

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE TEMÁTICO  
DIVERTILANDIA EN LA CIUDAD DE GIRARDOT**

**DEISY ALEJANDRA BARCO**

**NANCY SALCEDO GAL**

**INDO**

**Trabajo de grado para optar al Título de Administradora de Empresas**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**GIRARDOT**

**2015**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

**Presidente del jurado**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

## AGRADECIMIENTOS

En esta fecha tan especial queremos darle gracias a dios, a nuestros padres por habernos dado el don de vida, a nuestros hijos por su apoyo incondicional, en este gran reto enmarcado de perseverancia el cual un día decidimos adquirir para llegar a cumplir este gran logro obtenido el día de hoy. Estamos completamente convencidas de que con la ayuda de Dios seguiremos luchando por alcanzar un nuevo reto en nuestras vidas. Con inteligencia y mucha sabiduría, teniendo plena conciencia, el superar cualquier obstáculo que llegase a interponer en nuestro camino, manteniéndonos siempre bajo el manto divino de dios; es por eso que para nosotras es grato compartir un pasaje bíblico que nos trae una gran enseñanza espiritual que al ser aplicada en Nuestro diario vivir nos hace más fácil llegar a lograr lo que nos propongamos hacer en la vida. El cual dice así:

*“Aunque pase por el valle de sombra de muerte, no temeré mal alguno, porque tú estás conmigo; tu vara y tu cayado me infunden aliento.”*

Salmo 23:4

.A mis maestros, compañeros y todas aquellas personas que de alguna u otra forma nos ayudaron para la realización de este proyecto.

## CONTENIDO

	Pág.
<b>INTRODUCCION .....</b>	10
<b>1. PROBLEMA.....</b>	11
<b>1.1 Descripción del problema .....</b>	11
<b>1.2 Formulación del problema .....</b>	12
<b>1.3 Sistematización del problema.....</b>	12
<b>2. OBJETIVOS.....</b>	13
<b>2.1 Objetivo General .....</b>	13
<b>2.2 Objetivos Específicos .....</b>	13
<b>3. JUSTIFICACIÓN .....</b>	14
<b>4. MARCO REFERENCIAL .....</b>	16
<b>4.1 Marco Teórico .....</b>	16
<b>4.2 Marco Conceptual .....</b>	27
<b>4.3 Marco Metodológico .....</b>	33
<b>4.4 Marco Legal Normativo.....</b>	48
<b>5. METODOLOGIA .....</b>	53
<b>5.1 Diseño metodológico de la investigación. ....</b>	53
5.1.1 Método de Investigación.....	53
5.1.1.1 Población universo .....	53
<b>5.2 Fuentes y técnicas para la recolección de la información .....</b>	54
<b>6. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTAS .....</b>	55
<b>7. ESTUDIO DEL MERCADO.....</b>	81
<b>CONCLUSIONES.....</b>	133

**LISTA DE TABLAS**

	Pág.
<b>Tabla 1.</b> Parques según su dimensión y naturaleza .....	31
<b>Tabla 2.</b> Parques ubicados en la ciudad de Girardot .....	65
<b>Tabla 3.</b> Atracciones .....	67
<b>Tabla 4.</b> Canal de Distribución.....	92
<b>Tabla 5.</b> Inversión .....	127
<b>Tabla 6.</b> Valores .....	128
<b>Tabla 7.</b> Nomina Anual .....	129
<b>Tabla 8.</b> Estado de resultados Flujo de caja Financiero .....	131

## CONTENIDO

	Pág.
<b>Figura 1.</b> Triángulo de Peter Nijkamp .....	24
<b>Figura 2.</b> Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter.....	40
<b>Figura 3.</b> Productos y servicios de los parques temáticos en el sector.....	52
<b>Figura 4.</b> Centros recreativos más cercanos que conoce.....	55
<b>Figura 5.</b> Tiempo dedica a la semana para realizar alguna actividad física.....	56
<b>Figura 6.</b> Consideraría necesario la creación de un parque recreacional en Girardot.....	57
<b>Figura 7.</b> Dispuesto a pagar por el servicio de recreación .....	58
<b>Figura 8.</b> Beneficios que aporta la recreación el esparcimiento al ser humano .....	59
<b>Figura 9.</b> Los programas de recreación y esparcimiento satisfacen las necesidades especiales de las personas actualmente .....	60
<b>Figura 10.</b> Espacios destinados a la recreación brindan seguridad. ....	61
<b>Figura 11.</b> Importancia considera usted que tienen los espacios recreativos. ....	62
<b>Figura 12.</b> Para su descanso considera usted prioritario un ambiente natural. ....	63
<b>Figura 13.</b> Frecuencia de visitar un parque.....	64
<b>Figura 14.</b> Mundo aventura.....	66
<b>Figura 15.</b> Atracciones del Parque Mundo Aventura.....	70
<b>Figura 16.</b> Parque Salitre mágico.....	71
<b>Figura 17.</b> Precios de algunas atracciones de salitre mágico .....	71
<b>Figura 18.</b> Precios de otras atracciones de salitre mágico.....	72
<b>Figura 19.</b> Atracciones de Salitre Mágico.....	72
<b>Figura 20.</b> Logotipo Parque Temático .....	81
<b>Figura 21.</b> Slogan.....	82
<b>Figura 22.</b> Logotipo Parque Temático .....	82
<b>Figura 23.</b> Representación pictórica del parque.....	83
<b>Figura 24.</b> Imágenes de portafolio a usuarios .....	87
<b>Figura 25.</b> Imágenes de portafolio a Convenios .....	88
<b>Figura 26.</b> Tarjetas .....	89
<b>Figura 27.</b> Plano del establecimiento.....	95

<b>Figura 28.</b> Plano de autocadtobogan.....	96
Instalaciones.....	98
<b>Figura 29.</b> Instalaciones .....	98
<b>Figura 30.</b> Diseño de Parque.....	99
<b>Figura 31.</b> Salón Múltiple .....	100
<b>Figura 32.</b> Carrusel .....	101
<b>Figura 33.</b> Carros chocones .....	101
<b>Figura 34.</b> Piscina de Pelotas .....	102
<b>Figura 35.</b> Toro Mecánico .....	103
<b>Figura 36.</b> Piscinas.....	103
<b>Figura 37.</b> Toboganes .....	105
<b>Figura 38.</b> Río Lento.....	105
<b>Figura 39.</b> Figuras acuáticas infantiles.....	107
<b>Figura 40.</b> Parque Infantil .....	108
<b>Figura 41.</b> Localización geográfica de Girardot Cundinamarca .....	109
<b>Figura 42.</b> Ubicación Geográfica de Girardot.....	110
<b>Figura 43.</b> Localización del parque temático DIVERTILANDIA.....	111
<b>Figura 44.</b> Estructura Organizacional .....	114

## RESUMEN

Girardot es una ciudad turística de gran importancia, atractiva por su clima y de fácil acceso, con gran preferencia en los turistas para sus épocas de vacaciones, fines de semana, veraneo.

La importancia del entorno que genera dentro de la ciudad de Girardot la creación del parque temático Divertilandia, ofrece beneficios económicos y mejorara el concepto de los turistas acerca de las alternativas que no hay para la recreación con esto se nos presenta la oportunidad de dar a conocer este estudio para que se haga factible la realización del parque temático Divertilandia brindando la posibilidad de tener un parque en la ciudad de Girardot sin salir de ella.

El parque temático Divertilandia tendrá como objetivo recrear la mente y el cuerpo de cada uno de sus visitantes, enfocándonos a crear interés en su producto ofrecido y satisfacer las necesidades existentes.

En el encontraras la diversión acompañada de escenarios deportivos y recreación para toda la familia es un plan perfecto para un día de esparcimiento alejándose del estrés y la monotonía.

En la actualidad el sector turístico en Girardot no ha sido explotado las entidades encargadas no han tenido las estrategias para impulsarlo al desarrollo en su totalidad como es el caso dela creación de una alternativa que es un parque de diversiones.



## **ABSTRACT**

Girardot is strongly known as a summer resort town of great importance, attractive for its climate and easy access, with strong preference on tourists for their holiday periods, and weekends.

The importance of the environment generated within the city of Girardot Divertilandia creation theme park, offers economic benefits and improve the concept of tourists about the alternatives there for recreation this presents us with the opportunity to meet this study for the realization of Divertilandia theme park offering is made feasible the possibility of having a park in the city of Girardot without leaving it. Divertilandia theme park will aim to recreate the mind and body of each of its visitors, focusing on creating interest in the services provided as well as offering and meeting existing needs. In it you will find fun sports arenas and recreation for the whole family being a perfect plan for a day of relaxation, away from the stress and monotony.

Currently tourism in Girardot has not been exploited as it should, entities on charge of it haven't had strategies to propel its development as a whole neither with suggestion of alternatives for example the creation of an amusement park.

## INTRODUCCION

El propósito de la investigación es establecer la viabilidad que tendría la creación de un parque temático en la ciudad de Girardot.

La motivación para realizar dicho estudio surge de la necesidad de crear nuevas maneras para promocionar el turismo en la ciudad de Girardot.

El turismo es primordial para la economía de un lugar ya que beneficia con la creación de empleos, los parques de diversiones por décadas se han convertido en la diversión favorita de las familias ya que ofrecen diversión para las personas de todas las edades.

Girardot no tiene lugares de recreación para toda la familia donde se pueda compartir tiempos libres, los turistas solo llegan a disfrutar de los hoteles o de sus casas habitacionales y de veraneo en los diferentes condominios de la ciudad, los lugares que existen son discotecas, bares, piscinas, canchas de tejo nada diferente que ofrecerles de lo que ellos ven en su ciudad.

El negocio de los parques es un segmento millonario y competitivo de la industria del turismo el mayor atractivo de negocio desde el punto de vista de inversión.

Todo esto nos lleva a concluir que Girardot es el lugar estratégico para la creación de un parque de diversiones aprovechando el clima que existe en la ciudad y el traslado de ciudad a ciudad que es un hecho que con la doble calzada de Bogotá a Girardot y sus vecinos tienen la oportunidad de llegar en un tiempo corto aprovechando que las vías están en buen estado.

## **1. PROBLEMA**

La ciudad de Girardot carece de centros recreativos lo único que se encuentran son piscinas, Bares pero ninguna atracción parecida a un parque recreativo.

Se hace necesario plantear una alternativa y realizar un estudio de viabilidad para la creación de un parque temático en la ciudad de Girardot donde pueda asistir toda la familia para la integración de todos sus miembros.

### **1.1 Descripción del problema**

Los centros recreativos en la ciudad de Girardot carecen de lugares cómodos y confortables, los cuales no brindan la oportunidad de sentirnos en un ambiente familiar por otro lado no brindan un buen servicio a sus clientes, esta situación nos obliga a buscar otras alternativas de diversión.

Mediante el diagnóstico de la necesidad existente en la ciudad de Girardot en estos tiempos tan acelerados es necesario darse un espacio para un descanso físico, emocional y que mejor que lo hagamos al aire libre y sobre todo en compañía de nuestros seres queridos y disfrutar de todas las diversiones que se encontraran en el parque.

Nuestro propósito es el estudio de las características que debe tener un parque temático en la ciudad de Girardot para poder brindar un servicio de calidad a estudiantes, a familias, empresas e instituciones cuyo objetivo es dar un espacio para disfrutar de los encantos de la naturaleza de las atracciones del parque compartiendo así experiencias maravillosas que nos ayudan sentirnos motivados después de un buen descanso.

## **1.2 Formulación del problema**

¿De qué manera la creación de un espacio de diversión da la posibilidad a los Girardoteños de contar con un ambiente diferente e innovador que genere bienestar para todos sus habitantes y turistas?

## **1.3 Sistematización del problema**

¿Existe conocimiento de concepto de parque temático entre los consumidores?

¿Hasta qué punto están interesados la población local y los turistas en la creación del parque temático en la ciudad de Girardot?

¿Girardot cuenta con la infraestructura necesaria para el desarrollo de este parque?

¿Consideran los girardoteños que la construcción del parque traería efectos positivos para Girardot?

¿Qué cualidades debe tener un parque temático en la ciudad de Girardot para ser atractivo para la comunidad local y los turistas?

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo General**

Establecer la viabilidad para la creación de un parque temático en la ciudad de Girardot, que permita el avance hacia un proyecto realizable

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Determinar la viabilidad del parque temático en Girardot
- Identificar el público a quien va dirigido
- Analizar el interés de los girardoteños y turistas en la construcción del parque
- Identificar el lugar de ubicación del parque en la ciudad de Girardot
- Determinar cuál es la percepción de los consumidores con referencia a la demanda que

existe para la creación de un parque recreativo en la ciudad de Girardot.

### 3. JUSTIFICACIÓN

Existen obstáculos en el lento desarrollo de la ciudad esto se debe a la falta de interés que presentan las agencias del sector turístico en la ciudad de Girardot no ha sido explotado al máximo, la creación de un parque recreativo con enfoque turístico.

En Girardot no se encuentran sitios para la integración familiar lo que existen son piscinas como son la piscina de olas que solo ofrece servicio de piscina y los otros quedan ubicados en las afueras como son piscilago, lago sol estos centros recreativos no tienen horario extendido para los que los visitan, ni están abiertos todos los días y su traslado a ello para los habitantes de Girardot es tedioso, la idea es que este parque quede cerca de todos los que quieran ir a visitarlo en la ciudad de Girardot

El legado que dejara este estudio al sector de turismo y mercadeo es que permitirá evaluar la necesidad de establecer un parque de recreación en la Ciudad de Girardot de enfoque turístico

que sirva para mejorar la imagen que tiene el turista de Girardot como un destino de esparcimiento y diversión familiar.

El estudio servirá de base para las futuras investigaciones en el área de mercado para buscar otras alternativas de promover el turismo de Girardot.

La creación de un parque temático en Girardot lograra la creación de nuevos empleos y ayudara a la parte hotelera.

Méndez (1975) indica que la recreación y el esparcimiento son un derecho innegable y esencial para el bienestar del ser humano y es por eso que con el transcurso de los siglos se construyeron magníficos parques para el goce y la satisfacción del ser humano.

El parque permitirá una alternativa diferente a los turistas y ciudadanos de Girardot con el fin de integrarse con sus familias en una diversión sana con amistades o disfrute individual.

[http://ponce.inter.edu/cai/Tesis\\_Graduado/Mariely\\_Alvarado/index.pdf](http://ponce.inter.edu/cai/Tesis_Graduado/Mariely_Alvarado/index.pdf)

## **4. MARCO REFERENCIAL**

### **4.1 Marco Teórico**

Actores Importantes Colombia cuenta con una amplia institucionalidad en materia de cambio climático, en cuanto a los proyectos REDD, estos son los principales (Ministerio de Ambiente, dos mil diez):

**A.** Ministerio de Ambiente y desarrollo sostenible: Define las políticas en materia de medio ambiente en Colombia.

**B.** Unidad administrativa especial del sistema de Parques nacionales naturales: Hace parte del ministerio de medio ambiente con independencia financiera y administrativa encargada del manejo y administración de los parques naturales en el país.

**C.** Departamentos Distritos, Municipios y Entidades Territoriales Indígenas

**D.** Como parte del proceso de investigación, se buscarán fuentes primarias y secundarias para el desarrollo del proyecto.



**E.** Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales – IDEAM: Apoyo a la gestión ambiental de las autoridades ambientales, conservación de ecosistemas, prevención en desastres hidrometeorológicos, transferencia de conocimiento en materia ambiental.

**F.** Instituto de Investigación de Recursos Biológicos - Alexander von Humboldt: Hace parte de la unidad investigativa del ministerio de medio ambiente y desarrollo sostenible, sin ánimo de lucro y se encarga de realizar todas las investigaciones científicas en materia de biodiversidad.

**G.** Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural: Formular políticas que promuevan el desarrollo competitivo y sostenible de los procesos agropecuarios, forestales, pesqueros y de desarrollo rural.

Como parte del proceso de investigación, se buscarán fuentes primarias y secundarias para el desarrollo del proyecto.

Así mismo se tomará como base teórica conceptos involucrados en el desarrollo de nuevas ideas de negocio. Conceptos como el emprendimiento, innovación, creatividad, plan de negocio, factibilidad, consideramos son fundamentales a la hora de pensar en un nuevo proyecto, en este caso la creación de un parque temático en la ciudad. También se tomará en cuenta el modelo de negocio planteado por Gary Hamel con la cual se realizará un análisis enfocado principalmente en la innovación.

## **El emprendimiento**

Hace referencia a empresarios innovadores o que de alguna manera agregan valor a un producto ya existente; es lo que le permite a una persona afrontar nuevos retos, nuevos proyectos buscando nuevos mercados, satisfaciendo más necesidades.

La cultura del emprendimiento, tiene origen desde el inicio de la humanidad, logrando una evolución constante a través de los tiempos, mejorando la calidad de vida de las personas, haciendo de esta manera, que cada vez que haya cosas nuevas las personas vayan supliendo sus necesidades y vayan adquiriendo nuevos requerimientos para tener una calidad de vida mejor. Esto no es posible, sin un conjunto de valores, creencias, hábitos, costumbres e ideologías que comparten en grupo las personas emprendedoras para cumplir sus metas. De aquí nace la acción emprendedora, la cual surge de la interacción de un sistema organizado de relaciones interpersonales y la combinación de recursos para cumplir un determinado objetivo.

Es conveniente tener claro el concepto de creatividad, invención e innovación en el proceso de creación de empresa. Tomando como base el libro Innovación Empresarial de Rodrigo Varela, la creatividad es la capacidad de implantar una idea útil y general, es donde se encuentra una nueva línea de acción que puede ser universal o localmente nueva. Por otro lado, la invención, se relaciona con el desarrollo y con la materialización de una idea creativa universalmente nueva en un prototipo, en un modelo, en un concepto, en una idea; es volver realidad el acto creativo, finalmente la innovación que opera sobre actos creativos en general, inventos o no, es el proceso mediante el cual esos modelos o conceptos ideas se integran al mercado y se ofrecen como bienes para ser adquiridos por los clientes; decimos entonces que es convertir una idea en negocio.

Profundizando más en el tema de innovación podemos decir que este establece las ventajas competitivas y de esta manera es el alma de todo el proceso empresarial. El sistema nacional de innovación de Colombia describe a la innovación como una estrategia de desarrollo empresarial orientada a la generación de nuevos productos y procesos, a la adaptación de tecnología, a la capacitación avanzada de trabajadores y la adopción de cambios en la cultura organizacional, todo en bien de la competitividad de las empresas, y, del bienestar de la comunidad.

Peter Drucker nos plantea unas fuentes básicas para la innovación que debemos tener en cuenta:

1. Lo inesperado: la sorpresa;
2. Lo incongruente: la diferencia entre lo que es y lo que debería ser;
3. La necesidad de mejorar un proceso existente;
4. El desmoronamiento o los cambios de una estructura industrial o de mercado;
5. Los cambios demográficos;
6. Los cambios de percepción, modalidad y significado;
7. Nuevos conocimientos.

Dentro del tema de innovación, debemos hablar de generar ideas, y la idea de negocios cuando el empresario relaciona y orienta sus capacidades imaginativas, creativas, inventivas, innovadoras a una perspectiva de negocio, y empieza a asociar esa idea con mercados, clientes, tecnologías, recursos, contactos, entre otros, y lo hace con una intencionalidad específica de establecer un negocio; por lo tanto, la idea de negocio, es la etapa que inicia el proceso de dar valor económico a las ideas, es empezar a revisar realmente con una concepción concreta de negocio la idea.

Las ideas de negocio surgen a partir de: problemas, necesidades y deseos. En cuanto al primer término, hace referencia a los problemas que enfrentan los seres humanos; con el segundo término, cada día los seres humanos tenemos nuevas necesidades, en donde la oportunidad de negocio se visualiza, cuando las necesidades están insatisfechas; por último, los deseos corresponden a aquellas cosas que la gente anhela, pero que puede vivir sin ellas.

Una vez se tengan las ideas de negocio, se lleva al siguiente paso que es la Evaluación donde no solo se determina si merece la realización de un plan de negocio, sino también para determinar si vale la pena o no seguir el proceso.

Aprobada la idea de negocio, termina la etapa de inspiración, y, comienza el empresario su trabajo de diseño y desarrollo de oportunidad de negocio que va a darle los términos de referencia básicos para realizar un plan de negocio. Por lo tanto, el empresario debe definir detalles operacionales básicos para la orientación del plan de negocio, como lo son: segmento de mercado que se va a estudiar; cubrimiento geográfico; esquemas de comercialización; nivel de tecnología; formas de vinculación laboral; estructuras de financiación; opciones para el grupo empresarial; posibilidades de acceso a recursos físicos; competidores a considerar; nivel de análisis del ambiente industrial, legal, comercial; clientes primarios y secundarios; productos sustitutos que se van a considerar; expectativas mínimas de rentabilidad; capacidad financiera en recursos propios, en garantía en créditos y riesgos. Un plan de negocio es el proceso de darle al negocio una identidad, una vida propia. Es el procedimiento para enunciar en forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados, y en

resumen la visión del empresario sobre el proyecto. Podemos resumir entonces, que es un mecanismo de proyectar la empresa en el futuro, de prever dificultades y de identificar posibles soluciones a los problemas que se puedan presentar.

