

CENTRO DE ARTE Y CULTURA DE RISARALDA

PRESENTADO POR
:
TATIANA CASTAÑEDA REYES
JESSICA LORENA LÓPEZ CATAÑO
CAROLINA MARIN GARAY

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
ADMINISTRACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE
PEREIRA, NOVIEMBRE DE 2015
COLOMBIA

CENTRO DE ARTE Y CULTURA DE RISARALDA

PRESENTADO POR

TATIANA CASTAÑEDA REYES

JESSICA LORENA LÓPEZ CATAÑO

CAROLINA MARIN GARAY

Proyecto de grado para optar al título de
TECNOLOGO EN ADMINISTRACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE

Directora
CAROLINA SALDARRIAGA RAMIREZ
Administradora ambiental
Especialista en ecoturismo y turismo cultural

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
ADMINISTRACIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE
PEREIRA, NOVIEMBRE DE 2015
COLOMBIA

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN	12
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
2. JUSTIFICACIÓN	14
3. OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIOS	15
3.1. OBJETIVO GENERAL	15
3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	15
4. MARCOS DE REFERENCIA	16
4.1. MARCO TEÓRICO	16
4.1.1 Patrimonio – Cultura:	16
4.1.2. Turismo:	19
4.1.3. Paisaje Cultural Cafetero:	20
4.2. MARCO TECNOLÓGICO	21
4.2.1. Códigos QR	21
4.2.3. App móvil	22
4.2.4. Realidad aumentada	22
4.3. MARCO LEGAL	23
4.3.1. Legislación internacional	26
4.3.2. Código de deontología del ICOM para los museos	27
4. PLAN DE NEGOCIOS CON ENFOQUE EN LA SOSTENIBILIDAD	28
5.1. RESUMEN EJECUTIVO	28
5.2. ANALISIS TÉCNICO - OPERATIVO	29
5.2.1. Producto del centro de arte y cultura de Risaralda.	29
5.2.2. Perfil y criterios mínimos de contratación para cargos estratégicos	42
5.3. MÓDULO DE MERCADOS	46
5.3.1. Análisis del mercado	46

Investigación de mercados	62
5.4. MODULO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	69
Misión	69
Visión.....	69
Objetivos organizacionales	69
Organización	69
5.5. ESTADOS Y PROYECCIONES FINANCIERAS	71
5.5.1. Capital	71
5.5.2. Costos	72
5.5.3. Proyección de ventas para los próximos cinco años	72
5.5.4. Estados financieros.....	72
5.6. PROCESO PROYECTUAL.....	74
5.6.1. Premisa	74
5.6.2. Definición del espacio proyectual propio	74
5.6.3. Participación social	75
5.6.4. Identificación del tema generador.....	75
5.6.5. Legitimación del equipo proyectual	76
5.6.6. Legitimación sociopolítica del proyecto	76
5.6.7. Sustentabilidad técnica, económica y legal del proyecto	76
5.6.8. Sustentabilidad del proceso proyectual y sus requisitos en el tiempo ...	77
5.6.9. Criterios de sostenibilidad ambiental	77
6. CONCLUSIONES	82
7. RECOMENDACIONES.....	83
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	84
9. ANEXOS	87

LISTA DE CUADROS

Cuadro No 1: descripción y exposiciones de la sala I.....	28
Cuadro No 2: descripción y exposiciones de la sala II.....	29
Cuadro No 3: descripción y exposiciones de la sala III.....	31
Cuadro No 4: descripción y exposiciones de la sala IIII.....	32
Cuadro No 5: descripción y exposiciones de la cocina.....	33
Cuadro No 6: descripción y exposiciones de la habitación.....	35
Cuadro No 7: descripción y exposiciones de la sala múltiple.....	36
Cuadro No 8: descripción y exposiciones de la sala de lectura.....	37
Cuadro No 9: museos con ubicación urbana.....	39
Cuadro No 10: museos con ubicación rural.....	45
Cuadro No 11: porcentaje de museos en zona urbana y rural.....	49
Cuadro No 12: gráfico de porcentaje según la ubicación de los museos.....	49
Cuadro No 13: museos con ubicación urbana.....	49
Cuadro No 14: museos con ubicación rural.....	50
Cuadro No 15: RECUCA.....	51
Cuadro No 16: Museo Interactivo de Ciencia y Juego.....	51
Cuadro No 17: Museo del Parque del Café.....	52
Cuadro No 18: Parque los Arrieros.....	52
Cuadro No 19: Maloka.....	53
Cuadro No 20: Museo del Caribe.....	53
Cuadro No 21: reporte de viajeros extranjeros a Pereira.....	56

