsabilidad por el cuidado ambiental.

Estrategia de Diferenciación

Estrategia de Responsabilidad Social

Al ser el primer Ecoparque en un Humedal que funcione por concesión y destinar el 20% de la taquilla para trabajos de conservación del ecoparque y su biodiversidad, se les transmite a las personas que no solo son visitantes, sino que están siendo participes activos del cuidado y conservación del ecoparque.

Prototipos de los Contenidos a Manejar en Redes Sociales

Instagram

YouTube

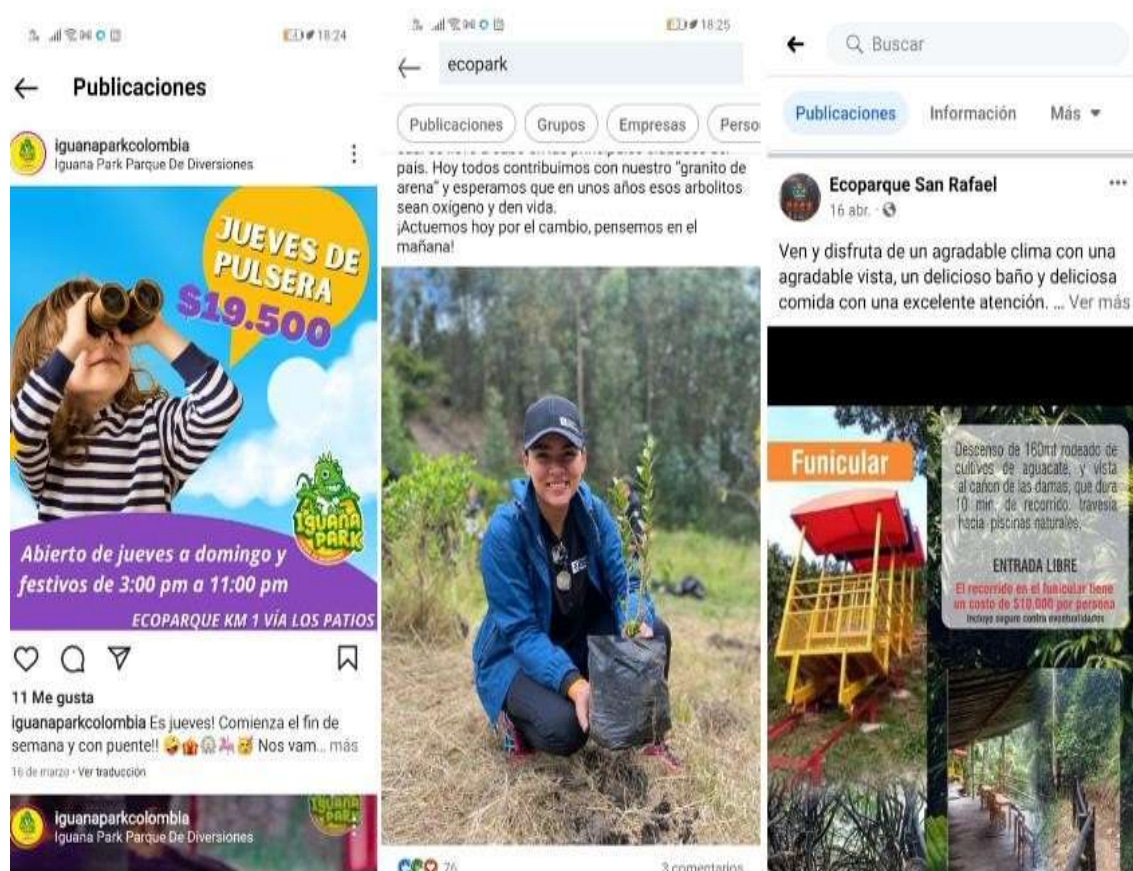
LinkedIn

Facebook

Twitter

Ilustración 9

Prototipos para Redes sociales



Fuente. Autor empresa Iguana Park Colombia, Tomada de perfil de Instagram

<https://instagram.com/iguanaparkcolombia?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

Construcción de la página web para el proyecto en wix en la que se presente los siguientes puntos:

Marca, imagen y slogan

Vínculos de información de la empresa y sus productos o descripción del servicio.