**Evaluación integral del proyecto:** su objetivo central es determinar para el proyecto los principales indicadores de factibilidad, hacer un análisis sobre los efectos, que en esos indicadores tienen los cambios en las variables del proyecto, identificar variables y supuestos críticos para la factibilidad del proyecto y dar una visión específica de la factibilidad del mismo.

En cuanto a la factibilidad de un proyecto es la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo un objetivo planteado. Hay diferentes tipos de factibilidad: económica, comercial, operativa, tecnológica, biológica, organizacional, legal, política, de tiempo.

### **Modelo de Negocio**

**Gary Hamel** en su libro “Liderando la Revolución” realiza un análisis acerca del modelo de negocio, enfocado principalmente en la Innovación. De su texto, se puede extraer la siguiente definición de Innovación conceptual: capacidad de idear conceptos de negocios radicalmente distintos, o nuevas maneras de diferenciar los existentes, siendo la clave para la creación de nuevas riquezas.”

De acuerdo a su concepto en un modelo de negocios eficiente la innovación Conceptual es básica para el funcionamiento exitoso de este, dónde la premisa bajo la cual nos debemos sustentar es crear algo diferente a lo ya existente, de lo contrario las compañías estarán destinadas al fracaso.

Dentro del concepto del modelo de negocios, un componente básico en su estructura es tener claramente definido el objeto de la compañía, saber hacia dónde va, qué persigue, y cuál es el aspecto diferenciador que la hará sobresalir entre las demás compañías. En todos los eslabones el direccionamiento clave va dirigido hacia la innovación, dónde podemos tener una idea de negocio común en el mercado, pero debe existir el toque distintivo, que nos permitirá permanecerá lo largo del tiempo.

Es más, si se cuenta con un modelo de negocios lo suficientemente eficiente, se gana la exclusividad, dejando por fuera de línea a los competidores, por lo que este se convierte en un mar de oportunidades en el camino hacia el éxito.

[http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/jspui/bitstream/10819/1459/1/Desarrollo\\_Modelo\\_Tem%C3%A1tico\\_I](http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/jspui/bitstream/10819/1459/1/Desarrollo_Modelo_Tem%C3%A1tico_I)

Según G. Tyler Miller, 2007, Una sociedad sostenible o sustentable ambientalmente, cubre los requerimientos básicos de su gente de manera justa y equitativa sin degradar o agotar al capital natural que suministran estos recursos...

Las causas principales de los problemas ambientales son el crecimiento de la población, el derroche de los recursos, la pobreza, baja responsabilidad ecológica y la ignorancia ecológica.

La pobreza es una gran amenaza para la salud humana y para el ambiente, la gente más pobre del planeta es la que sufre en mayor medida la contaminación y la degradación ambiental. El consumo de los recursos está ligado tanto a pobreza como a la riqueza. Los pobres consumen menos al no tener suficientes comida, agua y otros recursos para satisfacer sus necesidades

básicas. Muchos de los más prósperos económicamente consumen más al utilizar y desperdiciar muchos más recursos de los que necesitan.

Según este planteamiento, el desarrollo sostenible tiene que conseguir a la vez:

- Satisfacer a las necesidades del presente, fomentando una actividad económica que suministre los bienes necesarios a toda la población mundial. La Comisión resaltó “las necesidades básicas de los pobres del mundo, a los que se debe dar una atención prioritaria”.
- Satisfacer a las necesidades del futuro, reduciendo al mínimo los efectos negativos de la actividad económica, tanto en el consumo de recursos como en la generación de residuos, de tal forma que sean soportables por las próximas generaciones.

Cuando nuestra actuación supone costos futuros inevitables, por ejemplo la explotación de minerales no renovables, se deben buscar formas de compensar totalmente el efecto negativo que se está produciendo, por ejemplo desarrollando nuevas tecnologías que sustituyan el recurso gastado.

En la mentalidad humana está firmemente asentada una visión de las relaciones entre el hombre y la naturaleza que lleva a pensar que:

- El éxito de la humanidad se basa en el control y el dominio de la naturaleza.
- La Tierra tiene una ilimitada cantidad de recursos a disposición de los humanos.

La dinámica económica mundial acontecida durante los últimos años, ha contribuido directa e indirectamente en la atención de los problemas de degradación ambiental a escala

mundial, con mayor repercusión en los países en vías de desarrollo como Venezuela. La búsqueda de soluciones a los problemas ambientales no es una tarea fácil, ya que se trata de hacer crecer la economía a tasas sostenidas en armonía con el medio ambiente, lo que implica la conjugación de esfuerzos de todos los sectores de la sociedad.

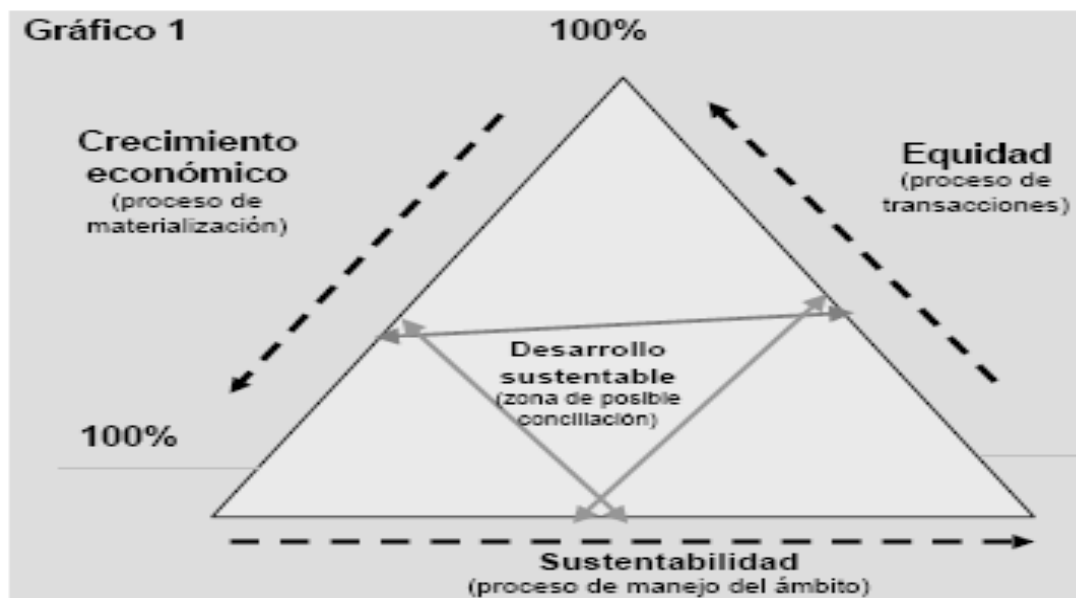
Para lograr consistencia, es necesaria la concertación y creación de alianzas que conlleven a la modificación de patrones de producción y consumo y que se dé la oportunidad de construir una sociedad más limpia, justa y equitativa, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de todo el mundo.

El concepto de desarrollo sustentable puede representarse por un triángulo en el cual se representa la interrelación entre crecimiento económico, equidad (social, económica y ambiental) y sustentabilidad ambiental.

<http://www.gestiopolis.com/sostenibilidad-economica-social-prioridad-sustentabilidad-ambiental/>

**Figura 1.** Triángulo de Peter Nijkamp





Fuente. <https://www.google.com.co/search?q=Triángulo+de+Peter+Nijkamp&biw=>

La calidad ambiental está afectada por las interacciones entre el tamaño de la población, el consumo de los recursos y la tecnología. Una vez que se han identificado los **problemas ambientales** y las raíces de sus causas, el próximo paso debe ser entender cómo se conectan entre sí. De tal manera, uniendo esto con todo lo anterior mencionado, si es necesario tener sociedades sostenibles y sustentables sin perjudicar el medio ambiente.

El problema surge por las diferentes interpretaciones que se tienen sobre dichos conceptos, de ahí la recomendación de su precisión para poder así establecer las normas mínimas de comprensión acerca de qué se está hablando.

El propio término de “sustentable” es elástico y se aplica en distintos ámbitos tales como el de la producción, ecología, economía, medio ambiente, sociedad o desarrollo. Se refiere a recursos sostenibles que ofrezcan la posibilidad de renovarse en el tiempo o puedan ser

reutilizados asegurando así su beneficio para las generaciones humanas posteriores. En este sentido, se entiende que el éxito de la sustentabilidad se relaciona directamente con satisfacer las necesidades de las personas en el presente, sin comprometer sus necesidades futuras.

El desarrollo sustentable debe ser mantenido en el tiempo para ser sostenible.

Idealmente el desarrollo sustentable se alcanza plenamente en el momento que los tres objetivos se encuentran en equilibrio, tal como lo ilustra el triángulo de Nijkamp que representa gráficamente la satisfacción simultánea entre el crecimiento económico, la equidad social y la sustentabilidad ambiental para dar lugar al desarrollo sustentable, área central del triángulo.

El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en su Informe sobre Desarrollo Humano, 1996. Ediciones Mundi-Prensa. Madrid, establece los siguientes vínculos entre crecimiento económico y desarrollo para que sea sustentable: Equidad: Cuanto mayor sea la igualdad con que se distribuyan el PNB y las oportunidades económicas, tanto más probable será que se traduzcan en un mejoramiento del bienestar humano. Oportunidades de empleo: El crecimiento económico se concreta en la vida de la gente cuando se le ofrece trabajo productivo y bien remunerado. Acceso a bienes de producción: Las oportunidades económicas de mucha gente pueden incrementarse con acceso a bienes de producción, en particular la tierra, la infraestructura física y el crédito financiero; el estado puede hacer mucho en todas esas esferas, interviniendo para tratar de nivelar el terreno de juego.

Gasto social: Los gobiernos y las comunidades deben encauzar una parte importante del ingreso público hacia el gasto social más prioritario, en particular mediante la prestación de servicios sociales básicos para todos. Igualdad de género: Al brindar a la mujer mejores oportunidades y mejor acceso a la enseñanza, las guarderías infantiles, el crédito y el empleo. Buen gobierno: Quienes detentan el poder asignan gran prioridad a las necesidades de toda la población y la gente participa en la toma de decisiones en muchos niveles. Una sociedad civil activa: Las organizaciones no gubernamentales y los grupos de la comunidad no sólo complementan los servicios gubernamentales haciendo llegar los servicios a la población meta, sino que además desempeñan una función esencial al movilizar la opinión pública y la acción de la comunidad a ayudar a determinar las prioridades del desarrollo humano.

<http://www.gestiopolis.com/sostenibilidad-economica-social-prioridad-sustentabilidad-ambiental/>

## **4.2 Marco Conceptual**

### **Los Parques**

En el momento en que se realiza la investigación no hay ningún registro de que exista un proyecto de la viabilidad de la creación de un parque en la ciudad de Girardot.

El turismo hace que la economía de una ciudad crezca y se fortalezca para llegar a ser una ciudad turística, Girardot cuenta con un clima que le favorece para desarrollar estos proyectos como es la viabilidad de un parque temático.

Girardot es una ciudad turística, su ubicación la hace privilegiada para el turismo, se encuentra a las orillas del Río Magdalena, en pleno centro del país. Por estar tan cerca de la capital colombiana es muy visitada por los habitantes de Bogotá en todas las épocas del año. Cuenta con una excelente infraestructura para el descanso y esparcimiento. Como su actividad turística es todo el año, el comercio tiene una gran actividad, en productos tanto agrícolas como artesanales los cuales se llevan a la Plaza de Mercado.

Un parque es un terreno situado en el interior de una ciudad que brinda un beneficio común; con jardines, prados, arbolado y con diferentes atracciones generando un espacio de esparcimiento y recreación a los ciudadano y turistas.

Si se trata de una extensión de terreno natural y protegida por el estado, hablamos de un Parque natural o de un Parque nacional. Se conoce como parques también a recintos privados o protegidos, de diversas formas, donde se celebran actividades lúdicas y recreativas. Se distinguen:

### **Tipos de Parques**

**A. Parque acuático:** Los parques acuáticos son centros de recreación masiva, construidos y equipados con atracciones y juegos básicamente con agua. Son en esencia centros para disfrutar con seguridad durante horas en compañía de amigos y familiares. Están ubicados, en cualquier tipo de zona climática, cerca o dentro de las ciudades.

**B. Componentes básicos** Un parque acuático puede tener una diversidad de atracciones muy amplia, que se pueden determinar por la dimensión de terreno, la localización, el plan de negocio que se tenga, etc., sin embargo algunos de sus componentes básicos son

- Tobogán
- Piscinas o Albercas.
- Juegos para Niños.
- Ríos Lentos y Rápidos }
- . • Playas Artificiales (algunos).
- Áreas Administrativas.

**C. Parque de atracciones o diversiones:** es un tipo de parque de ocio en el que se encuentran atracciones mecánicas, espectáculos, tiendas, restaurantes, y otros tipos de infraestructuras destinadas sobre todo la diversión e integración de la familia. No tienen una tematización muy definida (zona de la naturaleza, por ejemplo). Si están divididos en zonas temáticas definidas, se trata de parques de atracciones temáticos o simplemente parques temáticos.

Pueden ser de pequeño tamaño y pocas atracciones, a grandes recintos con numerosas y grandes atracciones, principalmente montañas rusas. Los hay de sistema de pago en el que se paga por atracción montada, a veces a través de sistemas de puntos (fichas) que en algunos parques tienen su propio nombre, y de sistema de pago en que se adquiere una entrada general con acceso gratuito a todas o casi todas las atracciones y espectáculos.

**D.** Parque temático: es el nombre genérico que se utiliza para denominar a un recinto con un conjunto de atracciones, espacios para el ocio, entretenimiento, educación y cultura, normalmente organizadas en torno a una línea argumental que les sirve de inspiración. Precisamente por esto un parque temático es algo mucho más complejo que un parque de atracciones o una feria. Esto también implica que vaya ligado a un proyecto empresarial más sólido y con importantes inversiones económicas. Los parques temáticos se han popularizado en el mundo, tanto en países industrializados como en vías de desarrollo, porque atraen a una gran población, especialmente infantil y juvenil y son una oportunidad para crear conciencia acerca de temas que antes fueron relegados al espacio de la escuela como la ciencia y las matemáticas, temas de preocupación mundial detracciones.

<http://www.lafm.com.co/nacional/noticias/girardot-tendr%C3%ADa-un-parque-tem-183430>

**E.** Un parque nacional es una categoría de área protegida que goza de un determinado estatus legal que permite proteger y conservar la riqueza de su flora y su fauna, se caracteriza por ser representativa de una región fitozoogeográfica y tener interés científico. Los parques nacionales están generalmente localizados en lugares con bajo desarrollo. Frecuentemente presentan áreas con una riqueza excepcional y casi virgen en su flora y fauna con un ecosistema que muchas veces es el último reducto de especies en peligro de extinción. También se desarrollan parques nacionales en áreas de características geológicas significativas por su origen, formación o belleza natural. Muy frecuentemente ambos objetivos son satisfechos en gran parte de los parques nacionales, en un balance natural único que permite gozar de la vida natural en su mayor esplendor tal como abundaba en nuestro planeta antes del desarrollo humano desmedido.

En algunos países los parques nacionales tienen el propósito de devolver a ciertas áreas que han experimentado dicho desarrollo humano a su estado natural.

El turismo en forma controlada es fuente de ingreso para el mantenimiento de los parques. Además de los fines de la conservación del medio ambiente y del ecosistema, en algunos países también se han creado parques o monumentos con el propósito de conservar lugares de interés público e importancia cultural, científica o histórica. Los parques nacionales también son herramientas para la planificación y el ordenamiento territorial.

**Tabla 1.** Parques según su dimensión y naturaleza

Según su dimensión	Según su Naturaleza
Parque de Dimensión Continental	Parques de Regresión a la infancia
Mega parques	Parques de Regresión a la Historia
Parques de Dimensión Internacional	
Parques de Dimensión Nacional	

Fuente. Los autores

En Colombia los principales parques Temáticos

Diversity, Bogotá,

Medellín y Barranquilla Parque del Café

Montenegro Parque Mundo aventura

Bogotá Parque Recreativo y Zoológico Piscilago Parque y Zoológico Jaime Duque Parque temático Las Malocas en la ciudad de Villavicencio Parque temático Los Carros, en la ciudad de

Villavicencio Zoo parque Los Caimanes, Buenavista, Córdoba Parque Ecológico El Portal. Bucaramanga, Santander.

Girardot, en Cundinamarca, podría tener un parque temático al mejor estilo de lo que están en Orlando (Estados Unidos). Diego Escobar, su alcalde, explicó en LA FM. Que una firma extranjera está trabajando en el asunto.

Según explicó, dicha firma está adelantando los estudios de factibilidad y está buscando cerca de 500 hectáreas de los terrenos del municipio para adelantar allí el megaproyecto, que tendría como eje central un parque de agua.

El alcalde explicó que la iniciativa no guarda relación con lo público, es privada, y podría traer grandes oportunidades de turismo para Girardot, Flandes, Melgar y otros lugares cercanos. De igual manera, aseguró que los inversores le han señalado que sería el parque temático más grande de América Latina<sup>1</sup>.

<http://www.lafm.com.co/nacional/noticias/girardot-tendr%C3%ADa-un-parque-tem-183430>

### **Variables**

Las variables del estudio son:

Variable Dependiente

---

<sup>1</sup> Méndez, G. (1975). Historia de los parques. Revista Avance de la Pontificia Universidad de Puerto Rico. Edición de 7 de abril de 1975. Impresa en Publisher's Group, Inc. Ed. 141. pp. 4-14



Establecer la viabilidad de la creación del parque temático Divertilandia en la ciudad de Girardot que se vuelva un proyecto realizable.

Variable Independiente

Interés de los Girardoteños y turistas en la construcción del parque temático en la ciudad de Girardot.

Que conozcan el concepto parque temático entre los consumidores.

### **4.3 Marco Metodológico**

Ésta investigación es de naturaleza descriptiva, por cuanto se trata de analizar las características propias del estudio de viabilidad del parque Divertilandia, para ser desarrollado a cabalidad, se utilizarán los procedimientos de investigación que permitan obtener un mejor resultado, la encuesta a una muestra de la población de Girardot.

### **Fuentes y técnicas para la recolección de la información**

**Fuentes Primarias.** Se obtendrá a través de encuestas aplicadas a la muestra seleccionada, logrando sacar provecho de esto y obtener la cantidad de información necesaria para el desarrollo de esta temática.

Igualmente la información para la realización del estudio se recolectara a través de una investigación de campo que se llevara a cabo en Girardot para observar los posibles lugares de ubicación para el parque. Estos datos nos ayudaran a determinar aspectos como el lugar ideal, ventajas y desventajas del lugar elegido y el entorno que lo rodea.

**Fuentes secundarias.** Se utilizaran como fuentes secundarias libros y diversas páginas de Internet relacionados con el tema propuesto, tratando de recopilar la cantidad de información necesaria para el desarrollo de la actividad y con la información suministrada por el docente en clase.

## **Análisis del entorno**

### **Misión**

Ofrecer espacios de diversión para todas las familias Girardoteñas contribuyendo a la sana convivencia y distracción de todos sus habitantes los que lo visitan.

### **Visión**

Ser el parque de atracciones preferido por las familias Girardoteñas así como también ser identificados por la amplia gama de servicios e innovación.

### **Política de calidad.**

Es una responsabilidad entregar productos y servicios de óptima calidad, para lograrlo la empresa se mantendrá atenta de los avances tecnológicos y contará con un personal comprometido con los objetivos trazados por la organización. Además dispondremos de todo los recursos necesarios para desarrollar las actividades y ejecutar los procesos y orientados a los esfuerzos al fortalecimiento de la empresa en la industria, con el propósito de satisfacer las necesidades del mercado y ser el primer parque temático en la ciudad de Girardot.

- Contar con la mayor participación de mercado con nuestro servicio.
- Brindar productos y servicios creativos e innovadores.
- Fortalecer las operaciones y creando una estructura organizacional satisfactoria.
- Incrementar las utilidades, aumentando las ventas con la innovación de nuestro servicio.
- Ser una empresa socialmente responsable con el medio ambiente.

### **Valores**

- Gente con principios
- Personas con responsabilidad en sus actos, maneras correctas de ser.
- Valores que guían nuestras conductas, nuestras escogencias nuestros movimientos.
- Talento Humano que se requiere para un servicio

Los valores son esos principios que nos guían....

- Lealtad

- Honradez
- Solidaridad
- Equidad
- Responsabilidad
- Voluntad
- Integridad
- Compromiso
- Innovación
- Organización

### **Análisis DOFA.**

Una vez definida la perspectiva institucional de la empresa, es importante conocer cuál es la situación del mercado. Para realizar de forma correcta la definición de ésta situación es importante hacer un análisis DOFA.

#### Las Fortalezas

- Del Parque Temático Divertilandia son las siguientes:
- Primer parque de diversiones en la ciudad de Girardot
- Alta posibilidad de crear sinergia con cajas de compensación, Agremiaciones locales y Colegios, convenios con las alcaldías de los municipios de su entorno.
- Ofrece varias alternativas de diversión para todas las edades y realizar estrategias que nos ayudaran a la sostenibilidad del parque.
- Innovación en tecnología

- Contará con una cancha de futbol 9 que va hacer unos de los atractivos del parque, con esta estrategia realizaremos campeonatos relámpagos con las instituciones educativas y alcaldías. Esto con el fin de que el parque siempre este prestando el servicio con las diferentes eventos.