Cuadro No 22: reporte de viajeros extranjeros a Pereira.....	56
Cuadro No 23: Encuesta.....	59
Cuadro No 24: Organigrama.....	62
Cuadro No 25: gastos iniciales.....	63
Cuadro No 26: activos.....	63
Cuadro No 27: cargos fijos.....	65
Cuadro No 28: costos fijos.....	65
Cuadro No 29: costos variables.....	66
Cuadro No 30: presupuesto de ventas.....	66
Cuadro No 31: presupuesto de costos.....	67
Cuadro No 32: estado de resultado.....	67
Cuadro No 33: balance general.....	68
Cuadro No 34: matriz de impactos ambientales.....	73
Cuadro No 35: buenas prácticas ambientales.....	74
Cuadro No 36: matriz de impactos sociales.....	75
Cuadro No 37: Buenas prácticas socioculturales.....	77

LISTA DE FOTOS

Foto No 1: ubicación del Centro de Arte y Cultura de Risaralda.....	26
Foto No 2: logo del Centro de Arte y Cultura de Risaralda.....	27

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A

Competencia directa e indirecta del Centro de Arte y Cultura de Risaralda.....82

ANEXO B

Población objeto de estudio y de la muestra.....83

ANEXO C

Estados y proyecciones financieras.....99

GLOSARIO

APP MÓVIL: aplicación de software que se instala en dispositivos móviles o tablets para ayudar al usuario en una labor concreta.¹

CÓDIGO QR: es un módulo para almacenar información en una matriz o puntos o en un código de barras bidimensional.²

REALIDAD AUMENTADA: es la definición de la superposición de información virtual sobre entornos reales a partir de una aplicación informática.³

CENTRO DE ARTE Y CULTURA: Espacio de exhibición y dinamización de producción cultural y artística, que tiene como intención el prestar un servicio a los visitantes y a la sociedad que lo acoge.⁴

TURISMO: acción realizada por una personas mientras viaja o se estadía en un lugar diferente al de su entorno habitual por un periodo consecutivo inferior a un año.

TURISMO CULTURAL: tipo de turismo que tiene por objeto la comprensión de la historia del hombre a través del tiempo, por medio del conocimiento de su patrimonio material e inmaterial.⁵

TURISMO SOSTENIBLE: el turismo que hace uso de los recursos económicos, sociales y medio ambientales actuales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras.

¹ QODE. ¿Qué es una App? [en línea]. 2012. Disponible en: [<http://qode.pro/blog/que-es-una-app/>].

² WIKIPEDIA. Código QR. [en línea].2015. Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Código_QR].

³ XAVIER RIBA, Esteve. La realidad aumentada. [en línea]. 2013. España. Disponible en: [<http://www.il3.ub.edu/blog/?p=2060>].

⁴ WIKANDA. Centro de Arte Contemporáneo. [en línea]. Disponible en: [http://www.wikanda.es/wiki/Centro_de_arte_contemporáneo]

⁵ CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. Sección de patrimonio cultural. [en línea]. Disponible en: [<http://www.portalpatrimonio.cl/programas/turismo/>].

RESUMEN

Risaralda se ha caracterizado por tener como actividades económicas la agricultura, la ganadería, la industria, el comercio y en los últimos años, la metalúrgica y la producción de combustible, pero después de la declaratoria de la zona cafetera como patrimonio cultural de la humanidad que abarca algunas áreas de los municipios de Apía, Balboa, Belén de Umbría, Guática, la Celia, Marsella, Pereira, Quinchía, Santa Rosa de Cabal y Santuario, decidió aprovechar la oportunidad de involucrarse en el sector turístico y ofrecer un lugar donde el turista pueda encontrar estadía, tranquilidad y disfrute.

La idea de la implementación del centro de arte y cultura de Risaralda que aportará al turismo cultural del departamento se forma debido a la necesidad de rescatar y exponer en un espacio todo aquello que lo caracteriza y que ha sido olvidado debido al paso de tiempo, como lo es por ejemplo: las historias de civismo, de los arrieros en el departamento, del café, de las fiestas, mitos y leyendas, principales escritores, artistas, libros y demás elementos que lo identifican, siendo expuesto de manera didáctica, lo que aspira llegar a todas aquellas personas que desean en su estadía conocer de manera detallada al departamento, recibiendo calidad en el servicio, información valiosa y una experiencia divertida.