Vínculos de contacto con el prospecto, se puede solicitar Login al navegante.

Vínculos a las redes sociales: a los perfiles y grupos.

Link de atención al cliente

Link de compras y pagos en línea

Link página web

<https://germanzarateabril7.wixsite.com/eco-parque-humedal>

Ilustración 10

Página Web 1



Fuente. Autor. German Zarate Abril, Elaboración propia, imágenes tomadas de la pagina de secretaria distrital de ambiente

Ilustración 11

Página Web 2



Fuente. Autor. German Zarate Abril, Elaboración propia

Proyectar los Recursos Operativos y Financieros

Punto de equilibrio

Con la planificación del desarrollo del proyecto de emprendimiento social, se deben planear también una consolidación y un crecimiento en el mercado, que debe darse año tras año, de lo contrario el proyecto se estanca y no se consolida en el mercado como marca.

Continuando con el proyecto de emprendimiento social que vienen consolida realizar los siguientes puntos:

Recursos operativos

Instalaciones

Inmueble de uso comercial ubicado sobre la Carrera 105 f con calle 68 a que es donde inicia el Humedal Jaboque, lo que es ideal para la logística de las diferentes actividades, el valor del alquiler es de \$ 2.000.000 y los servicios públicos \$2.500.000

Con el permiso de la alcaldía y la secretaria distrital de ambiente, al inicio del ecoparque, se dispondrá de una carpa donde se reunirán a los visitantes, se organizarán por grupos, recibirán las instrucciones por parte de los guías y facilitadores para cada actividad, allí mismo se instalará la taquilla que tendrá 2 datafonos.

Instalaciones educativas: Tendremos espacios dedicados a la educación ambiental donde impartiremos programas educativos, talleres y actividades que fomenten la conciencia ambiental.

Plataformas de Observación: Dichas estructuras deben ofrecer vistas panorámicas y posibilidad de avistamiento de aves mamíferos y otros animales.

Tabla 1*Capacidad instalada*

Conceptos	Unidad de Medida
Área	148 hectáreas
% de espacio utilizado	100%

Fuente. Se describe la capacidad instalada en el proyecto. Elaboración Propia

Equipos

Los equipos estarán divididos en equipos de oficina y de logística de la operación.

Equipo de Oficina

Software diseñado para las necesidades de la empresa, 7 computadores, distribuidos así, 1 para director general y representante legal, 1 para el director de nómina y personal, 1 para el contador, 1 para el director comercial y 3 para gestores de relación con los clientes, se tendrán 2 líneas telefónicas y 10 celulares de uso corporativo.

Equipo para logística de la operación: 20 binoculares (\$500.000 c/u), 10 cámaras (\$1.000.000 c/u) y 10 tablets, 10 bicicletas todoterreno para el acompañamiento en los bici paseos y para facilitar el desplazamiento por el ecoparque.

Tabla 2*Inversión en equipos*

Equipo	Cantidad	Valor Unidad	Valor Total
--------	----------	--------------	-------------

Software y Hardware	1	2.000.000	2.000.000
Computadores	7	1.000.000	7.000.000
Celular	10	1.500.000	15.000.000
Binoculares	20	500.000	10.000.000
Cámaras	10	1.500.000	15.000.000
Tablets	10	500.000	5.000.000
Bicicletas todoterreno	10	1.000.000	10.000.000
Datafonos	2	60.000	120.000
Total de inversión en Equipos			\$64.120.000

Fuente. Describe los equipos requeridos y su costo para iniciar el proyecto. Elaboración Propia

Personal

El personal estará compuesto 100% por los asociados distribuidos en las diferentes funciones y dependencias de la cooperativa para el manejo del ecoparque, se distribuirán por turnos para atender horarios de baja afluencia de visitantes, en cuanto a funciones en el ecoparque estarán distribuidos así:

Tabla 3

Relación de estructura administrativa y costos de la nómina

Cargos	Cantidad Empleos	Salario	Total Salarios	Aporte Salud	Aporte
				Empleador	Pensión Empleador
Director General	1	5.000.000	5.000.000	425.000	600.000