- La infraestructura de este parque será única en la ciudad

#### Debilidades

- No contar con recursos económicos para la puesta en marcha del negocio
- El precio no puede ser muy elevado, a pesar de que los costos si lo sean.
- No contar con la infraestructura adecuada para albergar a toda la demanda insatisfecha de la ciudad.

- Costos muy elevados para la adecuación del parque.

#### Oportunidades

- La sociedad cada día está más necesitada espacios para la diversión y esparcimiento
- No existe en Girardot un Parque de temático
- Incrementa el desarrollo económico, social y cultural de la ciudad
- Los colegios de la ciudad carecen de lugares para realizar convivencias y/o actividades de esparcimiento para sus estudiantes

- Crear espacios para el encuentro familiar
- Crecimiento económico a través de generación de nuevos empleos
- En el sector hotelero se beneficiaría con la creación del parque

#### **Amenazas**

- Problemas por conveniencia o interés político
- Que construyeran otro parque en Girardot la competencia seria directa.
- Que ninguna entidad estuviera dispuesta a invertir en el parque.

Los parques de diversiones tiene sus inicios en los comienzos del siglo XVI, en Europa medieval se instalaban jardines que brindaban entretenimiento en vivo, fuegos artificiales, bailes y juegos, entre muchas otras cosas.

Aunque, con la inauguración de Disneylandia, en Estados Unidos, cuando nació el parque temático. Este, en particular, no ofrecía los juegos tradicionales de un parque de cuarenta y ocho diversiones, pero estaba dividido en áreas, cada una de las cuales tenía un tema diferente, con ambientación y escenografía adecuadas a las épocas que pretendía representar. El concepto tardó casi medio siglo en llegar a Colombia, pero ha cogido tanto impulso que entre los principales objetivos del Viceministerio de Turismo, al lado de la construcción de centros de convenciones y de la búsqueda de nuevas aerolíneas que operen en el país, está la creación de estos parques temáticos (Portafolio, dos mil ocho) Hoy día se conocen los parques de diversiones, como aquellos complejos lo suficientemente amplios que acogen un orden de servicios orientados a la distracción de toda la familia.

En estos espacios se instalan numerosas y diversas construcciones utilizadas para la interacción y la diversión. La mayoría de estos parques están compuestos por una gran variedad de atracciones que tienen como objetivo producir en los visitantes una mezcla de sensaciones tales como alegría, adrenalina, temor, entusiasmo y extrema diversión.

En Colombia el desarrollo de parques de atracción ha diseñado una dinámica fuerte y se han convertido en un aporte significativo para la economía nacional, de tal manera que, hoy en día hay cerca de ciento cincuenta parques registrados en todo el país, a través de treinta y nueve compañías, según lo informó la Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones (Acolap) “Este sector de la economía nacional viene en desarrollo desde hace unos dieciocho años, ha alcanzado una amplia cobertura nacional, llegando desde ciudades principales como Bogotá cuarenta y nueve Medellín y Cali, que ocupan los primeros lugares en número de instalaciones, hasta regiones como Neiva, Barrancabermeja y Manizales” ACOLAP indica que la dinámica de los centros de recreación ha ido evolucionando en los últimos años, y los parques en casi todas sus clasificaciones, se han ido posicionando en muchas ciudades del país. Hoy día el cuarenta y siete, % de los centros de recreación, corresponde a Parques de Diversiones, seguidos por centros de entretenimiento familiar, parques acuáticos, temáticos y zoológicos.

#### Clasificación de los Parques<sup>2</sup>

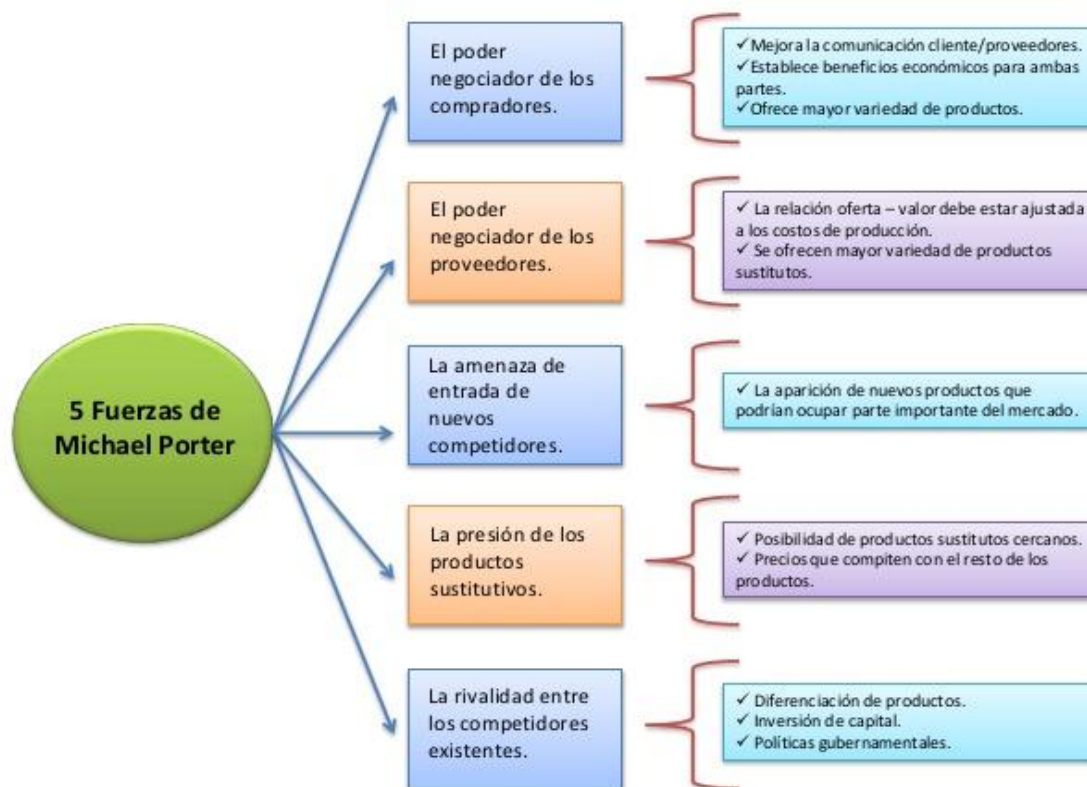
Zoológico	10,50%
Temático	15,80%
Parque Acuático	26,30%
Centro de Entrenamiento Familiar	36,80%
Parque de Diversiones	47,40%

---

<sup>2</sup>Méndez, G. (1975). *Historia de los parques*. Revista Avance de la Pontificia Universidad de Puerto Rico. Edición de 7 de abril de 1975. Impresa en Publisher's Group, Inc. Ed. 141. pp. 4-14.

La siguiente información es la distribución de la clasificación de los parques en diferentes países, las ciudades con mayor número de parques son Medellín, Bogotá, Cartagena y Cali y otras que es muy poco la influencia.

**Figura 2.** Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter.



Fuente. Méndez G. (1975)

### 1. Rivalidad entre competidores

Generalmente la fuerza más poderosa de todas, hace referencia a la rivalidad entre empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de producto.



Una fuerte rivalidad entre competidores podría interpretarse como una gran cantidad de estrategias destinadas a superar a los demás, estrategias que buscan aprovechar toda muestra de debilidad en ellos, o reacciones inmediatas ante sus estrategias o movidas.

La rivalidad entre competidores tiende a aumentar principalmente a medida que éstos aumentan en número y se van equiparando en tamaño y capacidad.

Pero además de ello, la rivalidad entre competidores también suele aumentar cuando:

- La demanda por los productos de la industria disminuye.
- Existe poca diferenciación en los productos.
- Las reducciones de precios se hacen comunes.
- Los consumidores tienen la posibilidad de cambiar fácilmente de marcas.
- Los costos fijos son altos.
- El producto es perecedero.

Las fusiones y adquisiciones en la industria son comunes.

A medida que la rivalidad entre competidores se hace más intensa, las ganancias de la industria disminuyen, haciendo que ésta se haga menos atractiva y que, por tanto, disminuya el ingreso de nuevos competidores.

Analizar la rivalidad entre competidores nos permite comparar nuestras ventajas competitivas con las de otras empresas rivales, y así formular estrategias que nos permitan superarlas.

Algunos ejemplos de estas estrategias son:

- Aumentar la calidad de los productos.
- Reducir los precios.
- Dotar de nuevas características a los productos.
- Brindar nuevos servicios innovadores
- Aumentar las promociones de ventas.

## 2. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Hace referencia a la entrada potencial a la industria de empresas que producen o venden el mismo tipo de producto.

Cuando las empresas pueden ingresar fácilmente a una industria, la intensidad de la competencia aumenta; sin embargo, ingresar a un mercado no suele ser algo sencillo debido a la existencia de barreras de entrada.

Algunos ejemplos de estas barreras de entradas son:

- La necesidad de lograr rápidamente economías de escala.
- La necesidad de obtener tecnología y conocimiento especializado.
- La falta de experiencia.
- Grandes necesidades de capital.
- Falta de canales adecuados de distribución.

Pero a pesar de estas barreras, algunas veces las empresas logran ingresar fácilmente a una industria cuando cuentan con productos de una calidad superior al de los existentes y ofreciendo un servicio de calidad, precios cómodos y una estratégica publicidad donde nos permita llegar al público mostrando nuestro portafolio de servicios.

Analizar la amenaza de entrada de nuevos competidores nos permite estar atentos a su ingreso, y así formular estrategias que nos permitan fortalecer las barreras de entradas, y tener la oportunidad de hacer frente a los competidores que llegan a entrar para poder competir contra ellos con las diferentes alternativas que implementaremos en nuestro plan de estrategias que llegaremos a realizar en el momento preciso.

Algunos ejemplos de estas estrategias son:

- Aumentar las atracciones mecánicas.
- Ampliar los convenios con las diferentes empresas ofreciéndoles descuentos por paquetes a sus empleados.
- Aumentar los canales de ventas.
- Aumentar la publicidad con nuevas estrategias innovadoras

### 3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Hace referencia al ingreso potencial de empresas que producen o venden servicios.

Ejemplos de productos sustitutos son las aguas minerales que son sustitutas de las bebidas gaseosas, las mermeladas que son sustitutas de las mantequillas, y los portales de Internet que

son sustitutos de los diarios y las revistas produzcan o vendan estos productos o, en todo caso, estrategias que nos permitan competir con ellas.

Algunos ejemplos de estas estrategias son:

- Aumentar la calidad de los productos.
- Reducir los precios.
- Aumentar los canales de ventas.
- Aumentar la publicidad.
- Aumentar las promociones de ventas.

#### 4. Poder de negociación de los consumidores

Hace referencia al poder con que cuentan los consumidores o compradores de la industria para obtener buenos precios y condiciones.

Cualquiera que sea la industria, lo usual es que los compradores siempre tengan un mayor poder de negociación frente a los vendedores; sin embargo, este poder suele presentar diferentes grados dependiendo del mercado.

Por lo general, mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos y mejores condiciones.

Pero además de la cantidad de compradores que existan en la industria, el poder de negociación de éstos también tiende a aumentar cuando:

- No hay diferenciación en los productos.
- Los consumidores compran en volumen.
- Los consumidores pueden fácilmente cambiarse a marcas competidoras o a productos sustitutos.

- Los consumidores están bien informados acerca de los productos, precios y costos de los vendedores.

- Los vendedores enfrentan una reducción en la demanda.

El análisis del poder de negociación de los consumidores nos permite formular estrategias destinadas a reducir su poder de negociación, y así captar un mayor número de clientes u obtener una mayor lealtad de éstos.

Algunos ejemplos de estas estrategias son:

- Buscar una diferenciación en los productos.
- Ofrecer mayores servicios de postventa.
- Ofrecer mayores y mejores garantías.
- Aumentar las promociones de ventas.
- Aumentar la comunicación con el cliente.

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas A nivel mundial, la actividad del turismo ha evolucionado en los últimos años con gran fuerza y aceptación por parte del público, sin embargo, ha necesitado una estructura maleable a los cambios en los gustos de los consumidores y la ampliación de los

destinos turísticos, entre otros. Por esto las empresas han tenido que adaptarse al entorno y al dinamismo que este presenta, creando políticas de cambio constante e incentivando la adaptabilidad; en consecuencia han surgido “subsectores” dentro del sector del turismo que han suplido necesidades de los consumidores que antes no se tenían en cuenta, estos subsectores emergentes son: ecoturismo, turismo estético, turismo de aventura, parques de diversión y parques temáticos, entre otros. Colombia se perfila como uno de los destinos turísticos más importantes de América Latina, para el periodo dos mil seis- dos mil quince se espera un crecimiento real anual de cuatro. Cinco%, en la demanda por viajes y turismos en Colombia, pasando de un total de siete mil doscientos cuarenta y tres millones a diez mil quinientos millones en el dos mil quince, superando así el crecimiento esperado en América Latina que será de cuatro, uno %. Este país es el único en Suramérica que cuenta con costas en los dos océanos. Colombia se encuentra en una zona libre de huracanes. Tiene más de trescientas playas, algunas de ellas con todos los servicios turísticos, además tiene cuatro grandes áreas metropolitanas en las que se desarrollan numerosas actividades culturales y de negocios, por ello se encuentran diferentes tipos de turismo:

- Sol y playa.
- Ecoturismo.
- Cultural e histórico.
- Aventura y deportes.

Los parques temáticos han sufrido un crecimiento acelerado alrededor del mundo, y se han creado parques con todo tipo de temáticas en todos los continentes. En Europa, los autores Brown y Church sugieren que existen tres causas para que se originaran los parques temáticos,

La primera está relacionada con la tradición de parques para el ocio como el de Tivoli de Copenhague que existen desde el siglo XVIII,

La segunda se refiere al cambio del estilo de pensamiento de uno en el que eran populares los espectáculos en la calle a otro en el cual estos espectáculos se daban dentro de un ambiente fijo en lugares turísticos, y la

Tercera es la influencia de la creación de parques en Estados Unidos. Sea cual sea su origen, la realidad es que se popularizaron de tal forma en el mercado internacional, que para la década de los ochenta y noventa se realizaron inversiones enormes en el negocio que llevaron a la diversidad de productos que actualmente se tienen para los gustos de los consumidores.. De esta forma se han promocionado parques temáticos que tratan materias tan diversas como el café, los deportes extremos, los dinosaurios, la historia, parques de atracciones. A pesar de que se necesita una mayor creación de tecnología para poder competir de una manera más equilibrada internacionalmente, la promoción que se ha hecho en los parques sudamericanos no está basada en la tecnología, está enfocada en el tipo de experiencia adquirida al ir a un parque de este tipo, esto los hace únicos e irrepetibles.

Para que la idea de los parques temáticos se consolidara en Colombia hizo falta mucho tiempo, y el esfuerzo de muchas personas; el Ministerio de Industria y Comercio, al ver la aceptación de estos parques y la cantidad de turistas que traían al país inició proyectos para apoyar este tipo de turismo, así el país pudo desarrollar su creatividad y particularidad,

demostrando que cada región de Colombia tiene algo diferente para mostrar; de esta manera nacieron iniciativas de parques representativos del país como el

- Parque del Café,
- Panaca,
- Parque Nacional de Chicamocha,

Dentro de un amplio portafolio, más los que se planean construir. En Buga se construirá el parque vértigo Theme Park, que necesitó una inversión inicial de ciento veinte millones de euros y dará empleo a más de veinte mil personas, con la montaña rusa más grande del mundo, en plena selva colombiana y a menos de treinta minutos de Cali. Este tipo de turismo tuvo tal auge que parques que antes solo se dedicaban a las atracciones mecánicas deciden integrar atracciones temáticas. Por ejemplo, el Parque Mundo Aventura al sur de la ciudad de Bogotá, añadió a sus instalaciones un área infantil (Mundo Pombo), adecuada con cuentos Andrea Ariza P., Christian Melo, Paola Morales L., Laura Rodríguez R., Natalia Malaver R., Hugo Alberto I fabulista Rafael Pombo, una zona de mitos, y diversos planes de acción para mejorar la atención de las necesidades del público.

#### **4.4 Marco Legal Normativo**

MINISTERIO DE AMBIENTE, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL

Resolución 2734 MDL del 29 de Diciembre de 2010



Por la cual se adoptan los requisitos y evidencias de contribución al desarrollo sostenible del país, se establece el procedimiento para la aprobación nacional de programas de actividades (PoA- por sus siglas en inglés) bajo el Mecanismo de Desarrollo Limpio (MDL) y se reglamenta la autorización de las entidades coordinadoras.

Adicionalmente en materia regulatoria nacional, encontramos que Colombia aprobó la CMNUCC, mediante la expedición de la Ley 164 de 1994. A partir de ese momento se inicia un proceso de validación y regulación que aún está vigente. En el año 2000 aprobó el Protocolo de Kioto mediante la Ley 629 de 2000, en el año 2001, se publica la Primera Comunicación Nacional de Colombia ante al CMNUCC. Para el año 2002, el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial y el Departamento Nacional de Planeación, elaboraron los Lineamientos de Política de Cambio Climático, que esbozan las principales estrategias para la mitigación del cambio climático en el marco de la CMNUCC, del Protocolo de Kioto y de la Primera Comunicación Nacional sobre Cambio Climático. En el año 2003 se expide el CONPES 3242 “Estrategia Nacional para la Venta de Servicios Ambientales de Mitigación de Cambio Climático”, el cual complementó el trabajo ya adelantado y generó los lineamientos esenciales para la introducción de los proyectos MDL dentro de las medidas de mitigación en el contexto nacional. A partir de 2010, se empieza a trabajar en cuatro estrategias para atacar la problemática del cambio climático, las cuales quedaron plasmadas en el Plan Nacional de Desarrollo “Prosperidad para todos” (PNP, 2010-2014): El Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático – PNACC,

La Estrategia Colombiana de Desarrollo Bajo en Carbono – ECDBC

- La Estrategia Nacional para la Reducción de las Emisiones debidas a la Deforestación y la Degradación Forestal en los Países en Desarrollo; y la Función de la Conservación, la Gestión Sostenible de los Bosques y el Aumento de las Reservas Forestales de Carbono en los Países en Desarrollo – ENREDD+; y la Estrategia de Protección Financiera ante desastres. En julio de 2011, se aprueba el documento de política CONPES 3700: Estrategia institucional para la articulación de políticas y acciones en materia de cambio climático en Colombia. El objetivo de este documento es facilitar y fomentar la formulación e implementación de las políticas, planes, programas, incentivos, proyectos y;

En Colombia, el fenómeno de los parques temáticos ha tomado fuerza a través de los años y cada vez son más en el territorio nacional. El primer parque que tuvo Colombia fue el Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos, el cual fue inaugurado el 9 de noviembre de 1960. Desde ese entonces el país ha inaugurado varios parques temáticos a lo largo del territorio nacional. Actualmente existen alrededor de 400 de ellos.<sup>8</sup> Algunos de ellos son: Divercity Zooparque Los Caimanes Ecoparque Chinauta Catedral de Sal Panaca Quindío Jardín botánico Parque Nacional del Café Panaca Sabana Maloka Parque Mundo Aventura Parque Nacional de Chicamocha Salitre Mágico Parque Recreativo Piscilago Parque Explora Parque las Chimeneas Parque y Zoológico Jaime Duque Parque Temático 1900 Multiparque Creativo Parque Temático Las Malocas Cici Aquapark Zoológico de Barranquilla Parque Temático Los Ocarros Ciudad Reptilia Zoológico Santacruz Los parques temáticos hacen parte del sector turístico en la categoría de turismo natural, pues allí se encuentra el agroturismo, ecoturismo, agro ecoturismo y parques temáticos. Adicionalmente, la relación entre el turismo y los parques está totalmente ligada, pues algunos de los planes turísticos que actualmente se venden incluyen entradas a parques temáticos en aras de satisfacer los productos y servicios que la demanda exige. En

consecuencia, los centros de entretenimiento y parques temáticos se vuelven una fuente generadora de empleo, principalmente en las temporadas altas, ya que se requiere de más personal de servicios para atender a la demanda en estas épocas del año; los colaboradores de los parques se incrementan en un 50 y 100%, y la mayoría son jóvenes entre 18 y 25 años.

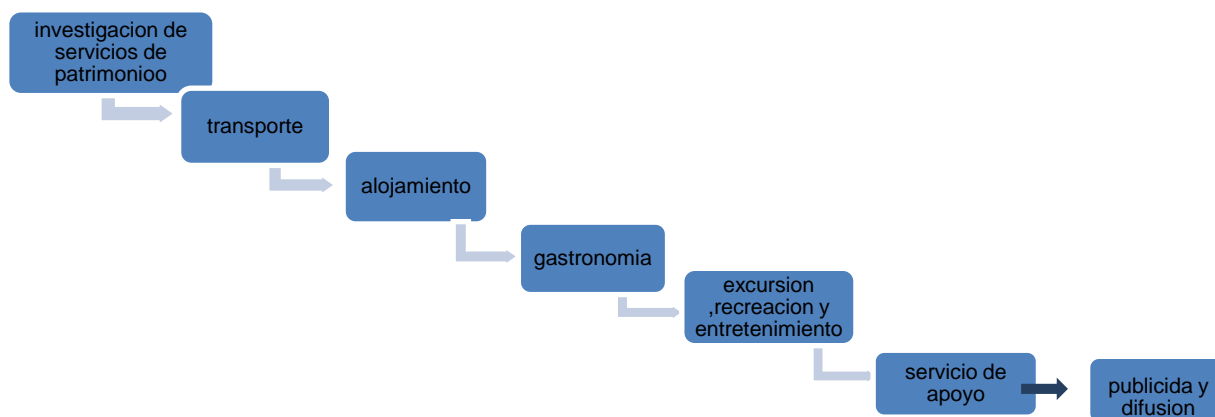
El Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria - Panaca es uno de los más importantes de Colombia, y uno de los mayores generadores de empleo, puesto que cuenta con varias sedes: Panaca Quindío, Panaca Sabana y Panaca Costa Rica (inaugurado por Álvaro Uribe y Óscar Arias Sánchez, presidentes de Colombia y Costa Rica respectivamente, en ese entonces).