Para realizar el proyecto ha sido necesario desarrollar los temas de sostenibilidad, de estudio de mercados, la idea de empresa, la idea de producto y su viabilidad

ABSTRACT

Risaralda has been characterized for having economic activities as agriculture, animal breeding, industry, trading market and in the last years, metallurgical and fuel production, but after the decleration of the coffee area has a cultural heritage and covering some areas of the municipalities of Apia, Balboa. Belen de Umbria, Guatica, la Celia, Marsella, Pereira, Quinchía, Santa Rosa de Cabal y Santuario, dicided to seize the opportunity involved in the tourism sector and provide a place where tourists can stay and find tranquility and enjoyment.

The idea of the implementation of the center of art and culture of Risaralda that contributes to the cultural tourism department is formed due to the need to rescue and present everything in a space that characterizes it and that has been forgotten due to the passage of time, as it is for example: the stories of civility, of the carriers in the department, coffee, festivals, myths and legends, leading writers, artists, books and other items that identify, being exposed in a didactic way, which aims to reach all those who stay and want to learn in a detailed way the department, receiving quality service, useful information and a fun experience.

To make the project it has been necessary to develop sustainability issues, market research, the idea of enterprise, the product idea and its feasibility.

INTRODUCCIÓN

El departamento de Risaralda tiene como capital a la ciudad de Pereira la cual es un paso obligatorio para los viajeros que se trasladan por carretera, en los últimos años ha estado proyectándose para consolidarse como turística y albergar atractivos con bases de sostenibilidad, a pesar de ello no ha tenido en cuenta la implementación de un lugar que albergue diferentes piezas alusivas a la herencia ancestral y muestras artísticas que reflejen el talento de los habitantes del departamento, de esta manera el turista o visitante encontrará las razones por las cuales parte del territorio Risaraldense se incluyó en la declaratoria del paisaje cultura cafetero para convertirse en patrimonio de la humanidad.

Por otra parte, es importante acotar que este propósito de conservación, fomento y transmisión de conocimiento se debe realizar con la incorporación de diferentes equipos tecnológicos a través de los cuales se puedan mostrar documentales, videos, líneas cronológicas con fotografías, infografías interactivas, etc. Pues con la llegada de las tecnologías de la información y la comunicación y con la entrada a la sociedad de la información es posible complementar, contextualizar y dar vida a los diferentes espacios de exhibición, lo que capta la atención del visitante e invitan a los mismos a experimentar sensaciones o aflorar sentimientos.

Por ello y por la necesidad de generar en los habitantes sentido de pertenencia se creó la propuesta del Centro de Arte y Cultura de Risaralda como plan de negocios, lugar donde se realizarán recorridos virtuales, diferentes exposiciones permanentes y temporales, en formato tanto físico como digital, que no ocasionarán preocupación por el problema del espacio, para complementar, la aplicación de mecanismos sostenibles y la integración de eco tecnologías darán como resultado un lugar agradable para la sociedad y amigable con el ambiente.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Colombia se han creado espacios donde se pueden observar y participar de exhibiciones, algunos de estos lugares son museos. Según el Consejo Internaciones de museos (ICOM, 2007) “Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.”

Actualmente existen en el país cuarenta y cinco (45) museos, tres (3) de ellos ubicados en Risaralda, los cuales no exhiben de manera completa todas las diferentes formas de expresión artísticas, culturales e históricas del departamento, igualmente no tienen el equilibrio necesario entre educación y diversión, aspecto importante para captar el interés del visitante, por tal motivo y debido a la necesidad de fomentar más cultura en los habitantes y complementar la oferta turística que se está promoviendo actualmente, se hace indispensable la ejecución de este plan de negocios con enfoque en sostenibilidad.

Por consiguiente, es preciso identificar la motivación que tiene el turista o visitante para entrar al departamento, el posible interés que tiene en conocer sobre su aspecto cultural, los elementos o bienes que contendrá el lugar, el plan de mercadeo, los costos y la cadena de valor, entre otros temas que hacen parte del estudio de mercados.

2. JUSTIFICACIÓN

Debido a la declaratoria hecha por la Unesco sobre el Paisaje Cultural Cafetero como Patrimonio Cultural de la Humanidad se generó en el departamento de Risaralda la necesidad de crear nuevos atractivos que consoliden la oferta turística y aporten a la economía del lugar, por tal razón la idea de implementar un centro interactivo que exponga todas los bienes materiales e inmateriales referentes a la herencia ancestral, histórica, artística y cultural que aparte de lo ya mencionado busca educar a jóvenes y adultos a salvaguardar, conocer y a apropiarse de sus raíces, fomentando de igual manera el interés de aportar al crecimiento cultural del departamento.

Por tanto, los turistas conocerán las potencialidades de Risaralda y las cualidades de su gente de manera dinámica y divertida por medio de elementos audiovisuales que se encontraran para prestar un buen servicio, igualmente, el uso de mecanismos sostenibles y la implementación de eco tecnologías darán como resultado un valor agregado e innovador.

3. OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Diagnosticar la viabilidad de implementar en la ciudad de Pereira un centro interactivo sostenible, el cual albergue objetos materiales e inmateriales que representen las variedades de expresión artísticas, culturales e históricas del departamento de Risaralda.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Definir los elementos representativos del departamento de Risaralda.
- Realizar un estudio de mercados que permita identificar la competencia, la demanda potencial que hay en el departamento de Risaralda, el segmento de mercados que se desea alcanzar y la cadena de valor.
- Aplicar mecanismos de sostenibilidad y promover el uso de eco tecnologías.
- Mostrar a los turistas colombianos, extranjeros y comunidad local, de manera didáctica los recursos materiales e inmateriales que brinden valor específico al departamento.
- Difundir enseñanzas, costumbres e historias de Risaralda, con el fin de generar sentido de pertenencia en los ciudadanos.
- Plantear un análisis financiero que determine la viabilidad de crear el centro de arte y cultura de Risaralda.

4. MARCOS DE REFERENCIA

4.1. MARCO TEÓRICO

Un centro histórico es concebido como un espacio que abarca fenómenos diversos y que, en la actualidad, constituye una forma de comunicación e intercambio de información. Opera como un espacio simbiótico en donde confluyen percepciones distintas a partir de símbolos construidos en varias etapas de la historia (Carrion, julio 2008)

Por medio de la universidad Tecnológica de Pereira se buscó dar respuesta a las aspiraciones culturales y artísticas de la comunidad, después de haber estado funcionando desde 1981 el instituto pedagógico musical de bellas artes para ser complemento con las licenciaturas en artes plásticas, convirtiéndose en la facultad de bellas artes y humanidades, quienes han tenido la labor de exhibir y exponer el arte de la región junto con la Sociedad de Amigos del Arte, el Museo Laura López, la galería El Taller, y en la última década, organizaciones y artistas agrupados en torno a iniciativas como La Cuadra de la Circunvalar, creada en el año 2000; y Corto Circuito, creado en el 2005. Estos espacios han sido resultado de una aspiración iniciada en los años 40 principalmente por parte de Jorge Roa, quien veía la necesidad de dotar a la ciudad de condiciones y políticas viables para que el arte y la cultura estuvieran compensados con iniciativas que la ubicaran en la ruta de la modernidad.

En 1976 fue fundado el centro de arte actual, el cual en 1997 se convirtió en la fundación cultural de Museo de Arte en Pereira. Esta institución ha sido por excelencia el lugar para las exposiciones de los grandes artistas nacionales y extranjeros en la ciudad, cumpliendo a cabalidad su misión de facilitar la circulación del arte moderno y contemporáneo nacional y de interés internacional en la región.⁶

4.1.1 Patrimonio – Cultura:

Se ha definido el patrimonio como el conjunto de bienes que tienen un valor excepcional desde el punto de vista de la historia, el arte, la ciencia y la cultura y que, por tanto, son dignos de ser considerados, conservados y conocidos por la población a través de las generaciones. También se considera que el patrimonio

⁶La tarde. Arte en Pereira, un patrimonio para visitar y descubrir. [En línea]. 2013. Colombia. Disponible en: [<http://www.latarde.com/noticias/pereira/117166-arte-en-pereira-un-patrimonio-para-revisitar-y-descubrir>].

es el legado que se ha recibido del pasado, lo que se vive en el presente y se transmite a las futuras generaciones.

Según la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos “El patrimonio cultural es un conjunto determinado de bienes tangibles, intangibles y naturales que forman parte de prácticas sociales, a los que se les atribuyen valores a ser transmitidos, y luego re significados, de una época a otra, o de una generación a las siguientes. Así, un objeto se transforma en patrimonio o bien cultural, o deja de serlo, mediante un proceso y/o cuando alguien --individuo o colectividad--, afirma su nueva condición”⁷.

El Patrimonio Cultural de la Nación está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y creoles, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico”, según la Ley 1185 de 2008, "Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 -Ley General de Cultura- y se dictan otras disposiciones"

El contenido de la expresión “patrimonio cultural” ha cambiado bastante en las últimas décadas, debido en parte a los instrumentos elaborados por la UNESCO. El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional.

La UNESCO afirma que, Pese a su fragilidad, el patrimonio cultural inmaterial es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La comprensión del patrimonio cultural inmaterial de diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida.