Cargos	Cantidad Empleos	Salario	Total Salarios	Aporte Salud	Aporte
				Empleador	Pensión Empleador
Director	1	3.500.000	3.500.000	297.500	420.000
Comercial					
Jefe Recursos	1	3.500.000	3.500.000	297.500	420.000
Humanos					
Contador	1	2.000.000	2.000.000	170.000	240.000
Gestores Web	3	1.700.000	5.100.000	433.500	612.000
Servicios	2	1.300.000	2.600.000	221.000	312.000
Generales					
Compras y	2	1.300.000	2.600.000	221.000	312.000
Suministros					
Coordinador de	2	2.000.000	4.000.000	340.000	480.000
Actividades					
Guías Caminatas	30	1.300.000	39.000.000	3.315.000	4.680.000
Guías Otras	30	1.300.000	39.000.000	3.315.000	4.680.000
Actividades					
Guías punto de	4	1.300.000	5.200.000	442.000	624.000
Hidratación y					
Observación					
Guías de	18	1.300.000	23.400.000	1.989.000	2.808.000
Seguridad y					

Cargos	Cantidad Empleos	Salario	Total Salarios	Aporte Salud	Aporte
				Empleador	Pensión Empleador
Convivencia					
Administradores de los comercios	5	1.300.000	6.500.000	552.500	780.000
Totales x Mes			141.400.000	12.019.000	16.968.000

Fuente. Muestra los costos de nómina mensual de acuerdo al cargo. Elaboración Propia

Costos y Gastos de Producción

Costos de Producción

Nómina de los asociados, pago de seguridad social y parafiscales, comisión para aliados estratégicos.

En los costos de nómina, se estima un incremento promedio del 10% para el segundo y tercer año, en este mismo porcentaje se incrementará el valor de las entradas.

El porcentaje de comisión para los aliados estratégicos es del 10% sobre el valor de las entradas.

Tabla 4

Costos de Producción por Año

Costos	Año 1	Año 2	Año 3
Nomina	1.696.800.000	1.866.480.000	2.053.128.000
Aportes Salud	144.288.000	158.716.800	174.588.480

Aportes Pensión	203.616.000	223.977.600	246.375.360
Comisión Aliados	360.000.000	495.000.000	648.000.000
Total Costos x Año	2.404.704.000	2.744.174.400	3.122.091.840

Fuente. Describe los costos de producción anuales en un periodo de 3 años. Elaboración Propia

Gastos de Producción

Arrendamiento de la sede, servicios públicos, capacitación en temas ambientales y de la biodiversidad, marketing digital. Se estima que todos los gastos se incrementaran cada año un 10%

Arrendamiento de la sede \$ 2.000.000 mensual

Servicios públicos\$ 2.500.000 mensual

Planes de celular\$ 700.000 mensual

Gastos de dotación e insumos... \$ 34.294.000 Trimestral

Capacitación.....\$5.000.000 mensual

Tabla 5

Gastos de dotación e insumos

Insumos	Cantidad	Valor Unidad	Valor Total
Manillas	20000	204	\$ 4.000.000
Folletos	15000	500	\$ 7.500.000
Gorras	78	8000	\$ 624.000
Camisetas	204	35000	\$ 7.140.000
Pantalones Drill	204	45000	\$ 9.180.000
Pantalones Drill	78	75000	\$ 5.850.000

Total, Insumos y Dotación x Trimestre	\$ 34.294.000
---------------------------------------	---------------

Fuente. Describe los gastos de dotación e insumos que se utilizaran trimestralmente. Elaboración

Propia

Tabla 6

Gastos de Producción por Año

Gastos	Año 1	Año 2	Año 3
Arrendamiento	24.000.000	26.400.000	29.040.000
Servicios	30.000.000	33.000.000	36.300.000
Planes Celular	8.400.000	9.240.000	10.164.000
Insumos y Dotación	137.176.000	150.893.600	165.982.960
Capacitación	60.000.000	66.000.000	72.600.000
Total Gastos x Año	259.576.000	285.533.600	314.086.960

Fuente. Describe los gastos de producción por 3 años con sus respectivos incrementos.

Elaboración propia

Precio de venta y proyecciones de ventas para tres años

El precio estimado de venta al público es de \$ 50.000, por persona, en promedio se espera recibir un promedio de 200 visitantes por día, lo que equivale a 6000 visitantes al mes, entendiéndose que, en el flujo de visitantes, será más elevado los fines de semana que entre semana.