Los productos y servicios que ofrecen los parques temáticos en Colombia son variados ya que dependen de la temática y de las instalaciones; sin embargo, observando el portafolio de productos y servicios de los principales parques temáticos del país se pueden encontrar algunos en común, como recorrido por senderos ecológicos, actividades recreativas al aire, talleres educativos, servicio de comidas (restaurantes de comida típica, rápida, etc.), alojamiento (hotel, cabañas, zona para camping, etc.), actividades con animales, tienda de recuerdos, atracciones, deportes como kayak o rappel (parques ecológicos), piscinas y cascadas naturales (parques ecológicos), deportes varios como bolos o tejo, bar y discotecas (los que ofrecen hospedaje), entre otros.

Teniendo en cuenta las variables del sector, y con el fin de tener un panorama de este, a continuación (figura 1) se presenta la cadena operativa del sector.<sup>14</sup> En ella se observa la intervención de los productos y servicios de los parques temáticos en el sector (alojamiento, comida, entretenimiento).

[http://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/c3/c3eb66ab-7fc8-4eb7-8c9d-46c669b7110f.pdf](http://www.urosario.edu.co/urosario_files/c3/c3eb66ab-7fc8-4eb7-8c9d-46c669b7110f.pdf)

**Figura 3.** Productos y servicios de los parques temáticos en el sector



[http://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/c3/c3eb66ab-7fc8-4eb7-8c9d-46c669b7110f.pdf](http://www.urosario.edu.co/urosario_files/c3/c3eb66ab-7fc8-4eb7-8c9d-46c669b7110f.pdf)

Licencias, permisos e impuestos: Cumplir con las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación, y destinación expedida para la autoridad competente, cumplir con las condiciones sanitarias y ambientales, según el caso, mantener la matrícula mercantil vigente en la cámara de comercio de la respectiva jurisdicción.

Impuestos: la obligación de pagar impuestos, las leyes tributarias pueden ser complicadas y confusas, por lo tanto hay que ser responsable por aquellas que aplican al negocio.

## 5. METODOLOGIA

### 5.1 Diseño metodológico de la investigación.

**5.1.1 Método de Investigación.** El método de investigación a utilizar es el deductivo. En tanto que es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de postulados, teoremas, leyes, principios, etc. de acuerdo a la aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones y hechos particulares.

**5.1.1.1 Población universo.** La población es la totalidad de donde se va a realizar la investigación. La muestra es una parte del todo que va a ser investigado.

Para determinar la cantidad de encuestas que se realizaron se solicitó la colaboración del Doctor Luis Alberto Nieto Director de Investigación de la Cámara de Comercio de Girardot confirmado:

Tamaños de muestra y precisión para estimación de una proporción poblacional

Tamaño poblacional: 164000

Proporción esperada: 50,000%

Nivel de confianza: 95,0%

Efecto de diseño: 1,0

Precisión (%)	Tamaño de muestra
-----	-----
1,000	9073
5,000	384

REALIZANDO 384 ENCUESTAS

## 5.2 Fuentes y técnicas para la recolección de la información

Las fuentes primarias se obtendrán a través cámara y comercio, Alcaldía de Girardot, planeación municipal, y de encuestas realizadas a la muestra seleccionada logrando sacar provecho y obtener la información necesaria para este estudio.

Fuentes secundarias se utilizara libros y diversa páginas de internet relacionadas con el proyecto.

### Tratamiento de la información

Para analizar el resultado de la información recolectada otra vez de las encuestas se debe tabular y graficar la información recomendable con el objeto de saber si es viable la propuesta de la creación del proyecto.

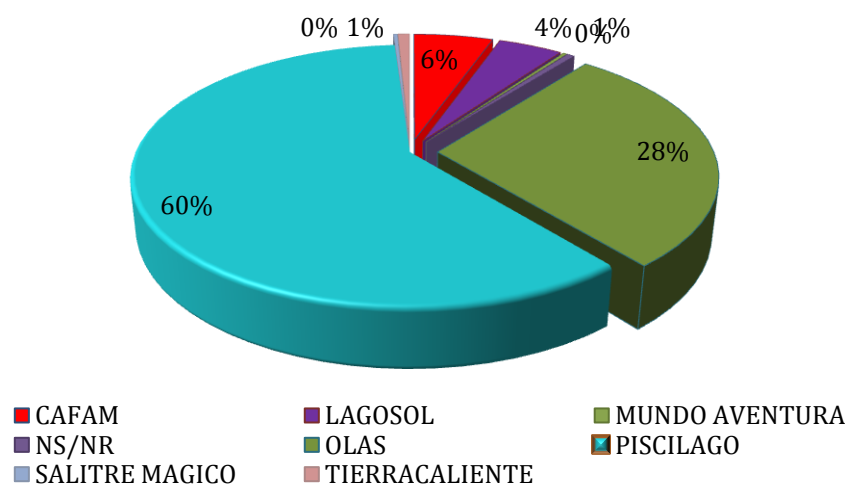
## 6. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTAS

La encuesta realizada permite evidenciar la demanda la que tiene según la necesidad de cada uno de los interesados, la encuesta se aplicó a 384 personas entre turistas y habitantes de la región.

Para la determinación de la demanda potencial, es necesario conocer los resultados obtenidos;

1. Cuáles son los centros recreativos más cercanos que conoce?

**Figura 4.** Centros recreativos más cercanos que conoce.



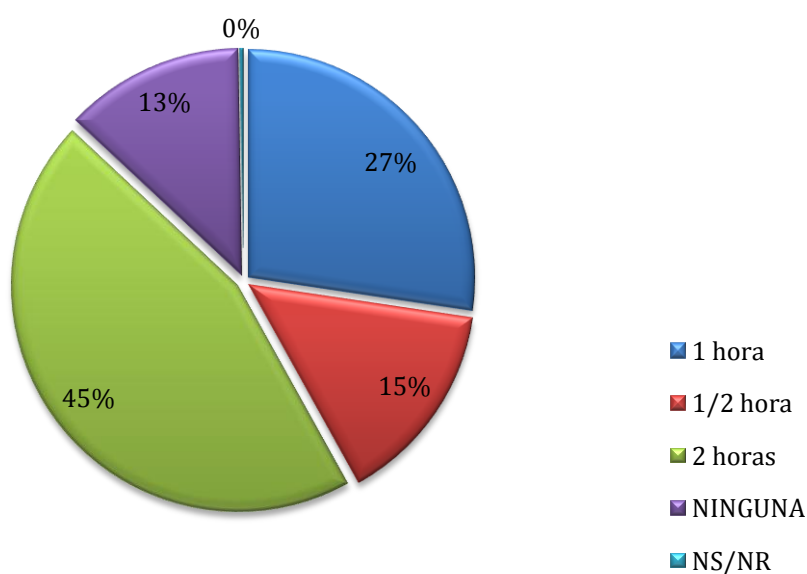
**Fuente:** Resultado de las encuestas aplicadas.

La grafica muestra la diversidad de centros recreacionales más cerca de la ciudad que identifican habitantes y turistas de la región, dando prioridad con un 60% (230) piscilago, seguido de parque de las olas con un 28% (109), Cafam con un 6% (21), lago sol con un 4 % (17), tierra caliente 1% (3), mundo aventura 0% (1), salitre mágico 0%(1), n/s 0% (2).

Esta información es relevante para determinar la falta de centros recreativos dentro de la ciudad de Girardot, mediante este estudio se puede identificar que un 60 % tiene que desplazarse para acceder un centro recreativo.

## 2. Qué tiempo dedica a la semana para realizar alguna actividad física?

**Figura 5.** Tiempo dedica a la semana para realizar alguna actividad física



Fuentes. Resultado de las encuestas realizadas.



En esta grafica se evidencia que un 45 % de las encuestas realizadas dedican dos horas a la semana para realizar alguna actividad física, un 27 %, ½ hora con un 15% y ninguna hora con un 13 %, solo tenemos un 13 % que no dedica tiempo a realizar estas actividades.

3. Consideraría necesario la creación de un parque recreacional en la ciudad de Girardot?

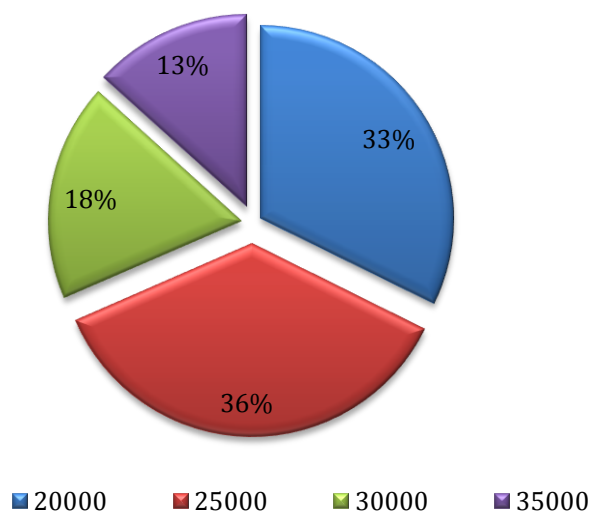
**Figura 6.** Consideraría necesario la creación de un parque recreacional en Girardot



Esta es una respuesta muy interesante y que aporta mucho al estudio realizado, donde se evidencia el número significativo en el índice para la creación de un parque recreativo en la ciudad de Girardot común 99% (382) encuestados a favor, obteniendo un porcentaje mínimo de 1% (2) de los encuestados que indican que no es necesario la creación.

#### 4. Cuanto estaría Dispuesto a pagar por el servicio de recreación?

**Figura 7.** Dispuesto a pagar por el servicio de recreación



**Fuentes. Resultado de las encuestas realizadas.**

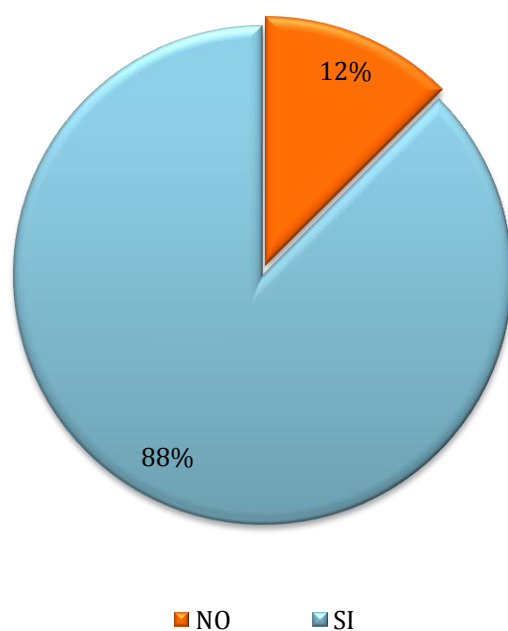
También se hace necesario conocer información relevante como el dinero que está dispuestos a pagar para este fin.

En la gráfica podemos ver la variedad de los valores que están dispuestos a pagar los encuestados con un porcentaje del 36% (139) con un valor de 25.000, un 33% (124) dispuestos a

pagar \$ 20.000, un 18% (70) dispuesto a pagar \$30.000 y un 13 % (51) dispuestos a pagar \$ 35.000.

#### 5. Conoce los Beneficios que aporta la recreación el esparcimiento al ser humano

**Figura 8.** Beneficios que aporta la recreación el esparcimiento al ser humano

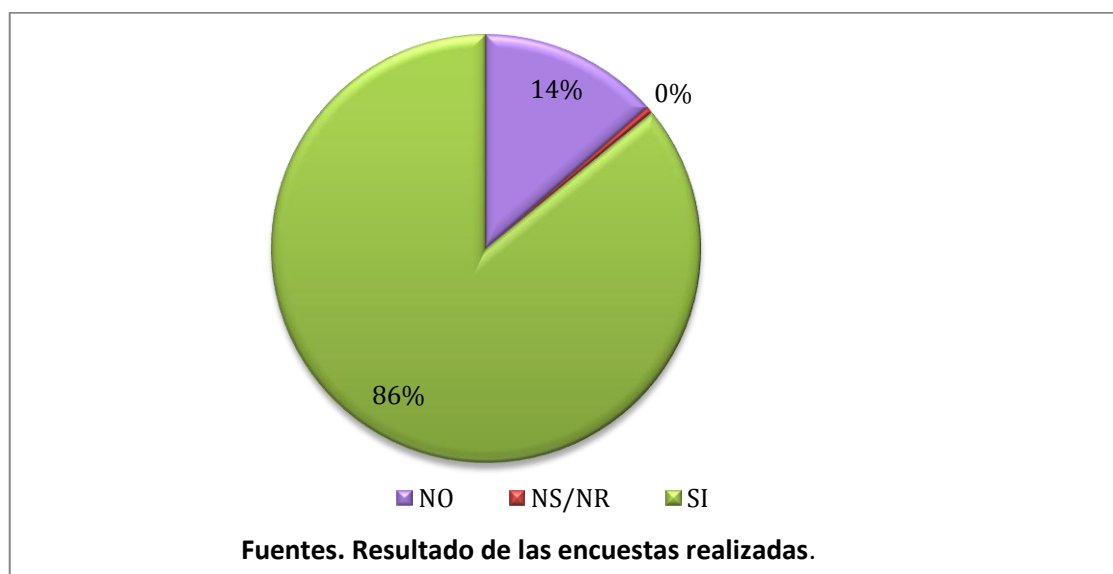


**Fuente. Resultado de las encuestas realizadas.**

El resultado de esta pregunta nos da como resultado que un 80 % conoce de los beneficios que traería un parque de diversión y solo un 12 % no conoce los beneficios.

6. Considera que los programas de recreación y esparcimiento satisfacen las necesidades especiales de las personas actualmente?

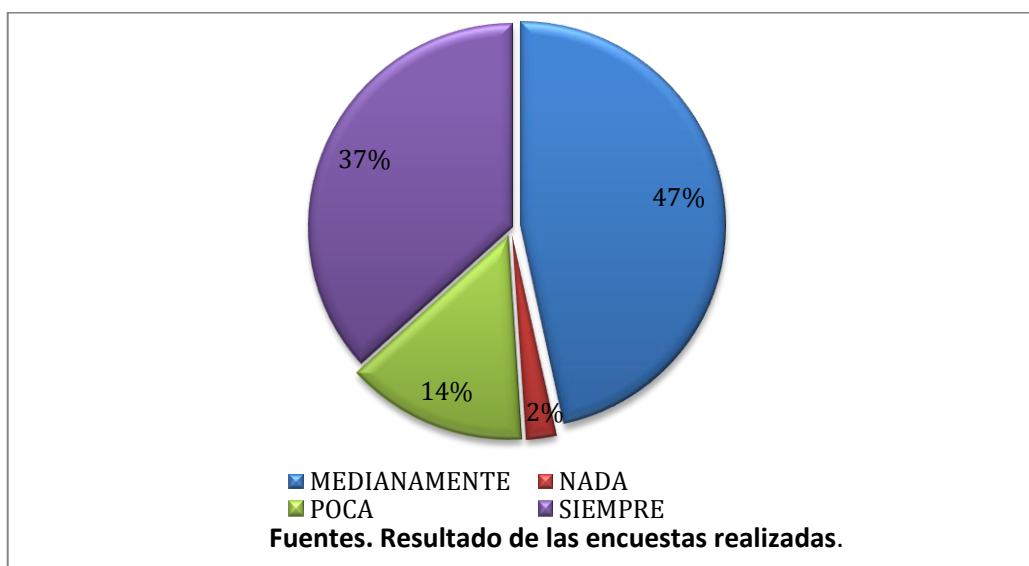
**Figura 9.** Los programas de recreación y esparcimiento satisfacen las necesidades especiales de las personas actualmente



Esta grafica nos indica que un 86% (330) encuestados si están de acuerdo que un parque recreativo satisface las necesidades del ser humano y un 14% (52) indican que no satisfacen las necesidades y un 2 0% no saben y no responden.

7. Cree usted que los espacios destinados a la recreación brindan seguridad?

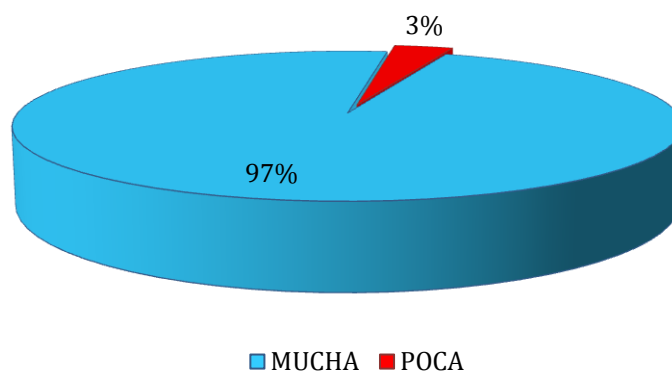
**Figura 10.** Espacios destinados a la recreación brindan seguridad.



Los espacios destinados a la recreación brindan seguridad medianamente con un 47% (179), siempre con un 37 % ( 141), poca un 14%(55) y un 2% (9) nada.

8. Qué importancia considera usted que tienen los espacios recreativos?

**Figura 11.** Importancia considera usted que tienen los espacios recreativos.

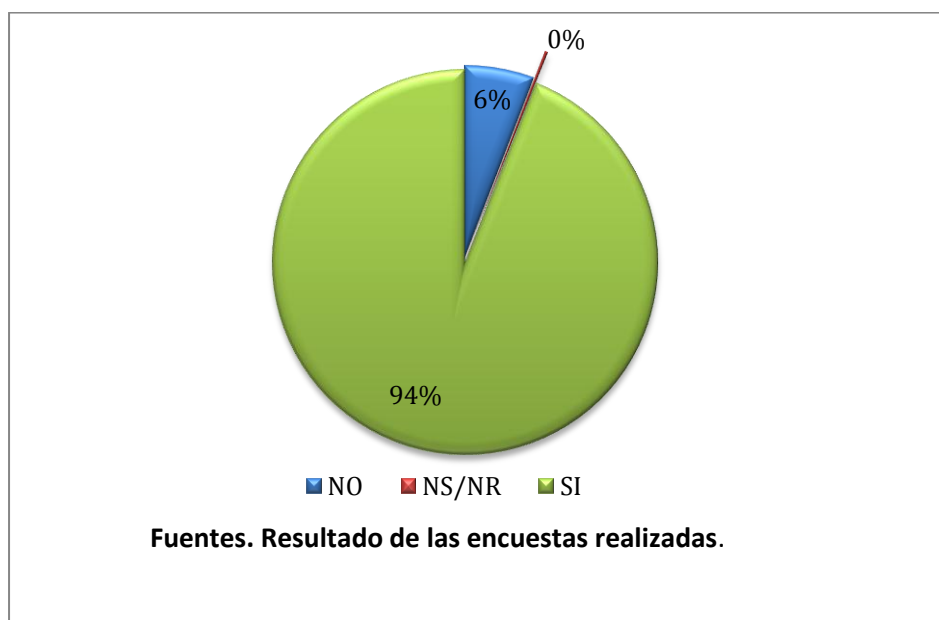


**Fuentes. Resultado de las encuestas realizadas.**

Esta grafica nos muestra que Los espacios recreativos consideran que tiene mucha importancia con un 97% (371) y poca importancia un 3%. # De encuestados (13).

9. Para su descanso considera usted prioritario un ambiente natural?

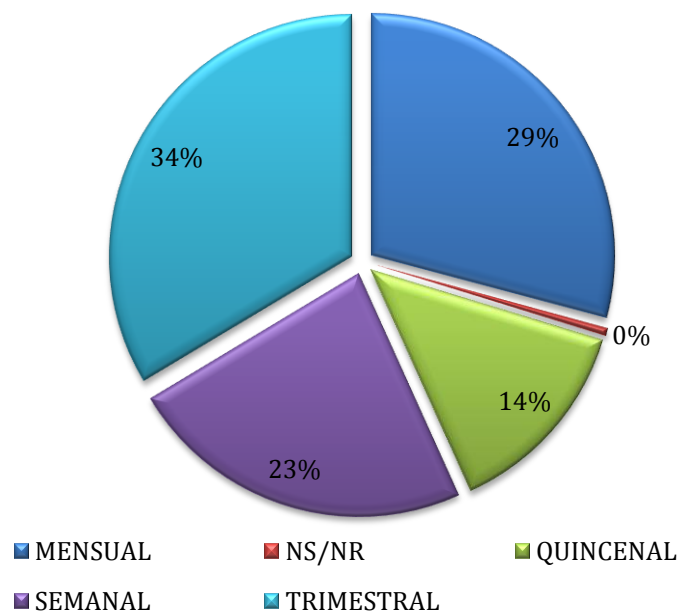
**Figura 12.** Para su descanso considera usted prioritario un ambiente natural.