La importancia del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación. El valor social y económico de esta transmisión de

⁷DIBAM. Memoria, cultura y creación. Lineamientos políticos. [en línea]. 2005. Disponible en: [http://www.dibam.cl/Vistas_Publicas/publicContenido/contenidoPublicDetalle.aspx?folio=4338&idioma=0]

conocimientos es pertinente para los grupos sociales tanto minoritarios como mayoritarios de un Estado, y reviste la misma importancia para los países en desarrollo que para los países desarrollados.

El patrimonio cultural es:

- Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo.
- Integrador.
- Representativo.
- Basado en la comunidad.

El patrimonio cultural inmaterial se reconoce internacionalmente como elemento impulsor de la diversidad cultural, y su salvaguardia se ha convertido en una de las prioridades de la cooperación internacional.

Se entiende por cultura a todas aquellas manifestaciones materiales, espirituales e ideológicas que representan a una o varias personas y que las identifican como parte de un conjunto mayor de individuos. es un fenómeno común a todos los seres humanos ya que todos y cada uno , al vivir en sociedad, aprenden lo que transmiten las generaciones anteriores y con ese conocimiento pueden eventualmente contribuir a que la cultura siga creciendo y subsistiendo.

La Organización Para las Naciones Unidas, para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO 2002) apunta por una definición de cultura, considerada como⁸: “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.”

La importancia de la cultura se establece en el hecho de que cada individuo se siente representado por un grupo de tradiciones, elementos, formas de pensamiento, formas de actuar que son parte de la sociedad o del grupo social en el cual se desarrolla la vida cotidiana.

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región, ya que este constantemente genera empleo y ayuda a diversificar la economía.

⁸ UNESCO. Capítulo II marco teórico. [en línea]. 2002. Disponible en: [http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/galindo_v_lp/capitulo2.pdf]

4.1.2. Turismo:

Según Walter Hunziker y Kart Krapf (1942) se define el turismo como: Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.

La Organización Mundial del turismo, (OMT) ha descrito al turismo como⁹: “la 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, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en un lugar visitado.”

Durante muchos años, la industria turística se ha fortalecido de manera exitosa en los países, debido a la gran demanda de servicios exigidos por los turistas del mundo que contribuyen al crecimiento de los diferentes destinos. Ésta se caracteriza por su complejidad, no solo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo. En este sentido, el turismo es considerado como una de las exportaciones que contribuyen al crecimiento económico de los países o regiones.

Según Diana Guerra en lo expuesto en el II congreso virtual de turismo 2003, se entiende turismo cultural como¹⁰: “Aquel segmento de mercado turístico que ofrece al visitante un conocimiento más profundo de otras culturas, costumbres y tradiciones, otras formas de vivir y entender el mundo. Ofrece un contacto más cotidiano y cercano del comportamiento cultural de otras poblaciones.”

Y será la UNESCO la que redactó la primera definición de Turismo Cultural en 1976:¹¹ “El Turismo Cultural es aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye – para satisfacer sus propios fines– a su mantenimiento y protección. Esta forma de Turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada” (carta de ICOMOS , 1976). El Turismo Cultural corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

⁹ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Capítulo II marco teórico. [en línea]. 2001. Disponible en: [http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/galindo_v_lp/capitulo2.pdf]

¹⁰DIANA GUERRA. II congreso virtual de turismo Capítulo II marco teórico. [en línea]. 2003. Disponible en: [http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/galindo_v_lp/capitulo2.pdf]

¹¹Turismo cultural capítulo II UNESCO. [en línea]. 1976. Disponible en: [http://www.turismoculturalun.org.ar/pdfs/EI_turismo_Cultural_Patrimonio_museos_y_empleabilidad.pdf]

4.1.3. Paisaje Cultural Cafetero:

El Paisaje Cultural Cafetero Colombiano (PCC) fue incluido en la lista de patrimonio cultural de la humanidad durante la 35ª sesión del Comité de Patrimonio Mundial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Tecnología (UNESCO), celebrada en París en junio de 2011. Este reconocimiento compromete al Estado colombiano, a la comunidad internacional, nacional y local a su protección. Dicho reconocimiento se otorgó porque se demostró que el PCC es un ejemplo claro de un paisaje cultural, sostenible y productivo que se adapta a unas características geográficas y naturales únicas en el mundo, y que ha desarrollado una cultura y un capital social excepcionales.

La región colombiana declarada está conformada por un área que comprende 47 municipios y 411 veredas de los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca. Por sus condiciones de localización, relieve, clima y suelos, esta región presenta un elevado número de hábitats de interés estratégico para la conservación de la diversidad biológica. Cuenta con una gran presencia de bosques nativos y corredores biológicos considerados indispensables para la conservación de la biodiversidad mundial.