Para el segundo y tercer año, la tarifa se incrementará porcentualmente de acuerdo al IPC, en cuanto a la proyección de ventas se espera para el segundo año incrementar la afluencia a 250 visitantes promedio día, lo que equivale a 7.500 visitantes mensuales y para el tercer año pasar a tener una afluencia de 300 visitantes promedio diario, es decir 9000 visitantes mensuales.

La operación del parque será de lunes a domingo, donde la planta de personal tendrá rotación por turnos de lunes a viernes por la menor afluencia de público, y se contará con mayor disponibilidad para los fines de semana por la mayor afluencia

Tabla 7

Precio de venta y proyecciones de ventas para tres años

Precio Año 1	Visitantes – mes año 1	Visitantes Total Año 1	Proyección Año 1
\$ 50.000	6.000	72.000	\$3.600.000.000
Precio Año 2	Visitantes – mes año 2	Visitantes Total Año 2	Proyección Año 2
\$55.000	7.500	90.000	4.950.000.000
Precio Año 3	Visitantes – mes año 3	Visitantes Total Año 3	Proyección Año 3
60.000	9.000	108.000	6.480.000.000

Fuente. Proyección de los precios de ventas vs el número de visitantes en un periodo de 3 años.

Elaboración propia

En la venta de souvenir y los comercios tanto físicos como por la página de internet se espera para el primer año tener ventas de \$ 200.000.000, con un margen de utilidad neta para la cooperativa del 35%, lo que equivale a \$ 70.000.000

Para el segundo año se espera incrementar el volumen de ventas a \$ 250.000.000 y para el tercer año a \$ 300.000.000, manteniendo el margen de ganancias en el mismo 35%.

Tabla 8*Proyección de ventas souvenirs y comercios*

Souvenirs y Comercio	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	200.000.000	250.000.000	300.000.000
Ganancias	70.000.000	87.500.000	105.000.000

Fuente. Análisis de ventas anuales proyectado a 3 año con los incrementos de acuerdo al IPC

Elaboración propia.

Capital de trabajo

El capital de trabajo estará constituido por el valor aportado por cada asociado al inicio de la constitución de la cooperativa Ecoparque Humedal Jaboque que es de \$1.000.000, lo que equivale a \$ 100.000.000, más un capital financiado por parte del distrito de \$ 100.000.000 por intermedio de la secretaria distrital de ambiente.

Inversiones

Inicialmente la inversión en el proyecto, será por parte de la secretaria distrital de ambiente, con un capital de \$ 100.000.000 y de la alcaldía local de Engativá por \$ 70.000.000.

En total en capital social se iniciará con \$ 200.000.000 más una inversión de \$170.000.000

De las ganancias de cada año, los asociados acordaran un porcentaje a reinvertir en la cooperativa, de manera que se garantice su sostenibilidad.

Conclusiones

Cuando queremos poner en marcha un proyecto social, como en cualquier emprendimiento, debemos tener clara la operación, que recursos humanos, económicos, técnicos y operativos vamos a necesitar, no solo para dar inicio, sino también para sostenerla, previendo el flujo de caja necesario, los suministros que vamos a requerir, los costos y gastos que demandará la operación hasta el momento en que se logre el punto de equilibrio, que es cuando el proyecto es autosuficiente financieramente para cumplir todos sus compromisos y responsabilidades económicas .

Durante el desarrollo de cada uno de los puntos sugeridos, se logra entender la importancia de la planificar los recursos operativos y financieros, Ya que de estos depende en gran medida no solo la puesta en marcha de nuestro proyecto, si no la permanecía en el mercado. Luego estos recursos deben estar alineados a nuestra propuesta de valor que nos permitirá diferenciarnos en el mercado. No podríamos hablar de experiencia y servicio, si nuestras instalaciones y personal no fueran idóneos para cumplir con los que queremos proyectar. Establecer precio, partiendo de estudios de mercado y un análisis claro de nuestro público objetivo, nos permitió tener un horizonte claro en cuanto a las proyecciones de los próximos 3 años e identificar si el emprendimiento será sostenible durante el tiempo.