La grafica nos indica un resultado del 94% # de encuestados (361) indican que si es prioritario tener un ambiente natural para el descanso, un 6% #de encuestados (22) indicaron que no y un 0% # encuestados (2) no saben no responden.

10. Con que frecuencia visita un parque?

**Figura 13.** Frecuencia de visitar un parque.



**Fuentes. Resultado de las encuestas realizadas.**

La importancia de conocer la frecuencia con que visitan lugares para su distracción.



La grafica nos demuestra con qué frecuencia visitan un parque trimestral con un 34% (129) de los encuestados, mensual con un 29% (112), semanal 23% (89), quincenal con un 14% (52) y n/s 0% (2).

### **Análisis de la oferta**

Investigar la competencia es de gran importancia para conocer el mercado en el cual se pretende innovar y conocer sus ventajas y desventajas y así poder aplicar las estrategias que se van a desarrollar en el parque temático Divertilandia.

Entre más información recolectemos más consientes serán las estadísticas en las cuales estará basada la planificación del producto y servicio a producir.

Como en la ciudad de Girardot la cantidad de parques de diversiones no es superior a dos (2) se decide adicionar al análisis de la oferta algunos parques de diversiones ubicados a las afueras de la región y en la ciudad de Bogotá por ser la capital del país.

**Tabla 2.** Parques ubicados en la ciudad de Girardot

<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>
<b>Olas</b>	Carrera 19 No. 28-200 B/Gaitán frente al club de tiro y caza

<b>Cafam</b>	Dirección: Melgar - Tolima Teléfono: 0982450500 Centro Vacacional
<b>Lago sol</b>	Ubicado a 30 minutos en auto del Centro de Girardot y del Centro Comercial El Oasis. El Aeropuerto Santiago Vila se halla a 20 km de la propiedad.
<b>Psicilago</b>	Dirección: Km 105 vía Bogotá-Girardot, Girardot, Colombia Teléfono: (098) 2456827/29 - (098) 2450044
<b>Tierra caliente</b>	Km22 vía a Ibagué

### **Analizando la oferta de algunos parques ubicados en la capital**

**Figura 14.** Mundo aventura



Fuente. <https://www.google.com.co/search?q=mundo+aventura&biw=1008&bih=619&source=lnms&tbn=isch&sa=X&>

### Parque Panorámico

**Tabla 3.** Atracciones

Atracciones Infantiles	Atracciones Familiares	Atracciones Alto Impacto
------------------------	------------------------	--------------------------

Atracción	Valor	Atracción	Valor	Atracción	Valor
DragonFly	\$4.000	Black Hole	\$3.3	Martillo	\$4.500
Sillas Voladoras	<b>\$3.300</b>	Tobogán	\$3.300	Vertical Swing	\$14.500
Mini Rueda	<b>\$3.300</b>	*Chocones	\$6.000	Sky Coaster	\$20.300
Tortugas	<b>\$3.300</b>	Globos	\$4.300	X-Treme	\$17.0000
Paseo de Piratas	<b>\$4.500</b>	*Tropicana	\$4.400	Ikaró	\$6.100
Soft Play	<b>\$3.300</b>	*Karts	\$9.000	Araña	\$6.000
Montañita Rusa	\$4.300	*Troncos	\$6.600		
Vía panamericana	<b>\$3.300</b>	*Tacitas de Té	\$3.300		
Mini Chocones	\$4.300	*Monasterio Inclinado	\$4.400		
Play Ground	<b>\$3.300</b>	Teatro 5D	\$5.300		
Carrusel	\$3.300	Burbujas Humanas	\$6.600		
Aviones	\$3.300	DarkRide	\$8.800		
Bus Loco	\$4.400	Laberinto del Horror	\$8.800		
		*La Granja	\$6.600		

Fuente. <https://www.google.com.co/search?q=mundo+aventura&biw=1008&bih=619&source=lnms&tbn=isch&sa=X&>

**PRECIOS**

ENTRADA AL PARQUE \$ 3.000

PARQUEADERO \$ 5.500

SEGURO DE LLUVIA \$ 5.100

PAQUETERO \$ 1.200

**OTROS PRECIOS**

Skycoaster \$18.500 (únicamente disponible en cantidades de 2 o 3).

Pasaporte zafiro \$23.300

Pasaporte rubí \$33.000

VISAVENTURA (vigencia 3 meses) \$68.200

VISAVENTURA (vigencia 6 meses) \$74.400

VISAVENTURA (vigencia 12 meses) \$103.400

**Parque Mundo Aventura**

Transversal 71D No. 6-30 sur

Informes en el teléfono 414-2700

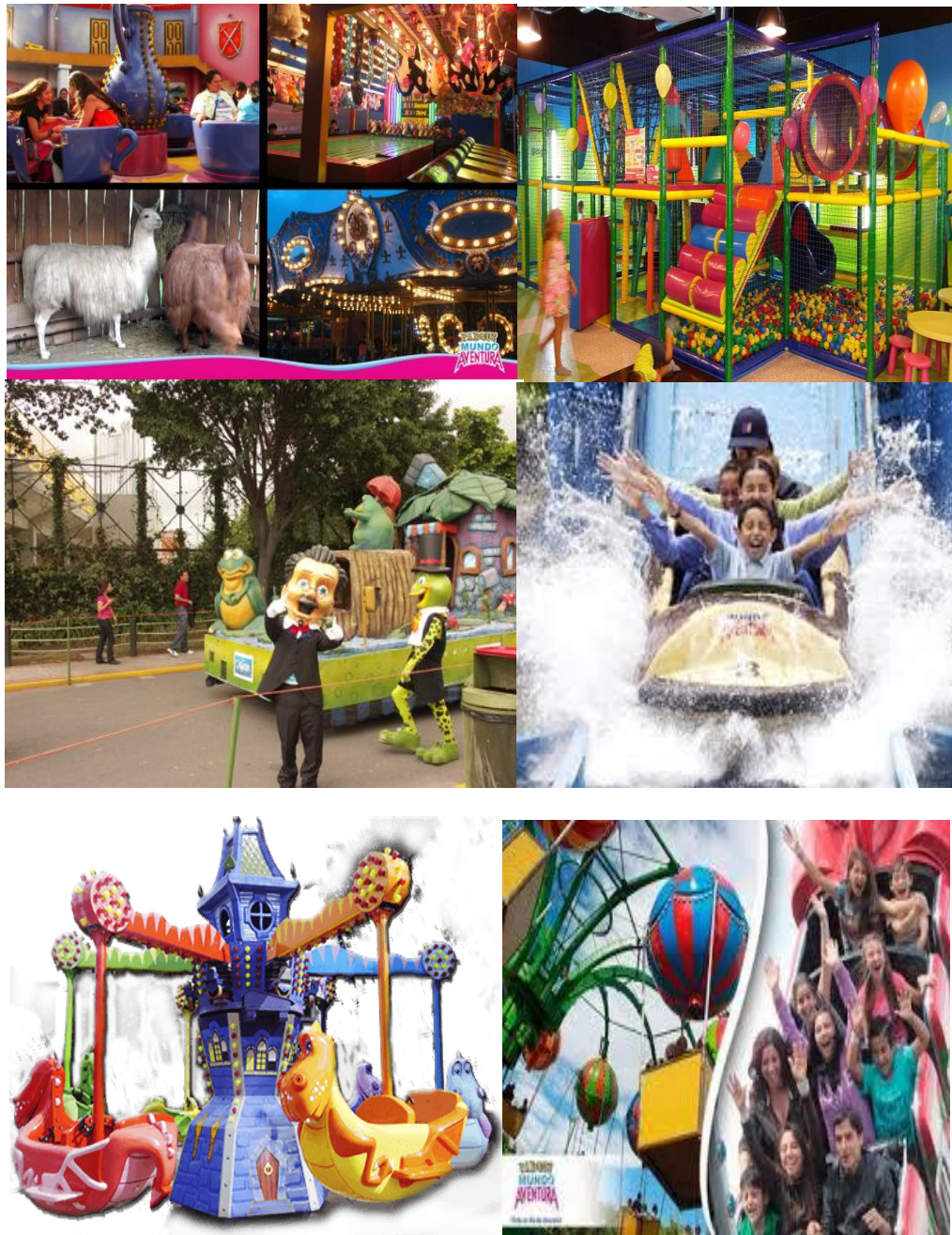
Mar - vie 1 p.m.- 6 p.m.

Fines de semana 10 a.m.- 7:30 p.m.

Explora el mapa por:

- Tematización y Ambientación
- Aventura Escolar
- Eventos Corporativos
- Equinoterapia
- Parque Bio-saludable
- Atracciones Extremas
- Atracciones Familiares
- Atracciones Infantiles

**Figura 15.** Atracciones del Parque Mundo Aventura



<https://www.google.com.co/search?q=mundo+aventura&biw=1008&bih=619&source=lnms&tbm=isch&sa=X&>



Figura 16. Parque Salitre mágico



<https://www.google.com.co/search?q=salitre+mágico+precios&biw=1008&bih=619&source=>

Figura 17. Precios de algunas atracciones de salitre mágico

	PRECIOS	AFORO	TOTAL
PRIMERA FILA	\$280.000	46	\$12.880.000
TAPIS ROUGE	\$200.000	254	\$50.800.000
PREMIUM	\$200.000	250	\$50.000.000
RESERVADO A	\$170.000	1.148	\$195.160.000
RESERVADO B	\$140.000	552	\$77.280.000
RESERVADO C	\$110.000	236	\$25.960.000
RESERVADO D	\$100.000	116	\$11.600.000
TOTAL		2.602	\$423.680.000
TAPIS ROUGE	\$140.000	300	\$42.000.000
			\$465.680.000

**Figura 18.** Precios de otras atracciones de salitre mágico

**Entrada al parque: \$3000**

- Seguro de lluvia: \$6000
- Parqueadero: \$6000 (Todo el día)

**FAST PASS: \$30.000**

Al comprar Fast Pass podrás acceder más rápido a la mayoría de nuestras atracciones.

Se adquiere como complemento a los pasaportes, no es válido para ingresar al parque.

**PRECIOS DE LAS ATRACCIONES INFANTILES**

MINI AUTOS	\$5.000
GUSANO LOCO	\$5.000
SPEED WAY	\$5.000
TRENCITO	\$4.000
CONVOY	\$5.000
CRAZY PLANE	\$5.000
JUMPING STAR	\$6.000
LABERINTO	\$4.000

**ATRACCIONES FAMILIARES**

AVIÓN 727	\$5.000
MONSTRUOS MARINOS	\$5.000
PALACIO DE CRISTAL	\$5.000
CARRUSEL	\$5.000
RUEDA MILLENIUM	\$5.000

<https://www.google.com.co/search?q=salitre+magico+precios&biw=1008&bih=619&source=>

**Figura 19.** Atracciones de Salitre Mágico







<https://www.google.com.co/search?q=salitre+magico+precios&biw=1008&bih=619&source=>

### **Determinación de la demanda insatisfecha**

Después de analizarla la oferta de servicio que tienen los diferentes parques objeto del estudio y teniendo en cuenta el resultado de las encuestas realizada a los habitantes de la ciudad y turistas se puede afirmar que en la ciudad no hay una oferta directamente comparable con los servicios que ofrecerá el parque temático Divertilandia en la ciudad de Girardot.

### **Entrada al Parque:**

1. Estructurando un recorrido por diversas zonas del parque, las cuales contarán con los siguientes atractivos:

Carros chocones, toro mecánico, carrusel, piscina con tobogán, piscinas de pelotas, cancha de futbol nueve, un salón de eventos, quioscos de comida, columpios, saltarín, rodaderos, sube y baja, senderos para caminatas, un centro de atención de enfermería, parqueadero, baños.

### **Estudios Ambientales**

El Parque se basa en los principios del "Desarrollo Sostenible" que se define como la conjunción de todos aquellos agentes que permitan el desarrollo integral y la maximización de los recursos humanos, naturales, técnicos y económicos en beneficio de la sociedad y sin detrimento de dichos recursos para las generaciones futuras; esto implica desarrollar el Parque de acuerdo a las siguientes premisas:

- **Sustentabilidad Ecológica.**- Es necesario utilizar los recursos naturales a tasas menores o iguales que las tasas naturales de renovación.
- **Sustentabilidad Ambiental.**- Es necesario mantener los flujos de desechos al medio ambiente en cantidades iguales o menores a la capacidad asimilativa del mismo.
- **Sustentabilidad Económica.**- Retorno sobre la inversión para lograr una rentabilidad que permita la permanencia y el éxito del parque.
- **Sustentabilidad Social.**- Es necesario minimizar la pobreza y la miseria humana, se debe buscar el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

- **Sustentabilidad Política.**- Es necesario involucrar a la ciudadanía, garantizando la incorporación plena de las personas al proceso de desarrollo.

Para lograr este proyecto se desarrollaron durante más de un año una serie de estudios en materia ambiental, estudios sociales y de mercado que sirvieron de base para el diseño del parque, el cual asegura el uso racional del medio ambiente y el éxito del proyecto.

**Caracterización y Diagnóstico Ambiental (Factibilidad Ecológica).** El objetivo fue conocer y evaluar los aspectos ambientales del sitio para diseñar un proyecto que garantice la conservación de los recursos naturales del predio y de la región, y que cumpla con la normatividad ambiental que lo rige como área natural protegida.

**Informe Preventivo de Impacto Ambiental.** Sirvió de base para cumplir con la normatividad vigente en materia ambiental, y lograr la autorización para la realización de las obras correspondientes; contiene información precisa y objetiva sobre los parámetros ambientales del predio y de la región, y recomendaciones para evitar y/o mitigar posibles impactos ambientales.

**Manifestación de Impacto Ambiental, Modalidad General.** Analiza con detalle los aspectos generales del medio natural y socioeconómico, la vinculación del proyecto con las normas y regulación sobre uso del suelo; la identificación y evaluación de los impactos ambientales y se proponen las medidas de mitigación y compensación para contrarrestar los efectos que ocasionarán los impactos ambientales que se presentarán durante el desarrollo del proyecto.

## **Áreas funcionales**

Dentro de las áreas relevantes y de atención especializada se tienen:

- Limpieza y mantenimiento
- Manejo de desechos
- Aguas residuales
- Jardinería
- Salud Integral de Recursos Humanos
- Área de fauna

Uno de los factores más importantes en cuanto a la calidad en la operación del Parque será la Salubridad, tanto de la parte física de los productos y servicios, como de la infraestructura y técnica con que se producen, así como de la salud física y mental del equipo humano en su totalidad.

Dentro del área de Acción Social se deberán promover internamente aspectos tales como el manejo y reciclaje de desechos, educación ambiental, salud familiar, cooperación con las autoridades municipales, etc.; dicha promoción se enfocará en valores y acciones acordes con la sustentabilidad social del entorno.

La Seguridad considerará las recomendaciones que al respecto hacen las autoridades locales, nacionales y mundiales; toma especial importancia en éste proyecto por los volúmenes de turismo a manejar, contacto con los animales, etc.; se incluirá desde el manejo de relaciones públicas en situaciones y eventos de crisis, hasta técnicas modernas para prevención de accidentes.

La Promoción ambiental tomará en cuenta la labor de reforestación y reproducción de especies de flora y reproducción de fauna terrestre y acuática de la región; vigilará que las construcciones que se realicen se fundamenten en el respeto al ambiente natural.

Para la correcta operación y evaluación de las diferentes áreas funcionales se deberán implementar diversos sistemas de información reportes y documentos que permitan analizar el nivel de servicios prestado por las diferentes áreas y productos, con el objeto de facilitar el proceso de toma de decisiones de la Gerencia Operativa del Parque Ecoturístico. Paralelo a lo anterior se deberán programar diversas juntas internas y externas que permitan la correcta operación del parque.

La Administración. El Gobierno de la Sociedad recae en la Asamblea General de Accionistas y la Administración de la misma en un Consejo de Administración.

[www.lavirginia-risaralda.gov.co/apc-aa.../Parque\\_tem\\_tico\\_DOC.doc](http://www.lavirginia-risaralda.gov.co/apc-aa.../Parque_tem_tico_DOC.doc)

## **El Mercado Turístico**

El turismo es una actividad que aún se encuentra en desarrollo, de continuar las tendencias mundiales hasta el momento registradas, estima la OMT (Organización Mundial del Turismo) que el volumen de viajeros a nivel mundial alcanzará para el año 2017 un total de 660 millones de turistas y para el 2021, alrededor de 930 millones.

Un sector del turismo que más se ha desarrollado en los últimos años y se encuentra en una fase de crecimiento es el ecoturismo; éste plantea el desarrollo turístico al mismo tiempo que se preservan y aumentan los recursos y el medio ambiente; busca proteger, conservar y desarrollar las zonas naturales patrimoniales en beneficio de la calidad de vida de la población y sin alterar las costumbres de la naturaleza.

Girardot, cuenta con un enorme potencial natural y cultural; la creciente demanda de atractivos turísticos por parte de visitantes nacionales así como la falta de oferta suficiente de los servicios turísticos, han resaltado la importancia de aprovechar adecuadamente este potencial con proyectos como el Parquetemático.

Desde 1995 a la fecha se ha venido incrementando la afluencia turística al País, lo cual indica el interés de los visitantes por conocer y disfrutar de la biodiversidad ecológica y cultural con que cuenta el País.

Un factor interesante para el negocio del parque temático, es que el destino turístico, a nivel internacional y nacional, ya existe y es visitado por más de 150 mil turistas al año que lo recorren vía fluvial o terrestre desde sus miradores.

Con base en los datos anteriores y a un estudio de mercado realizado, se deduce que aunque ya existe un mercado establecido para el presente proyecto, el mercado potencial es muy

amplio, constituido tanto por turistas nacionales y extranjeros que gustan de visitar lugares naturales para su esparcimiento.

### **Beneficios Generales del Proyecto**

El impacto económico en la región y sobre la conservación del parque son un factor importante

en la decisión de desarrollar este concepto; la explotación racional de este recurso por parte de empresas y organismos como la autoridad pública, en donde convergen importantes inversionistas institucionales y privados con experiencias exitosas en este sector, debe convertirse en una iniciativa que complemente las labores conservacionistas del país y; la incorporación de las comunidades en este proyecto debe ser muestra de que se puede lograr el desarrollo económico y social de las personas, compatible con la preservación de las riquezas naturales.

### **Los beneficios generales se pueden agrupar como sigue:**

Apertura de un nuevo nicho de mercado hacia el turismo

Incremento la demanda actual al convertirse en una atracción importante para el desarrollo de la ciudad y el esparcimiento y recreación para las familias girardoteñas con atractivos innovadores y estrategias en el servicio y productos que se ofrecerán en el parque temático Divertilandia.

Desarrollo de un nuevo producto turístico en la región basado en la biodiversidad.  
Promoción de servicios de calidad entre los actuales prestadores de servicios.

Girardot contara con su primer parque temático con el fin de que sus habitantes no tengan la necesidad de salir de la ciudad

Incorporación de las comunidades en la conservación de los recursos naturales y culturales siendo así una alternativa para crear conciencia en nuestra ciudad como participando de los eventos que se realizaran en el parque como dinámicas educativas y recreativas, culturales  
Mantenimiento y conservación del Parque principal.



## 7. ESTUDIO DEL MERCADO

### **Factor Diferenciador**

Será el primer parque temático en la ciudad de Girardot con atracciones para todas las edades, contara con espacios para disfrutar en familia con un lugar de esparcimiento sano, con servicios de restaurante, parqueaderos y atracciones mecánicas.

En este factor se evidencia que al no tener competencia directa y ser únicos en la ciudad permitirá tener un mayor posicionamiento en la región y permitirá que se implemente variedades en los eventos ofrecidos.

### **Marca y slogan**

La marca implementada para el parque temático es Divertilandia, por que es un nombre significado en la recreacion y diversion.

**Figura 20.** Logotipo Parque Temático

**Parque Tematico**



Fuente: Creación propia de los investigadores

**Figura 21.** Slogan

**Activa tu energía y vive  
sanamente**

**Figura 22.** Logotipo Parque Temático





Fuente: Creación propia de los investigadores

**Figura 23.** Representación pictórica del parque



Fuente: Creación propia de los investigadores

### **Estrategias de marketing**

- Divertilandia ofrecerá un servicio de atención idónea con altos estándares de calidad, respeto y convivencia de manera cordal a los visitantes y turistas que visiten nuestro parque temático.
  
- El portafolio de servicios está dirigido a los clientes que desean pasar un rato de diversión y esparcimiento con los sus seres apreciados.
  
- Ofrecer en el salón de eventos dinámicas pedagógicas para padres y madres sobre la importancia en la familia y violencia intrafamiliar.
  
- Relación directa con el cliente o visitante de Divertilandia, acompañamiento y seguimiento a las PQRS (Peticiónes Quejas Reclamos y Sugerencias).

- Realizar alianzas estratégicas con las diferentes alcaldías de los municipios de Girardot, Nilo, Tocaima, agua de Dios, Nariño Guataquí, Ricaurte, Flandes, Apulo, la mesa, Anapoima, Guamo, Chicoral, Espinal, Saldaña , Melgar.