Uno de los valores excepcionales evaluados por UNESCO que distinguen al PCC de otros paisajes productivos cafeteros y no cafeteros, del resto del mundo es el papel de la Federación Nacional de Cafeteros y sus Comités de Cafeteros como modelo de acción colectiva de desarrollo de capital social. El gremio cafetero colombiano es un modelo único en el mundo, que fue creado en 1927 por los mismos productores con el fin de contar con una institución que los representara y velara por sus intereses.

En el país existen seis sitios inscritos en la Lista de patrimonio mundial y seis manifestaciones en la Lista representativa de patrimonio cultural inmaterial de la humanidad.

- **Bienes inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial:**

- Puerto, Fortificaciones y Conjunto Monumental de Cartagena – 1984
- Parque Nacional Los Katíos – 1994
- Centro Histórico de Santa Cruz de Mompox – 1995
- Parque Arqueológico De San Agustín – 1995
- Parque Nacional Arqueológico de Tierra dentro – 1995
- Santuario de Fauna y Flora Malpelo – 2006

- **Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad:**

- El Carnaval de Barranquilla – 2003
- Espacio Cultural del Palenque de San Basilio – 2005
- Carnaval de Negros y Blancos – 2009
- Procesiones de Semana Santa en Popayán - 2009
- El Sistema Normativo Wayuu aplicado por el palabrero Pütchipü'üi – 2010
- Músicas de Marimba y Cantos Tradicionales del Pacífico Sur – 2010

El hecho de que el PCC haya sido incluido por la UNESCO en su lista de Patrimonio de la Humanidad significa que la región y el país obtendrán mayor reconocimiento mundial en torno al café, desarrollando elementos adicionales de diferenciación que pocos productos pueden replicar. En esencia el PCC es el primer paisaje cultural vivo y productivo declarado en torno al café.

4.2. MARCO TECNOLÓGICO

En un centro histórico no solo los visitantes pueden encontrar arte, también tecnología, ambas cosas pueden interactuar para tener en propósito en común, el de salvaguardar el legado histórico, el de enseñar, explicar, conservar conocimientos y ofrecer momentos de ocio, quienes administran los museos saben que la forma de ver y experimentar diversos acontecimientos, objetos y demás, ha cambiado, ya no tiene por qué ser solo la típica visita en silencio contemplando cada obra. Ahora los visitantes llegan con sus tablets, celulares buscando información de lo que están viendo.

Son muchos los centros históricos que hicieron o están haciendo un periodo de transición hacia lo tecnológico, buscando nuevas formas de ofrecer mejor experiencia dentro ellos y seguir siendo de esta manera atractivos.

Algunas de las tecnologías que beneficiarían al Centro de Arte y Cultura de Risaralda, que ayudarían a optimizar las necesidades de las salas y de cada exposición serían:

4.2.1. Códigos QR

Significa quick response code, que en español traduce: código de respuesta rápida, es un módulo útil para almacenar información en una matriz de puntos o un código de barras bidimensional creado en 1994 por la compañía japonesa Denso Wave, subsidiaria de Toyota. Se caracteriza por los tres cuadrados que se

encuentran en las esquinas y que permiten detectar la posición del código al lector.¹²

Para utilizarlos se debe capturar la imagen desde un PC, smartphone o Tablet para que la persona pueda acceder a la información de una obra, ver un video del autor hablando de ella y conocer otras obras relacionadas dentro y fuera del lugar, hasta es posible que los visitantes puedan contrastar fotografías antiguas de un lugar, en los espacios donde se tomaron originalmente las imágenes y que ya pueden no existir.

Probablemente muchas personas no saben cómo instalar y usar la aplicación QR pero hace parte de la labor del lugar poner a disposición aplicaciones gratuitas, compatibles con distintos dispositivos, como por ejemplo i-nigma de 3G Vision, el Centro de Arte y Cultura de Risaralda no solo pretende poner a disposición estas aplicaciones, también se tiene como propósito que el personal este en capacidad de enseñar, informar y aclarar cada duda o inquietud que tengas visitantes con respecto a cada una de las aplicaciones ofrecidas.