Las proyecciones operativas, financieras y de talento humano que realizamos en el desarrollo del trabajo nos permiten determinan que recursos necesitamos para iniciar las operaciones del emprendimiento social Ecoparque Jaboque y la viabilidad del mismo a corto, mediano y largo plazo con el fin de medir, evaluar, corregir y tomar las decisiones correctas en el momento de realizar la inversión y ejecución del proyecto.

A través del recorrido de la carrera, lo que entendido es que las proyecciones financieras

se realizan con base en estados financieros, donde podemos comparar por lo menos tres años, sin embargo, no entendía que el ejercicio se puede realizar con emprendimientos y en el caso el del Ecoparque Jaboque me parece muy interesante para tener mucho más optimismo en futuros emprendimientos.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar Morales, S. (Coord.) & Ocampo Carapia, L. A. (Coord.). (2018). De emprendedor a empresario: haga que su negocio ¡sea negocio! (p.p.47-52). Grupo Editorial Patria.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/111870>
- Aguilar Morales, S. (Coord.) & Ocampo Carapia, L. A. (Coord.). (2018). De emprendedor a empresario: haga que su negocio ¡sea negocio! (p.p.79-98). Grupo Editorial Patria.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/111870>
- Autor empresa Iguana Park Colombia, Tomada de perfil de Instagram
<https://instagram.com/iguanaparkcolombia?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Boero, C. (2020). Evaluación de proyectos. Jorge Sarmiento Editor - Universitas. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/172500>
- Camacho, L. D. (2020). Empresas sociales. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31810>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p.65-134). Editorial Miguel Ángel Porrúa.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=66>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (capítulo 1 y 2). Editorial Miguel Ángel Porrúa.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/191619>
- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p. 135-158). Editorial Miguel Ángel Porrúa.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=136>

- Cavazos Arroyo, J. (2019). Gestión de empresas sociales: creación del valor social y económico para conseguir el cambio social (p.p. 11-64). Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/191619?page=12>
- Gámez Gutiérrez, J. & Cortés Barrera, J. E. (2018). Emprendedores sociales: cómo hacer la diferencia (p.p.29-52). Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/126046?page=29>
- Giraldo Oliveros, M. (II.), Juliao Esparragoza, D. (II.) & Acevedo Navas, C. (2017). Gerencia de marketing.. Ecoe Ediciones. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122439>
- Giraldo Oliveros, M. E. Ortiz Velásquez, M. & De Castro Abello, M. (2021). Marketing: una versión gráfica. Universidad del Norte. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/185006>
- Gjorevska, N. (2021). Workplace Spirituality and Social Enterprise – a Review and Research Agenda. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*, 52(5), 2–13. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.14267/VEZTUD.2021.05.01>
- Herrero Vicente, D. O'Callaghan Muñoz, X. (II.) & Vicente Díaz, M. (Coord.). (2021). Marketing para abogados. Wolters Kluwer España. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/175778>
- Level Communications, H. Maciá, F. (Dir.) & Santoja, M. (Dir.). (2018). Marketing en redes sociales.. Difusora Larousse - Anaya Multimedia. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/122932>
- Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking. [Archivo de video]. <http://hdl.handle.net/10596/21685>

José Eucario Parra Castrillón, Jonatan Rosales Chávez, Lucio Cruz López, & Dayan Domínguez.

(2019). Las rutas posibles de los proyectos de innovación: un análisis de casos.

Ingenierías USBMed, 10(1), 58–67. <https://doi->

[org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.21500/20275846.3819](https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.21500/20275846.3819)

Quaranta, N. (2020). Planes de negocio. Editorial Universidad Adventista del Plata.

<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/130238>

Sánchez de Puerta, P. (2019). Fundamentos del plan de marketing en marketing. COMM025PO..

IC Editorial. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/124250>

Uribe Palacios, V. J. (2021). Manual del emprendedor: la caja de herramientas para crear tu

modelo y plan de negocios.. Editorial Uniagustiniana. <https://elibro->

[net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380](https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/199380)

Villa Sánchez, A. (2021). Un modelo de formación para desarrollar el emprendimiento social: A

training model for developing social entrepreneurship = Un model formatiu per al

desenvolupament de l'emprenedoria social. Educar, 57(1), 97–116. <https://doi->

[org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.5565/rev/educar.1153](https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.5565/rev/educar.1153)