- Realizar convenio con las instituciones educativas, colegios, universidades, empresas y el comercio en general de la región cundinamarquesa y del Tolima.

Escoge el plan 3-6 o 12, pasadías que incluye:

## Activa tu energía y vive sanamente

Acuarumba + servicios de práctica libre como piscina y las canchas multifuncionales.

Promoción válida únicamente para los días martes y miércoles.

### **Planes recreativos sábados y domingos**

Torneos de futbol 9 para las empresas que estén registradas en cámara y comercio de Girardot

### **Planes recreativos lunes, martes, miércoles**

Torneos de futbol 9 para los colegios 2 a 4 pm

### **Planes recreativos lunes, martes, miércoles para universidades**

Torneos de futbol 9 de 6 pm a 9 pm

**Servicios de práctica libre de lunes a domingo**

Piscinas – Canchas de futbol 9 – Tenis – Canchas multifuncionales

**Sábados gigante infantil 7 años hasta 14 años**

Show en vivo con los personajes animados, Talleres de artes manuales

Karaoke.

Escoge el plan 3-6 o 12, pasadías que incluye:

Acuarumba + servicios de práctica libre como piscina y las canchas multifuncionales.

Promoción válida únicamente para los días martes y miércoles.

**Planes recreativos sábados y domingos**

Torneos de futbol 9 para las empresas que estén registradas en cámara y comercio de Girardot

**Planes recreativos lunes, martes, miércoles**

Torneos de futbol 9 para los colegios 2 a 4 pm

**Planes recreativos lunes, martes, miércoles para universidades**

Torneos de futbol 9 de 6 pm a 9 pm

**Servicios de práctica libre de lunes a domingo**

Piscinas – Canchas de futbol 9 – Tenis – Canchas multifuncionales

**Sábados gigante infantil 7 años hasta 14 años**

Show en vivo con los personajes animados, Talleres de artes manuales

Karaoke.

## Portafolio de servicios

Los usuarios del parque divertilandia contarán con un portafolio de servicio amplio, alternativas diferentes y paquetes, senderos naturales, espacios ecológicos, monturas de imágenes, caminatas, atracciones mecánicas; carros giratorios, máquinas de videojuegos, carrusel, vista panorámica, toro mecánico, cars, carros chocones, teatro, show en vivo, cancha de futbol 9, cancha de voleibol, acuarumba.

Brindando satisfacción y atención de servicio al cliente.

**Figura 24.** Imágenes de portafolio a usuarios

**PARQUE TEMÁTICO DIVERTILANDIA**

*Ven a disfrutar con nosotros de las mejores experiencias en*

**Divertilandia**

**Dirección**

AV. PORTACHUELO LOTE C  
CONTACTENOS  
C EL: 3214561009  
GIRARDOT - CUNDINAMARCA

CONTACTENOS  
CEL: 3214561009  
GIRARDOT - CUNDINAMARCA

Latitude 4° 18' N  
Longitude 59° 66' O

Contáctenos



<p>El parque <b>Divertilandia Cortara</b> con un portafolio de servicios amplio y alternativas diferentes para todas las edades.</p> <p><b>Misión</b> Ofrecer espacios de diversión para todos los usuarios.</p> <p><b>Visión</b> En el 2019 Ser el parque de atracciones preferido y mas importante de la región.</p>  <p><b>Atracciones</b></p> <p>Mecánico</p> 	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una muy buena atención al usuario desde el ingreso al parque ofreciendo todo nuestro portafolio de</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención privilegiada al cliente y brindar la satisfacción a cada uno de ellos.</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer servicios recreativos y sano esparcimiento a los habitantes y turistas de la región.</li> </ul>  <p><b>Pasaporte adultos:</b> \$25.000 con ingreso a carro chocones, toros mecánicos, piscina teatro.</p> <p><b>Pasaporte Niños:</b> 20.000 con ingreso a carrusel, vista panorámica, piscinas de pelotas, piscina, teatro.</p>
--	--	---

Fuente: Creación propia de los investigadores

Figura 25. Imágenes de portafolio a Convenios



Planes recreativos lunes, martes, miércoles

Torneos de futbol 9 para los colegios 2 a 4 pm

Planes recreativos lunes, martes, miércoles para universidades

Torneos de futbol 9 de 6pm a 9 pm

Servicios de práctica libre de lunes a domingo

Piscinas – Canchas de futbol 9 – Tenis – Canchas multifuncionales

**Sábados gigante infantil**  
7 años hasta 14 años  
Show en vivo con los personajes animados, Talleres de artes manuales  
Karaoke.



CONTACTENOS

Dirección  
Zona Norte, comprendida entre los barrios, Kennedy, portachuelo vía al peñón

Cel: 3214561009

Correo: nancilla39@hotmail.com



Ven a disfrutar con nosotros de las mejores experiencias en Divertilandia

PORTAFOLIO DE SERVICIOS

Dirección  
Zona Norte, comprendida entre los barrios, Kennedy, portachuelo vía al peñón  
Cel: 3214561009  
Correo: nancilla39@hotmail.com



## Portafolio de Servicios



El parque Divertilandia Cortara con un portafolio de servicios amplio y alternativas diferentes para todas las edades.

### Misión

Ofrecer espacios de diversión para todos los usuarios.

### Visión

En el 2019 Ser el parque de atracciones preferido y mas importante de la región.

### Valores

Lealtad  
Solidaridad  
Equidad  
Responsabilidad  
Voluntad  
Integridad  
Compromiso  
Innovación  
Organización

## PLANES PASADÍAS

Escoge el plan 3-6 o 12, pasadías que incluye:

Acuarumba + servicios de práctica libre como piscina y las canchas multifuncionales.

Promoción válida únicamente para los días martes y miércoles.

### Planes recreativos sábados y domingos

Torneos de futbol 9 para las empresas que estén registradas en cámara y comercio de Girardot

### Planes recreativos lunes, martes, miércoles

Torneos de futbol 9 para los colegios 2 a 4 pm

### Planes recreativos lunes, martes, miércoles para universidades

Torneos de futbol 9 de 6pm a 9 pm

### Servicios de práctica libre de lunes a domingo

Piscinas – Canchas de futbol 9 – Tenis – Canchas multifuncionales

**Sábados gigante infantil** 7 años hasta 14 años  
Show en vivo con los personajes animados, Talleres de artes manuales  
Karaoke.  
Escoge el plan 3-6 o 12, pasadías que incluye:

Acuarumba + servicios de práctica libre como piscina y las canchas multifuncionales.

Promoción válida únicamente para los días martes y miércoles.

### Planes recreativos sábados y domingos

Torneos de futbol 9 para las empresas que estén registradas en cámara y comercio de Girardot



Figura 26. Tarjetas

Gerente: Nancy Salcedo Galindo  
Celular: 3214561009  
Correo: nancilla39@hotmail.com.com

### Dirección:

Lote C Zona Norte, comprendida entre los barrios, Kennedy, portachuelo vía al peñón.

## Gerente Comercial

Deisy Alejandra Barco Salcedo



¡ VEN A DISFRUTAR CON  
NOSOTROS DE LAS MEJORES  
EXPERIENCIAS !

### **Distribución del ciclo**

El parque temático Divertilanda contara con lugares de esparcimiento para toda la familia con una zona exclusiva para bebés, lugares de descanso en zonas ecológicas para toda la familia, contando con parqueaderos, servicio de restaurante, enfermería, salón para eventos sociales, sala de juegos, atracciones infantiles, jóvenes y adultos.

### **Análisis de la demanda**

#### **Segmentación del mercado**

El mercado principal de Divertilandia son los habitantes de la ciudad y sus turistas, desde 1 año a 60 años, el parque está dirigido a todas las personas que les gusta el sano esparcimiento en familia y la diversión.

Independientemente del estrato en que se encuentren. En Girardot se ha podido observar como los estratos 1 y 2 realizan sus mayores esfuerzos por satisfacer sus necesidades de recreación.

Es importante resaltar que el nicho de mercado significativo para el parque temático divertilandia lo encontramos en los centros educativos, como jardines, colegios y universidades.

#### **Estrategias de fijación de precios**

Para fijación de precios, en DIVERTILANDIA se implementaran precios por atracciones y también se manejaran los denominados pasaportes, los cuales le permitirán a los visitantes acceder a diferentes atracciones a un precio exequible. Y para aquellas empresas interesadas en

realizar actividades en favor de sus empleados o cualquier otro tipo de personal, el parque maneja convenios con alcaldías de los municipios aledaños.

### **Determinación del precio promedio**

Para el parque temático DIVERTILANDIA, se estableciera dos paquetes o

Pasaportes así:

Pasaporte adultos: \$25.000 con ingreso a carro chocones, toros mecánicos, piscina teatro.

Pasaporte Niños: 20.000 con ingreso a carrusel, vista panorámica, piscinas de pelotas, piscina, teatro.

Estos precios se determinaron de acuerdo al precio promedio del mercado.

### **Políticas de distribución**

La estrategia publicitaria se mostrara con todas sus especificaciones en el tiempo preciso.

Brochure, volantes, folletos publicitarios, portafolio de servicios.

La campaña de la marca debe ser clara, oportuna, creativa y coherente.

Toda estrategia publicitaria debe generar recordación, crear un impacto ajustarla con los lineamientos de la marca.

Las campañas publicitarias, se deben realizar cuando hay periodos de gran impacto para el negocio. Por ejemplo temporadas vacacionales.

En el momento de realizar publicaciones externas, se debe contar con la autorización del Gerente general

Los medios de comunicación que se lleguen a contratar siempre deben ser aprobados a través del Director Administrativo y comercial o el Gerente General.

### **Canal de distribución**

El canal de distribución que utilizará el parque para ofrecer los servicios será directo, es decir, la venta será directa al consumidor, no habrá intermediarios.

Una de las ventajas de utilizar el canal de distribución directo es que se tiene control del mismo, existe un contacto directo con el cliente, por lo tanto hay sensibilidad inmediata a las reacciones del mercado, además porque hay mayor contribución marginal, es decir, mayor ganancia y menor comisión

**Tabla 4.** Canal de Distribución

Mercado objetivo	DIRIGIDO	
	Hogares y turistas	Entidades educativas
Objetivo	Atraer la atención de los hogares girárdotenos y turistas para la aceptación del parque temático.	Atraer la atención dela directiva de los centros educativos con el fin de dar conocer el parque temático
Contenidos del	Ubicación del sitio, horarios de atención, servicios adicionales	Ubicación del sitio , horarios de atención ,servicios adicionales

mensaje	atracciones y promociones.	atracciones y promociones especiales para instituciones educativas
Medio	Radio	Internet – Prensa
Frecuencia	4 veces por día	No aplica
Duración del mensaje	60 segundos	
Costo al mes	250.000	

---

## **Propaganda**

Ven a disfrutar con nosotros de las mejores experiencias en Divertilandia. Hemos diseñado para ti y tu familia una serie de programas que te llevarán a experimentar las mejores sensaciones, los más variados espectáculos y un sinfín de emociones, mientras aprendes, te relajas y te recargas de energía.

La estrategia publicitaria se mostrara con todas sus especificaciones en el tiempo preciso.

## **Estudio Técnico**

### ESTUDIO TECNICO

#### *LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO*

Las instalaciones del presente proyecto estarán ubicadas en:

**País:** Colombia

**Provincia:** Tequendama y Alto Magdalena

**Municipio:** Girardot

El lugar seleccionado para la implementación del proyecto corresponde al Municipio de Girardot, ubicado en la parte Zona Norte, comprendida entre los barrios, Kennedy, portachuelo vía al peñón .

En la actualidad muchas compañías están apuntando a invertir en establecer su infraestructura de servicio en esta zona, convirtiéndolo en un centro potencial de desarrollo turístico.

### **Estudio del suelo**

Previo a la construcción del parque, es preciso estudiar las características del terreno para determinar si es factible su ejecución.

Una de las primeras exigencias en las normas que rigen la construcción en los diferentes municipios, es la realización de **estudios de suelos**.

El Estudio de la **Mecánica de Suelos** permitirá determinar la **resistencia del terreno** sobre el que se establecería el parque, mismo que sirve de base para la determinación de la **cimentación** de la **estructura de las diferentes atracciones que se implementaran**.

Con respecto al sitio seleccionado para la localización del proyecto, este sector, y de acuerdo a estudios de suelos previamente realizados por el Municipio, podemos decir que el terreno posee una topografía adecuada para la implementación del parque temático Divertilandia, y adicionalmente posee una zona sin ningún tipo de contaminación. En conclusión se lo considera un suelo firme para construir este tipo de proyectos.

### **Estudio de impacto ambiental**

El Estudio de Impacto Ambiental, identifica los posibles impactos que en el ejercicio de la operación, mantenimiento y construcción de infraestructura de las diferentes atracciones, y demás actividades relacionadas y complementarias del proyecto pueden llegar a producir a futuro en el entorno.

Los principales objetivos del Estudio de Impacto Ambiental son los siguientes:

- Cumplir con las normas de legislación ambiental nacional vigente aplicable al proyecto.
- Identificar la magnitud de los impactos ambientales directos e indirectos, de las fases de construcción y operación del parque.
- Establecer un Plan de Manejo Ambiental, esto a fin de prevenir, minimizar, mitigar y/o compensar los impactos adversos que se podrían presentar.

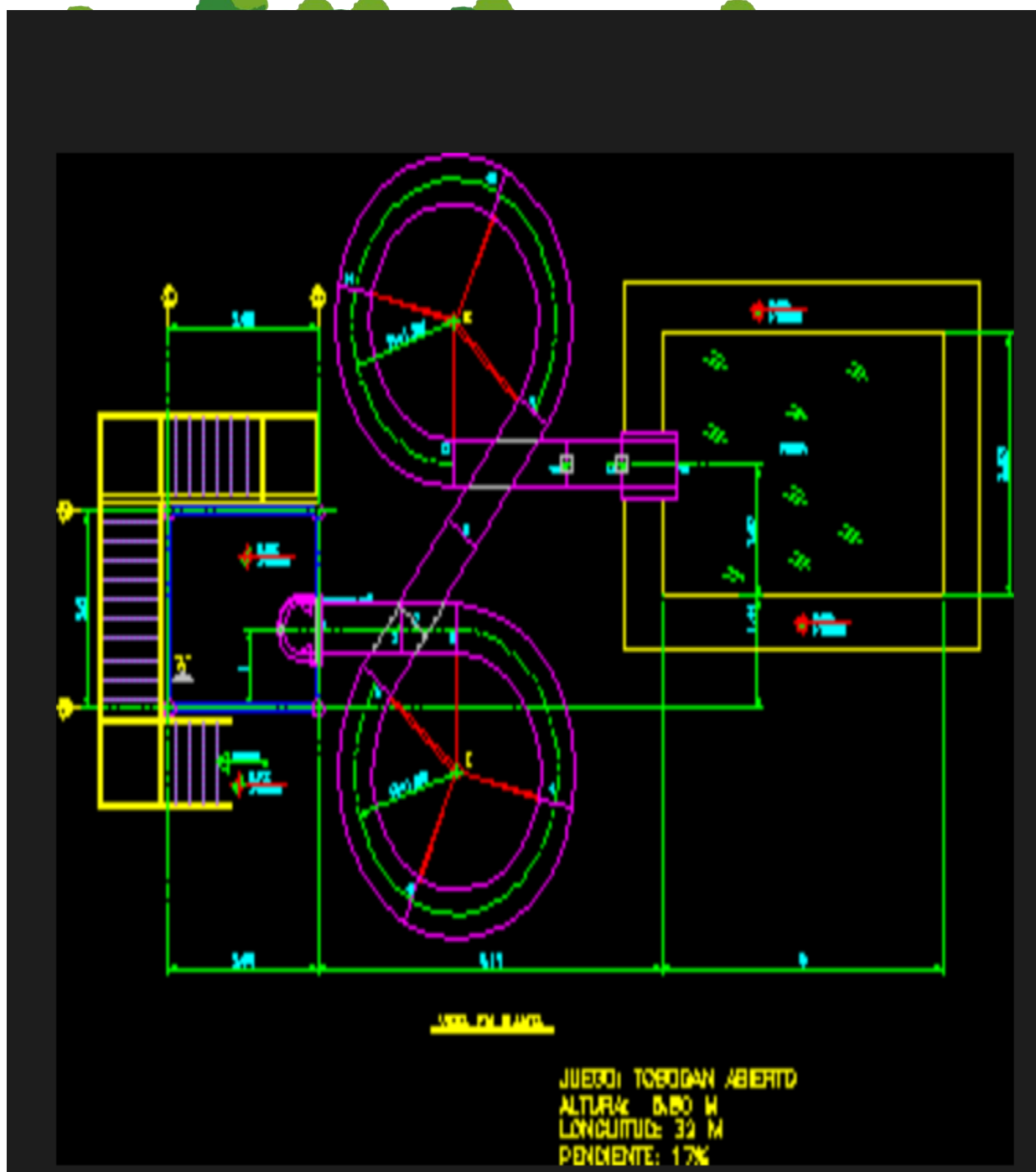
### **Determinación del tamaño del proyecto**

Nuestro Parque contará con una extensión de 22435 m<sup>2</sup>. Inicialmente se prevé que contará con un exceso de espacio, por lo que tendrá capacidad en su terreno para una futura incorporación de nuevas atracciones y ampliación de diferentes zonas.

### **Plano del establecimiento**

El plano diseñado y presentado a continuación tiene por objetivo plasmar el diseño del parque, la distribución de usos y espacios, etc.

**Figura 27.** Plano del establecimiento.



Fuente: Creación propia de los investigadores

**Figura 28.** Plano de autocadtobogan

Fuente: Creación propia de los investigadores





Fuente: Creación propia de los investigadores

## Instalaciones

Descripción de las características de los servicios a ofrecer, a continuación detallaremos ampliamente cada uno de estos.

**Figura 29.** Instalaciones



Fuente:<http://www.biobiochile.cl/2013/12/05/los-6-parques-con-juegos-infantiles-mas-increibles-del-mundo.shtml>.

Los parques infantiles han ido transformándose con el pasar de los años. Primero eran simples columpios o pasamanos que luego se fueron convirtiendo en grandes estructuras con diseños que van más allá de la imaginación.

Es así como actualmente algunos espacios de juegos públicos dejaron de ser los típicos de antaño, aquellos que se emplazaban en las plazoletas como el típico balancín, el sube y baja y el resbalín.



Ahora, grandes estructuras que se convierten en piscinas con miles de pelotas, toboganes y túneles, son algunos de los diseños que se utilizan para crear parques infantiles ‘monstruosos’ e increíbles, ubicados en plazas o en patios traseros de algunas casas.

Si bien los novedosos diseños predominan en estas estructuras gigantes, también deben cumplir con la función principal, que es entretener a los niños, es por eso que se pone especial atención en los materiales utilizados para no causar ningún daño a quienes los utilicen.

**Figura 30.** Diseño de Parque



<http://www.parquesinfantilesdecolombia.com/#!MARA%C3%91A%20018A/zoom/cyyp/image1t9c>

**Figura 31.** Salón Múltiple



Fuente <https://www.google.com/search?q>

### **Descripción**

Salón múltiple equipado con los más modernos medios audiovisuales, que le permitirá organizar con éxito cualquier tipo de reunión o presentación.

### **Especificaciones Técnicas**

- **Capacidad:** salón múltiple con sillas tapizadas para 200 espectadores.
- **Características técnicas:** Aire acondicionado, aseos, 3 accesos, 2 camerinos con baños  
cabina de control de iluminación
- **Equipo de sonido:** Altavoces Nexo Alpha-e 12.000 watos más 4.000 de subgraves.  
mesa digital Yamaha M7CL
- **Equipo de luminotecnica:** Mesa de iluminación Grand Ma Ultralight 1024 canales,



- **Equipo de Video:** 2 pantallas laterales de 3x2, 25. Pantalla trasera de 7x5, 5 metros.
- **Instalación eléctrica:** 3 cuadros de corriente con salidas Cetac de 32 amperios.