4.2.3. App móvil

Es una aplicación informática diseñada para ser ejecutada en teléfonos inteligentes, tablets y otros dispositivos móviles, la cual puede estar disponible en diferentes idiomas, permite al visitante planificar la visita viendo las exposiciones y su programación, así como las actividades destacadas. Contiene los planos interactivos y rutas recomendadas, además, permite a la persona comunicar información en Facebook y correo electrónico de lo que más llamo su atención, es decir la aplicación permite ofrecer información del lugar, de la visita, el edificio y la agenda.¹³

Según una encuesta realizada por GVAM (guías interactivas para museos) 2013, en museos y centros culturales de Iberoamérica: el 52% de los museos iberoamericanos planearon desarrollar una app entre 2013 y 2015. Por su parte, un 41% no lo tiene previsto y el 7% restante ya tiene una. Datos que demuestran la gran diferencia con el escenario anglosajón, pues según Museum Association: el 50% de los museos de Reino Unido ya cuentan con una aplicación para Smartphone.¹⁴

4.2.4. Realidad aumentada

Es el término que se usa para definir una visión a través de un dispositivo tecnológico, directa o indirecta, de un entorno físico del mundo real, cuyos

¹² Wikipedia. 2015. [en línea]. Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Código_QR]

¹³ Wikipedia. 2015. [en línea]. Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Aplicación_móvil].

¹⁴ GESTIONCULTURAL. [en línea]. Disponible en: [<http://www.gestioncultural.org>].

elementos se combinan con elementos virtuales para la creación de una realidad mixta en tiempo real.

La realidad aumentada de investigación explora la aplicación de imágenes generadas por ordenador en tiempo real a secuencias de vídeo como una forma de ampliar el mundo real. La investigación incluye el uso de pantallas colocadas en la cabeza, un display virtual colocado en la retina para mejorar la visualización, y la construcción de ambientes controlados a partir sensores y actuadores.

Con la realidad aumentada es posible transportar a los visitantes al pasado de una ciudad, permitiéndoles conocer la arquitectura, la apariencia de los edificios patrimoniales en aquellos tiempos o recreando y haciendo vivir hechos históricos acontecidos de una manera muy atractiva y visual.¹⁵

4.3. MARCO LEGAL

Este proyecto será realizado bajo las diversas normas que regulan el buen funcionamiento de los museos en la cual directamente está encargado el Ministerio de Cultura de la República de Colombia. Por el cual la ley general de cultura, la ley 397 de 1997 y que fue modificada por la ley 1185 del 2008 ,en lo correspondió al patrimonio cultural de la nación de naturaleza inmaterial por medio del cual se creó el Ministerio de Cultura, se hiciera referencia específica a los museos del país y sus labores. De manera que la ley 1185 del 2008 queda así, Artículo 1°. Modifíquese el artículo 4° de la Ley 397 de 1997 el cual quedará, así:

"Artículo 4°. Integración del patrimonio cultural de la Nación. El patrimonio cultural de la Nación está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y creoles, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico.

a) Objetivos de la política estatal en relación con el patrimonio cultural de la Nación. La política estatal en lo referente al patrimonio cultural de la Nación tendrá como objetivos principales la salvaguardia, protección, recuperación, conservación, sostenibilidad y divulgación del mismo, con el propósito de que sirva

¹⁵ wikipedia. 2015. [en línea]. Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Realidad_aumentada].

de testimonio de la identidad cultural nacional, tanto en el presente como en el futuro.

Para el logro de los objetivos de que trata el inciso anterior, los planes de desarrollo de las entidades territoriales y los planes de las comunidades, grupos sociales y poblacionales incorporados a estos, deberán estar armonizados en materia cultural con el Plan Decenal de Cultura y con el Plan Nacional de Desarrollo y asignarán los recursos para la salvaguardia, conservación, recuperación, protección, sostenibilidad y divulgación del patrimonio cultural;

b) Aplicación de la presente ley. Esta ley define un régimen especial de salvaguardia, protección, sostenibilidad, divulgación y estímulo para los bienes del patrimonio cultural de la Nación que sean declarados como bienes de interés cultural en el caso de bienes materiales y para las manifestaciones incluidas en la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial, conforme a los criterios de valoración y los requisitos que reglamente para todo el territorio nacional el Ministerio de Cultura.

La declaratoria de un bien material como de interés cultural, o la inclusión de una manifestación en la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial es el acto administrativo mediante el cual, previo cumplimiento del procedimiento previsto en esta ley, la autoridad nacional o las autoridades territoriales, indígenas o de los consejos comunitarios de las comunidades afrodescendientes, según sus competencias, determinan que un bien o manifestación del patrimonio cultural de la Nación queda cobijado por el Régimen Especial de Protección o de Salvaguardia previsto en la presente ley.

La declaratoria de interés cultural podrá recaer sobre un bien material en particular, o sobre una determinada colección o conjunto caso en el cual la declaratoria contendrá las medidas pertinentes para conservarlos como una unidad indivisible.