**Figura 32.** Carrusel



<https://www.google.com.co/search?q=atracciones+mecanicas+carrusel&biw=>

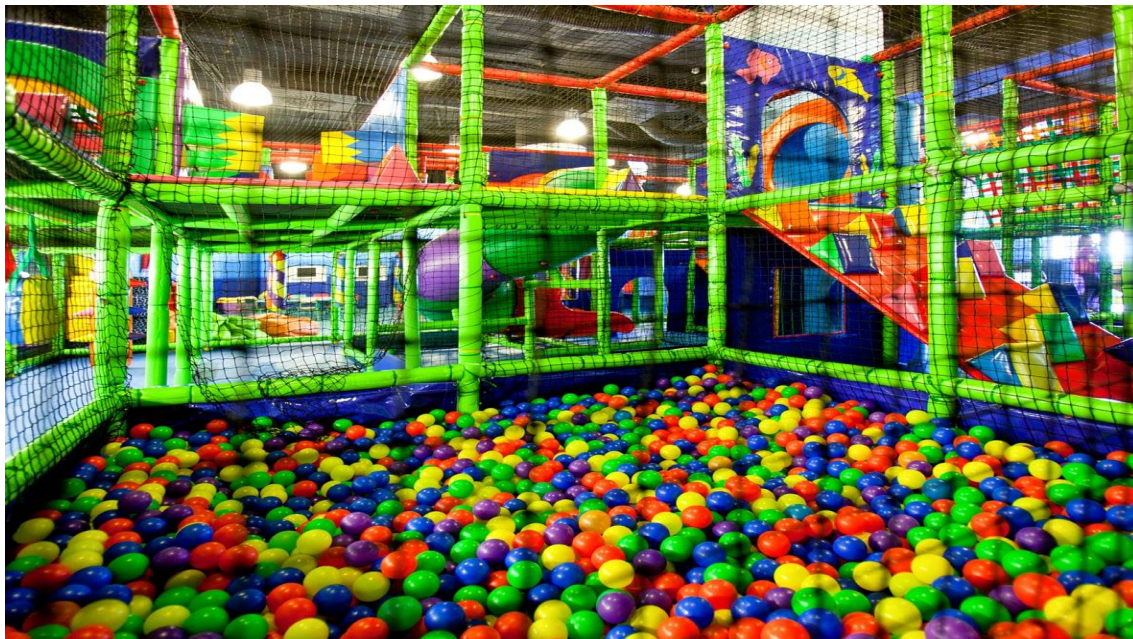
**Figura 33.** Carros chocones



Fuente: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_t1hlcTiKv0](https://www.youtube.com/watch?v=_t1hlcTiKv0)

Los carruseles son un tipo de juego infantil muy variado y de diversos tipos, individuales, colectivos, suspendidos y de suelo. Carruseles inclusivos en los que podemos montar con la silla de ruedas, carruseles elevados, etc. Tenemos el carrusel adecuado para cada necesidad.

**Figura 34.** Piscina de Pelotas

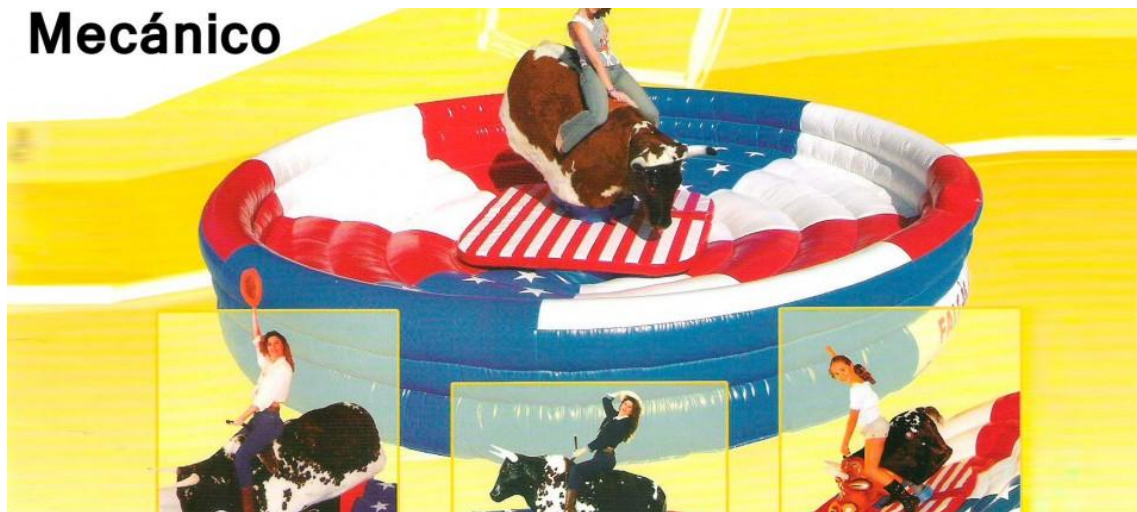


Fuente: <http://papaenaccion.blogspot.com/2014/08/buscando-pelotas-para-piscina.html>

Las bolas para piscinas de Parques Infantiles son ideales para ludotecas, guarderías y colegios. Miden 8 cm de diámetro. Se sirven en sacos de 250 unidades y con siete colores diferentes a elegir, aunque se ofrece la posibilidad de fabricar el color a elección de nuestros clientes. Fabricadas con PVC semi-elástico de alta resistencia y con tratamiento ignífugo M2.



**Figura 35.** Toro Mecánico



Fuente: <http://www.adeparques.com.co/toro-mecanico/>

**Juego sin límite de edad, hasta 100 kg lo tiene un regulador de velocidad y corcoveo que puede funcionar en forma lenta para niños entre 3 y 8 años como también acelerarse los movimientos para las personas de mayor edad. Ocupa un espacio de 5 mts x 5 mts.**

**Piscinas:** Las piscinas proporcionan la máxima diversión y entretenimiento en un parque acuático, por lo cual, nuestro proyecto contará con 2 piscinas para niños, 2 piscinas para jóvenes y adultos, y adicionalmente 3 piscinas combinadas con toboganes.

**Figura 36.** Piscinas



<https://www.google.com.co/search?q=piscinas&biw=1008&bih=619&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved>

**Piscina para niños:** los más pequeños podrán disfrutar de juegos especialmente diseñados para ellos; toboganes, hongos con ducha, figuras acuáticas en forma de animales y otros elementos, garantizando su diversión y seguridad.

**Piscina para adultos:** Los adultos podrán descansar, relajarse y disfrutar del maravilloso entorno.

**Toboganes y juegos acuáticos:** La excitante combinación de toboganes y juegos acuáticos garantizará la diversión de nuestros visitantes. Esta zona de atracciones va dirigida a los usuarios más jóvenes y más activos, que encuentran en las atracciones acuáticas una forma de diversión llena de emoción y adrenalina.

En esta zona se encuentran 1 tobogán.

**Tobogán abierto** Es el tipo de tobogán más utilizado por su seguridad, rigidez, fácil deslizamiento, y superficie continua y altamente pulida, proporcionando seguridad al usuario.

Cuenta con 44” de ancho con una longitud de 85 mts, 15 metros de altura y una inclinación de 11%. Utiliza un flujo de agua de 2800 litros por minuto.

El diseño de estos toboganes genera diversión en cada curva, proporciona rápidas aceleraciones y caídas vertiginosas. Cualquier persona disfrutará de su recorrido de amplias y cerradas curvas.



**Figura 37. Toboganes**

<https://www.google.com.co/search?q=piscinas+tobogan+abierto&biw=1008&bih=619&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CB>

### **Kamikaze**

Juego acuático extremo compuesto de fuertes caídas y lomas que darán la sensación de volar a nuestros usuarios. Con una altura de 12 metros, y una longitud de 75 metros y una inclinación de 40%, este tobogán contará con una capacidad de usuarios de 200 por hora y un gasto de agua de 720 litros por minuto. Cuenta con una extensión de tobogán como canal de frenado lo cual lo hace más seguro en la caída.

**Figura 38. Río Lento**

<https://www.google.com.co/search?q=piscinas+tobogan+abierto&biw=1008&bih=619&tbm=isch&tbo=h&tbo>

## Juegos y áreas infantiles

Hoy en día, dentro del núcleo familiar, los más pequeños son un elemento importante a la hora de determinar la elección de donde pasar nuestro tiempo de ocio. Es por ello que diseñamos una zona especialmente dedicada a los niños de todas las edades, con una profundidad de 45 cm, la cual garantiza la seguridad de los más pequeños.

Los juegos infantiles estarán diseñados en base a un tema o idea central. Con la implementación de un área infantil multinivel se aprovechará al máximo el espacio, contará con varios pisos de altura de acceso por medio de escaleras y rampas con atracciones de chorro y toboganes de caída y coronado con un barril de caída de agua.

- **Tobogán ancho:** El tobogán infantil más popular con 2.48 metros de ancho y 5 metros de largo.
- **Tobogán abierto infantil:** Tobogán tradicional con 0.70 metros de ancho, con 5 de largo.
- **Tobogán caracol:** Con forma de caída en caracol, 0.70 metros de ancho y 3 metros de altura.

Todos nuestros juegos tendrán pendientes bajas y velocidades controladas recomendados para profundidades de 45 cm. Todas las áreas infantiles son recomendadas para el uso de niños de 5 a 12 años, vigilados por sus padres

Nuestras piscinas de niños contarán con las siguientes figuras acuáticas:

- **Figuras de lluvia:** son los clásicos hongos que dejan caer una cortina de agua a su alrededor, y forman un sonido y efecto de cascada sobre la piscina.

- **Figuras de res baladillas temáticas:** son todas las figuras tipo animal o insecto; en nuestro caso optaremos por ranas, ballenas y pulpos, las cuales contarán con una escalera o rampa y un tobogán integrado, en la estructura de la figura.

Las figuras acuáticas tienen la facilidad de crear un ambiente y una vista impactante a bajo costo y de forma muy rápida, pues por lo general pueden instalarse de manera sencilla anclándose al vaso o a la orilla de la piscina. Sus conexiones hidráulicas por lo general son flexibles y se pueden controlar desde lugares remotos en cuartos de máquinas separados y crear secuencias de juego con el simple sincronización de apagado y encendido de las mismas.

**Figura 39.** Figuras acuáticas infantiles



<https://www.google.com.co/search?q=piscinas+tobogan+abierto&biw=1008&bih=619&tbm=isch&tbo=>

**Juegos en seco:** adicionalmente a los juegos acuáticos, diseñaremos una zona para juegos en seco, donde nuestros visitantes podrán divertirse sin contacto con el agua. Esta zona estará integrada por:

- Cancha de volley
- Columpios, resbaladeras, juegos interactivos para niños.

**Figura 40.** Parque Infantil



<https://www.google.com.co/search?q=piscinas+tobogan+abierto&biw=1008&bih=619&tbm=isch&tbo=>

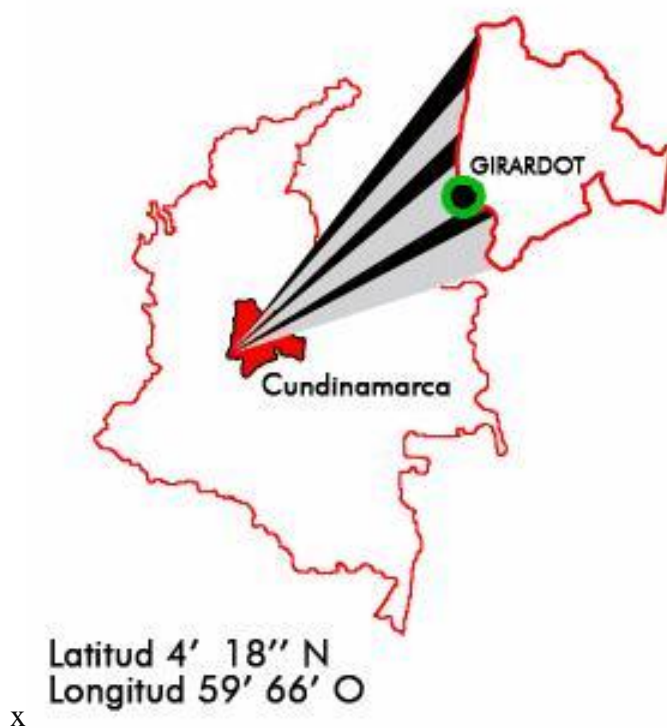
### **Localización**

El parque Temático estará ubicado en **Girardot**

Es una ciudad colombiana ubicada en el departamento de Cundinamarca, provincia de Alto Magdalena de la cual es capital.

Limita al norte con el municipio de Nariño y Tocaima, al sur con el municipio de Flandes y el Río Magdalena, al oeste con el municipio de Nariño, el Río Magdalena y el municipio de Coello y al este con el municipio de Ricaurte y el Río Bogotá. Girardot es después de Soacha, la ciudad más importante de Cundinamarca por su población, centros de educación superior, economía y extensión urbana. También, es una de las ciudades con más afluencia de turistas y población flotante del país. Girardot junto con su conurbación con los municipios de Flandes y Ricaurte conforma el área urbana más importante de Cundinamarca.

**Figura 41.** Localización geográfica de Girardot Cundinamarca



<https://www.google.com.co/search?q=Ubicación+Geográfica+de+Girardot&sa=X&biw=1008&bih>

Teniendo en cuenta que el parque estará ubicado en el perímetro urbano de Girardot, además que el mercado objetivo son los hogares y turistas visitantes de la ciudad, y que los datos arrojados

Este método puede definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye.

Para la construcción del parque de diversiones es la Zona Norte, comprendida entre los barrios, Kennedy, portachuelo vía al peñón. Esta zona prevalece ante las demás por tener mayor facilidad de acceso, ya que el recorrido del transporte urbano de la ciudad finaliza en algunos barrios comprendidos por esta zona, adicionalmente por la disponibilidad de espacios para la construcción

**Figura 42.** Ubicación Geográfica de Girardot

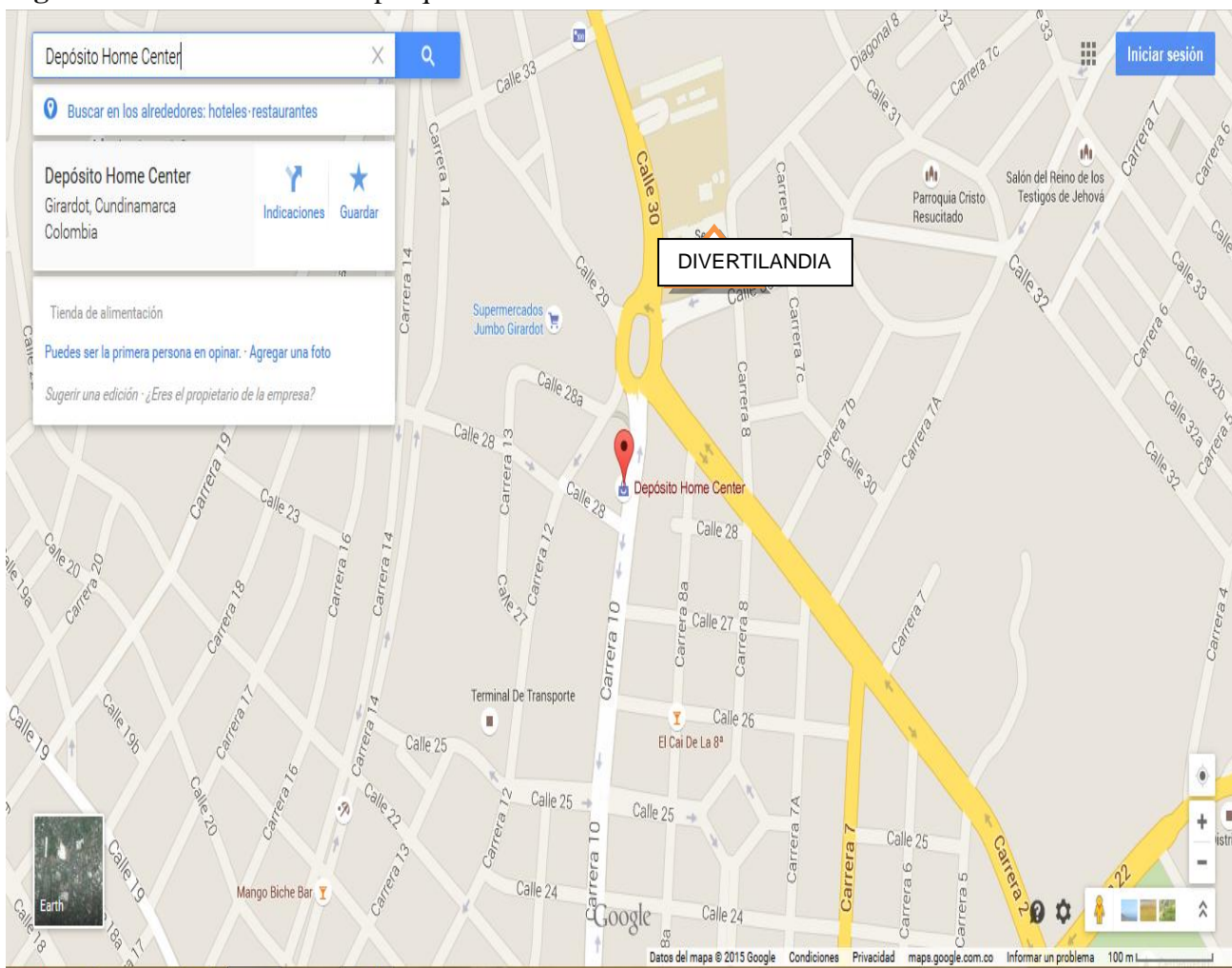


<https://www.google.com.co/search?q=Ubicación+Geográfica+de+Girardot&sa=X&biw=1008&bih>



Teniendo en cuenta la zona seleccionada y los factores que la hacen importante en la micro localización, el sitio apropiado para la ubicación del parque de diversiones es el que se muestra en la siguiente imagen.

**Figura 43.** Localización del parque temático DIVERTILANDIA



<https://www.google.com.co/search?q=Ubicación+Geográfica+de+Girardot&sa=X&biw=1008&bih>

Se encontrará ubicado el Parque Temático DIVERTILANDIA

Zona Norte, comprendida entre los barrios, Kennedy, portachuelo vía al peñón

Determinación del tamaño del parque

### **Área total del parque**

Luego de calcular el área requerida por cada una de las atracciones que conformaran el parque de diversiones, se logró determinar el área total estimada que se requiere para la construcción de DIVERTILANDIA El área calculada es de 22435.00 M2

La iniciativa empresarial requiere tres socios inversionistas para la realización del parque recreativo Divertilandia.

### **Creación de la empresa**

En la cámara y comercio para la constitución de una empresa S.A.S se implementara una sociedad.

Que persona natural se debe matricular en la cámara de comercio de Girardot<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>[http://www.ccgirardot.org/servicios\\_magistrales.html](http://www.ccgirardot.org/servicios_magistrales.html)



En la Cámara de Comercio se deben matricular todas las personas naturales que de manera continua y permanente realicen cualquier actividad mercantil. Por ejemplo, es un comerciante quien habitualmente compra y vende mercancía o es propietario de un establecimiento de comercio como un supermercado o una tienda entre otros.

### **Cuando deben matricularse**

La matrícula de la persona natural debe efectuarse del mes siguiente a la fecha en la cual empezó la profesión de comerciante.

### **Donde se realiza la matrícula**

Se matricula en cualquiera de las sedes de la Cámara de Comercio de Girardot, si se va a desarrollar su actividad Mercantil en esta ciudad o en cualquiera de los municipios que estén en su jurisdicción.

### **Como efectuar la matrícula**

- Adquiera en cualquiera de nuestras sedes el formulario para la matrícula de personas naturales

- Diligencie el formulario indicando con veracidad los datos solicitados

- Evite tachones y/o enmendaduras

- Presente el formulario en cualquiera de nuestras sedes, junto con la fotocopia de la cedula. Para extranjeros, cedula extranjera o visa

- Cancele el valor que le liquidara el cajero con base a sus activos

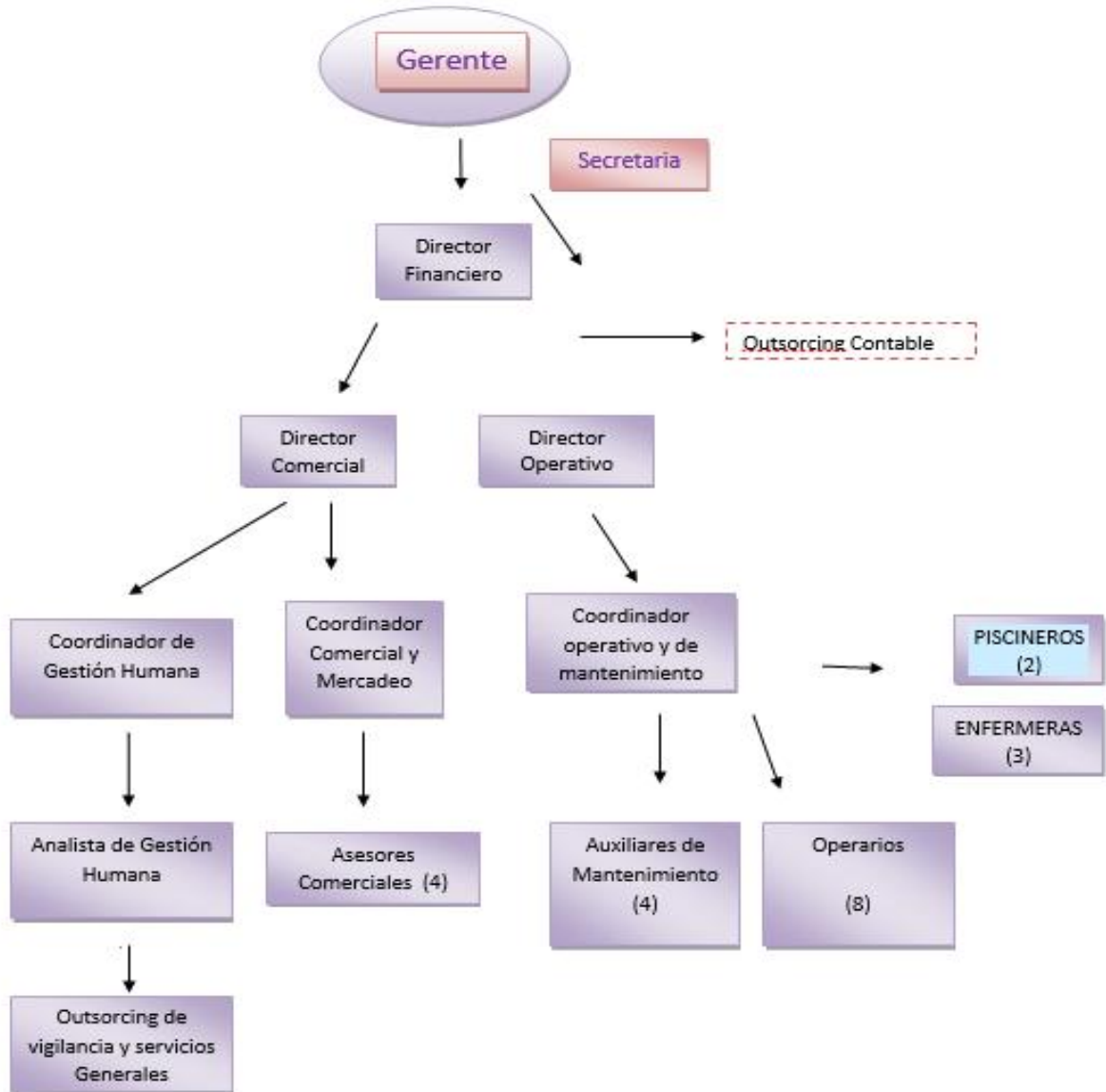
Figura jurídica seleccionada

Parque temático Divertilandia S.A.S

Estructura organizacional

Organigrama

**Figura 44.** Estructura Organizacional



Fuente: Creación propia de los investigadores

**Gerente**

Nombre del cargo:	Gerente
Proceso:	Gestión Gerencial
Cargos bajo su supervisión:	Director Financiero, Directores, coordinadores y secretaria.

### **Funciones del gerente;**

Dirigir, controlar, organizar y planear los recursos de la organización, Contratar las diferentes dependencias de la organización y realizar evaluaciones periódicas.

### **Perfil:**

Experiencia laboral preferiblemente en entidades bancarias, comerciales, cooperativas o de servicios, desempeñando funciones relacionadas con la planificación, organización y coordinación de las estrategias de mercadeo y ventas, identificación de oportunidades de negocio, desarrollo de productos y servicios financieros. El cargo requiere experiencia en la coordinación y liderazgo de equipos de trabajo.

### **Secretaria**

Nombre del cargo	Secretaria
Cargo del Jefe inmediato	Gerente
Proceso	Administrativo

Funciones de la secretaria: es la responsable de recepcionar y distribuir la correspondencia de la gerencia y atención a las entrevistas de personal.

#### Perfil

Estudiante Tecnólogo en programas administrativos, Experiencia laboral preferiblemente en entidades comerciales o de servicios, desempeñando funciones relacionadas a la oferta y venta de servicios, mercadeo, identificación de oportunidades de negocios.

### **Director financiero**

Nombre del cargo: Director Financiero

Proceso: Gestión Financiera

Cargo del Jefe Inmediato: Gerente

Cargos bajo su supervisión: Coordinación de Gestión Humana, Coordinación Administrativa, Analista de Tesorería, Contador.

#### Perfil

Experiencia en cargos de áreas similares, desempeñando funciones como: presentación de estados financieros, conciliación y análisis de cuentas, presentación de informes a las entidades de vigilancia, controles internos. El cargo requiere coordinación de equipos de trabajo y manejo de personal.

## Funciones

Administrar, gestionar y optimizar los recursos económicos y financieros asegurando la sostenibilidad de la organización con personal altamente competitivo, buscando maximizar las utilidades relacionadas con la Mejora Continua.

### **Outsourcing Contable**

Nombre del Cargo: Outsourcing Contable

Objetivo del Cargo: Llevar correctamente los registros de contabilidad y financieros del parque.

#### Perfil:

Profesional graduado, preferiblemente en contaduría o programas afines

## Funciones

Asegurar el registro, centralización y consolidación de las operaciones contables del parque, a fin de elaborar los Estados Financieros, efectuar la interpretación y análisis de los mismos y elaborar los informes correspondientes y Entregar al director financiero los informes.

### **Outsourcing Contable**

Nombre del Cargo: Outsourcing Contable

Objetivo del Cargo: Brindar seguridad a los empleados y a los visitantes del parque

Responsabilidades Específicas:

Garantizar la seguridad del parque, vigilando las zonas que le sean designadas.

### **Director Comercial**

Nombre del cargo: Director Comercial

Proceso: Gestión Comercial

Cargo del Jefe Inmediato: Director Financiero

Cargos bajo su supervisión: Coordinadores Comerciales y  
Asesores Comerciales

### Perfil

Experiencia laboral preferiblemente en entidades bancarias, comerciales, cooperativas o de servicios, desempeñando funciones relacionadas con diseño e implementación de estrategias comerciales y de mercadeo, identificación de oportunidades de negocio, desarrollo de productos y servicios financieros, gestión de cartera. El cargo requiere experiencia en la coordinación de equipos de trabajo.

### Funciones

Controlar la operación y prestación del servicio de las sedes a cargo, con el objetivo de garantizar los resultados en términos de vinculación y mantenimiento de asociados, metas de colocación para todas las líneas de crédito, metas de recuperación de cartera. El Director Comercial Nacional es responsable de generar e implementar estrategias comerciales encaminadas al cumplimiento los objetivos estratégicos de la organización.

### **Director Operativo**

Nombre del cargo:	Director Operativo
Proceso:	Gestión Financiera
Cargo del jefe inmediato;	Director Financiero
Cargos bajo su supervisión:	Aux. De mantenimiento y operarios

#### Perfil

Experiencia laboral en el campo operativo y mantenimiento de maquinaria y equipos, desempeñando funciones relacionadas para el mantenimiento eficiente de las atracciones mecánicas del parque.

#### Funciones

Lograr el manejo eficiente de todos los recursos físicos, humanos y financieros puestos a su disposición para lograr que los procesos operativos se hagan a tiempo y de acuerdo a los objetivos de la empresa.

### **Coordinador de Gestión Humana**

Nombre del cargo:	Coordinador de Gestión Humana
Proceso:	Gestión Administrativa
Cargo del Jefe Inmediato:	Director Financiero y Administrativo
Cargos bajo su supervisión:	Analista y Auxiliar de Gestión Humana



### Perfil

Experiencia ejecutando procesos de selección, contratación, capacitación, retiro, bienestar y salud ocupacional, procesos disciplinarios, entre otros. El cargo requiere Coordinación de equipos de trabajo y manejo de personal.

### Funciones

Planear, ejecutar, coordinar y gestionar las estrategias orientadas a la selección, contratación, desarrollo y retiro de los colaboradores de orientar y ejecutar los diferentes programas enfocados al bienestar, la cultura organizacional y salud ocupacional, fidelizando a los colaboradores e incentivándolos en el cumplimiento de las políticas y metas a nivel organizacional.

### **Analista de Gestión Humana**

Nombre del cargo:	Analista de Gestión Humana
Proceso:	Gestión Humana
Cargo del Jefe Inmediato:	Coordinador de Gestión Humana
Cargos bajo su supervisión:	Ninguno

### Perfil

Experiencia laboral desempeñando funciones de liquidación de: nómina, contratos, prestaciones sociales, vacaciones, cesantías, entre otras y elaborando las conciliaciones de cuentas respectivas. El cargo también requiere experiencia apoyando procesos de selección, vinculación y retiro de personal.

### Funciones

Apoyar los diferentes procesos de Gestión Humana, desde la contratación de personal hasta su retiro y asegurar la información consignada del mismo para garantizar la eficacia de la causación, el pago de la nómina mensual y las novedades relacionadas con la misma, así como la recepción solicitudes presentadas por las diferentes áreas

### **Coordinador comercial y de Mercadeo**

Nombre del cargo: Coordinador Comercial y de mercadeo

Proceso: Gestión Comercial

Cargo del Jefe Inmediato: Director Comercial

Cargos bajo su supervisión: Asesor Comercial

### Perfil

Experiencia laboral preferiblemente en entidades bancarias, comerciales, cooperativas o de servicios, desempeñando funciones relacionadas a la oferta y venta de servicios, mercadeo, identificación de oportunidades de negocios,

### Funciones

Asegurar el cumplimiento de las metas de la oficina comercial a su cargo en cuanto a colocación de créditos, vinculación de asociados y cartera vencida, cumpliendo con las expectativas y necesidades del cliente, logrando el posicionamiento y reconocimiento del parque temático Divertilandia.

Responsable de planificar, organizar y coordinar las estrategias de mercadeo y ventas, asegurando el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la organización, desarrollando estrategias para lograr las metas de ventas, desarrollo de nuevos productos, posicionamiento de la marca y rentabilidad del negocio.

### **Asesores Comerciales**

Nombre del cargo: Asesor Comercial

Proceso: Gestión Comercial

Cargo del Jefe Inmediato:

Coordinador Comercial / Director Comercial Regional.

Cargos bajo su supervisión: Ninguno

### **Perfil**

Experiencia laboral en el sector comercial. Deseable en entidades bancarias, cooperativas o de servicios, desempeñando funciones relacionadas con Oferta y venta de producto y servicios, recepción y trámite de solicitudes de productos, atención y mantenimiento de clientes.

### **Funciones**

Brindar asesoría a los clientes en cuanto a la oferta de productos y servicios de la organización, el trámite para las solicitudes de crédito y en general llevar a cabo la prestación del servicio en la sede comercial para garantizar el cumplimiento en las metas de colocación y la satisfacción de los clientes.

### **Auxiliares de Mantenimiento**

Nombre del cargo:	Auxiliar de manteniendo
Proceso:	Gestión Financiera
Cargo del jefe Inmediato:	Coordinador operativo
Cargos bajo su supervisión:	Ninguno

#### Perfil

Estudiante de tecnología o tecnólogo (deseable de especialidad

Formación Técnica).

Conocimientos básicos de mecánica general, deseable diésel.

Deseable conocimientos adquiridos a través de cursos especiales relacionados con la función.

#### Funciones

Apoyar el mantenimiento requerido en cada una de las máquinas y suplir los requerimientos de su jefe inmediato para garantizar el funcionamiento de las atracciones mecánicas del parque.

### **Operarios**

Nombre del cargo:	Operario
Proceso:	Gestión Financiera

Cargo del jefe Inmediato: Coordinador operativo

Cargos bajo su supervisión: Ninguno

Perfil

Estudiante tecnólogo (Formación Técnica) conocimientos de acuerdo al requerimiento y cursos especiales relacionadas con la función de operario.

Funciones:

Operar maquinaria, Mantener maquinaria en condiciones óptimas para su funcionamiento, realizando para ello las actividades de mantenimiento menores pertinentes, que aseguren funcionamiento, limpieza y su utilización.

Llevar a cabo instrucciones diarias de jefe directo y/o jefe de taller, o plan de trabajo por períodos mayores de tiempo que se lleven a cabo de manera oportuna y eficaz

### **Outsourcing de vigilancia y servicios Generales**

**Nombre del Cargo:** Outsourcing Vigilancia y Servicios Generales

**Objetivo del Cargo:** Garantizar el aseo y seguridad del parque

#### **Responsabilidades Específicas**

Mantener todas las zonas del parque aseadas, Garantizar el buen uso de los implementos de aseo, Mantener una buena relación con el cliente interno.

### **Enfermeros**

**Nombre de cargo:** Auxiliares de enfermería

**Objetivo del cargo:** brindar a los usuarios del parque los primeros auxilios necesarios que se lleguen a necesitar.

**Responsabilidades específicas:** estar atentos para brindar la ayuda necesaria a los usuarios del parque en el momento justo.

### **Piscineros**

**Nombre del cargo:** piscineros

**Objetivo del cargo:** encargarse de mantener las piscinas limpias.

**Responsabilidades específicas:** son los encargados de que las piscinas siempre estén limpias para su uso.

### **Estudio Financiero**

Los costos y beneficios que se evidencian al ejecutar el estudio de este proyecto, además de desarrollar el análisis de la inversión, los ingresos y costos por operación, donde al finalizarse determinará la conveniencia del proyecto utilizando las diferentes herramientas financieras

Concluyentes: VAN, TIR, recuperación de capital y análisis de sensibilidad.

#### **Inversión**

Dentro del estudio técnico se cuantificó la inversión segmentando toda su área en cuatro etapas, así como también se enlista las distintas obras, equipos y maquinas necesarias para el inicio del establecimiento.

**Tabla 5.** Inversión

<b>Valor de lote</b>	\$ 636.540.000
<b>Construcción</b>	1.453.147.280
<b>Nómina y gastos mantenimiento mensual.</b>	59.120.702
<b>Costo Total</b>	268089482

## Financiamiento

Para ejecutar el proyecto se necesita poseer el monto de la inversión donde determinamos de 1.453.147 para la ejecución de la construcción y compra de maquinaria para el funcionamiento del parque.

**Tabla 6.** Valores

ITEMS	Área Lote MTS	22435.00 M2 MTS2 VALOR /UNIDAD	valor total
Gastos legales y de escrituración.			30.000.000
Pista de carros pavimentos	564,60 M2	50000	28.230.000
Cancha voleibol	600.00 M2	295.000	17.700.000
Cancha múltiple	1.029 M2	295.000	30.355.500
Carrusel pavimento piso	260.15 M2	50000	13.007.500
Salón múltiple construcción terminado total	100.15 M2	1.200.000	120.180.000
Cascada o pileta construcción	154.50 M2	700.000	108.150.000
Parqueaderos pavimentos	995.44 M2	50.000	49.772.000
Sendero peatonal pavimentación	3.750. M2	50000	187.500.000
Administración construcción	52.60 M2	700.000	36.820.000
Piscina construcción playa cerramiento, Playa Húmeda	264.00 M2	1.000.000	264.000.000
Tobogán			180.000.000
Baños Públicos 3 construcción	150.84 M2	800.000Mts2	120.672.000
Cerramiento perimetral	599.00 M1	150.000 ML	59.900.000
Casetas Snacks 6	155.22 M2	300.000 Mts2	46.566.000
Bancas Casetas	36.00 M2	100.000 Mts2	3.600.000
Atracciones Infantiles	490.43 M2		159.100.000
Enfermería	51.20 M2	300.000 MTS2	15.360.000
Zonas Verdes	12.234.28 M2	10.000 MTS2	12.234.280
Sub total			1.483.147.280



**Tabla 7. Nomina Anual**

		Nómina mensual
	\$ 24.000.000	
Gerente 2.000.000 x 12		2.000.000
		644.350
		2.000.000
Secretaria 644350 x 12	\$ 7.732.200	
		1.800.000
Outsourcing Contable 2.000.000 * 12	\$ 24.000.000	1.200.000
		1.200.000
Administrador financiero 1.800.000 x 12	\$ 21.600.000	1.200.000
Coord. Gestión humana 1.200.000 x 12	\$ 14.400.000	900.000
		900.000
		900.000
Director Comercial 1.200.000 *12	\$ 14.400.000	3.200.000
		2.800.000
Director Operativo 1.200.000 *12	14.400.000	5.076.000
Coordinador comercial y de mercadeo 900.000 *12	\$ 10.800.000	4.000.000
		1.933.050
		1.600.000
		31.353.400
Coordinador Operativo y de mantenimiento \$ 900.000 * 12	\$ 10.800.000	16617302
Analista de gestión Humana 900.000x 12	\$ 10.800.000	Gasto mensual de nomina
		47.970.702
Asesor Comercial 800.000 *4 *12	\$ 38.400.000	0
Aux de mantenimiento 700.000*4*12	\$ 33.600.000	0
		0
Operario 634,500 x 8*12=	\$ 60.912.000	0
PISCINERO 644350 x 3 x 12	\$ 23.196.600	0
ENFERMERAS 800.000 X 2X 12	\$ 19.200.000	0
Outsourcing de vigilancia y servicios generales \$ 4.000.000 x 12 meses	48.000.000	0
		0
		0
Subtotal:.....	\$ 376.240.800	0
Incremento 53% de prestaciones sociales	\$ 199.407.624	0
		Gasto mensual agua, luz, teléfono y mantenimiento
Total nomina anual	\$ 575.648.424	
Gastos de mantenimiento maquinaria 3.000.000*12	36.000.000	3.000.000
GASTOS SERVICIOS PUBLICOS		
Agua 3.500.000 * 12	42.000.000	3.500.000
Luz 4.350.000*12	52.200.000	4.350.000

Teléfono y red wifi 300.000 * 12	3.600.000	300.000
Total gastos	\$ 709.448.424	11.150.000
		59.120.702

Según la proyección de la inversión del parque temático se concluye que es significativa.

El más cercano competidor muestra la magnitud de su infraestructura. Las personas estarían muy interesadas en asistir a un sitio como este porque todo servicio nuevo crea expectativas, además es una actividad que tiene una gran perspectiva de crecimiento y que no ha sido explotada aun o en su totalidad.

### **Horarios**

Parque Temático Divertilandia

Lunes a viernes 9 am 9 pm

Fines de semana y festivos 9 am 10 00 pm

Tarifa adultos

Pasaporte \$ 25.000

Tarifa niños

Pasaporte \$ 20.000

Eventos para colegios, empresas y universidades como torneos relámpagos de futbol 9.

servicios	precios
Pasaporte adultos	25.000
Pasaportes niños	20.000

**Tabla 8.** Estado de resultados Flujo de caja Financiero

AÑO	INGRESO	GASTOS	VALOR NETO	VTIR	VTIR	VTIR	VTIR 37,6%
0							1.420.000.000
1	2.737.500.000	1483147280	1.254.352.720	4933787365,33%	289997057,36%	385931811,69%	471.636.623 €
2	2.904.213.750	1461463753	1.442.749.997	72137499,85	1021466997,88%	216142416,75%	542.473.999 €
3	3.081.080.367	1505307666	1.575.772.701	78788635,05	1115647072,31%	236070920,50%	592.490.536 €
4	3.268.718.162	1550466896	1.718.251.266	85912563,3	1216521896,33%	257416033,26%	
5	3.467.783.098	1596980903	1.870.802.195	93540109,75	1324527954,06%	280270115,08%	
6	3.678.971.088	1644890330	2.034.080.758	101704037,9	1440129176,66%	304731333,78%	
7	3.903.020.428	1694237040	2.208.783.388	110439169,4	1563818638,70%	330904023,95%	
							0
							1.606.601.157,17 €

Este cuadro nos muestra que con una tasa de retorno del 37,6 en tres años se recoge el dinero de la inversión para la ejecución de la obra y construcción del parque.

AÑO	INGRESO	GASTOS	VALOR NETO	VTIR 5%	VTIR 10%	VTIR 15%	VTIR 20%
0				1.000.000.000			
1	2.737.500.000	1483147280	1.254.352.720	62717636	125435272	188152908	250870544
2	2.904.213.750	1461463753	1.442.749.997	72137499,85	144274999,7	216412499,6	288549999,4
3	3.081.080.367	1505307666	1.575.772.701	78788635,05	157577270,1	236365905,2	315154540,2
4	3.268.718.162	1550466896	1.718.251.266	85912563,3	171825126,6	257737689,9	343650253,2
5	3.467.783.098	1596980903	1.870.802.195	93540109,75	187080219,5	280620329,3	374160439
6	3.678.971.088	1644890330	2.034.080.758	101704037,9	203408075,8	305112113,7	
7	3.903.020.428	1694237040	2.208.783.388	110439169,4	220878338,8		
					1210479303	1484401446	1572385776

Este cuadro nos muestra que con unas TIR del 5, 10, 15 y del 20% el retorno de la inversión se recogería a más tardar en años.

<b>BL=beta apalancado</b>	<b>1,54385</b>
<b>D=DEUDA</b>	60%
<b>S=PATRIMONIO</b>	40%
<b>T=TASA DE IMPUESTO</b>	33%
<b>BU=beta sin apalancar</b>	0,77
<b>KD=COSTO DE LA DEUDA</b>	4,23%
	2,83%
<b>TIO</b>	16,51%
<b>WACC</b>	8,30%
<b>VNA</b>	\$5.333.473.665,87
<b>TIR</b>	35,13%
<b>VPN</b>	\$2.980.200.667,52

#### Recuperación de la Inversión

Como se puede apreciar la recuperación de la inversión con la tir que tenemos en el flujo de caja del proyecto la inversión se recogería en menos de cinco años.

Incrementando la venta y ampliando la gama de servicios, ideando más desarrollo turístico dentro de la región,

## CONCLUSIONES

Con este estudio realizado para la creación del parque temático en la ciudad de Girardot se generara mayor desarrollo turismo, económico y social que beneficiara la región.

Una de las finalidades es generar empleo, integrar a las familias, brindar espacios agradables a los turistas y habitantes, buscando una propuesta innovadora para la región.

Además de satisfacer la necesidad de recreación y sano esparcimiento en sus espacios familiares y ratos libres.

Permitiendo la integración empresarial y de centros educativos de la ciudad como atractivo diferente brindando una satisfacción personal.

El parque será un lugar donde encontraran variedad de diversiones y atracciones en donde se sumergirán en un mundo diferente y no querrán salir de allí; les ayudara a despejar la mente.

El objetivo del estudio se limita a la viabilidad de creación de un parque en la ciudad de Girardot que se vuelva un proyecto de desarrollo de manera que aporte a la sociedad un beneficio de esparcimiento para la sana recreación de las familias.