Se consideran como bienes de interés cultural de los ámbitos nacional, departamental, distrital, municipal, o de los territorios indígenas o de las comunidades negras de que trata la Ley 70 de 1993 y, en consecuencia, quedan sujetos al respectivo régimen de tales, los bienes materiales declarados como monumentos, áreas de conservación histórica, arqueológica o arquitectónica, conjuntos históricos, u otras denominaciones que, con anterioridad a la promulgación de esta ley, hayan sido objeto de tal declaratoria por las autoridades competentes, o hayan sido incorporados a los planes de ordenamiento territorial.

Así mismo, se consideran como bienes de interés cultural del ámbito nacional los bienes del patrimonio arqueológico;

c) Propiedad del Patrimonio Cultural de la Nación. Los bienes del patrimonio cultural de la Nación, así como los bienes de interés cultural pueden pertenecer, según el caso, a la Nación, a entidades públicas de cualquier orden o a personas naturales o jurídicas de derecho privado.

Los bienes que conforman el patrimonio arqueológico pertenecen a la Nación y se rigen por las normas especiales sobre la materia.

Parágrafo. Se reconoce el derecho de las iglesias y confesiones religiosas de ser propietarias del patrimonio cultural que hayan creado, adquirido con sus recursos o que estén bajo su legítima posesión. Igualmente, se protegen la naturaleza y finalidad religiosa de dichos bienes, las cuales no podrán ser obstaculizadas ni impedidas por su valor cultural.

Al tenor del artículo 15 de la Ley 133 de 1994, el Estado a través del Ministerio de Cultura, celebrará con las correspondientes iglesias y confesiones religiosas, convenios para la protección de este patrimonio y para la efectiva aplicación del Régimen Especial de Protección cuando hubieran sido declarados como de interés cultural, incluyendo las restricciones a su enajenación y exportación y las medidas para su inventario, conservación, restauración, estudio y exposición".¹⁶

En el artículo 5º, señala que la política estatal en lo referente al patrimonio cultural de la nación tendrá como objetivos principales la salvaguardia, protección, recuperación, conservación, sostenibilidad y divulgación del mismo, con el propósito de que sirva de testimonio de la identidad cultural, tanto en el presente como en el futuro.

Artículo 5º.- Objetivos de la política estatal en relación con el patrimonio cultural de la Nación. Modificado por el art. 2, Ley 1185 de 2008. La política estatal en lo referente al patrimonio cultural de la Nación, tendrá como objetivos principales la protección, la conservación, la rehabilitación y la divulgación de dicho patrimonio, con el propósito de que éste sirva de testimonio de la identidad cultural nacional, tanto en el presente como en el futuro.¹⁷

Artículo 2º. El artículo 5º de la Ley 397 de 1997 quedará, así:

"Artículo 5º. Sistema Nacional de Patrimonio Cultural de la Nación. El Sistema Nacional de Patrimonio Cultural de la Nación está constituido por el conjunto de instancias públicas del nivel nacional y territorial que ejercen competencias sobre

¹⁶ LEY 1185. Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997. 2008. Colombia. [En línea]. Disponible en: [<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=337>].

¹⁷ LEY 397. Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. 1997. Colombia. [En línea]. Disponible en: [<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=337>].

el patrimonio cultural de la Nación, por los bienes y manifestaciones del patrimonio cultural de la Nación, por los bienes de interés cultural y sus propietarios, usufructuarios a cualquier título y tenedores, por las manifestaciones incorporadas a la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial, por el conjunto de instancias y procesos de desarrollo institucional, planificación, información, y por las competencias y obligaciones públicas y de los particulares, articulados entre sí, que posibilitan la protección, salvaguardia, recuperación, conservación, sostenibilidad y divulgación del patrimonio cultural de la Nación.

Son entidades públicas del Sistema Nacional de Patrimonio Cultural de la Nación, el Ministerio de Cultura, el Instituto Colombiano de Antropología e Historia, el Archivo General de la Nación, el Instituto Caro y Cuervo, el Consejo Nacional de Patrimonio Cultural, los Consejos Departamentales y Distritales de Patrimonio Cultural y, en general, las entidades estatales que a nivel nacional y territorial desarrollen, financien, fomenten o ejecuten actividades referentes al patrimonio cultural de la Nación.

El Sistema Nacional de Patrimonio Cultural estará coordinado por el Ministerio de Cultura, para lo cual fijará las políticas generales y dictará normas técnicas y administrativas, a las que deberán sujetarse las entidades y personas que integran dicho sistema".¹⁸

4.3.1. Legislación internacional

La política de los museos debe acatar los siguientes instrumentos jurídicos internacionales que sirven de normas para la aplicación del Código de Deontología del ICOM para los Museos:

- la Convención para la Protección de los Bienes Culturales en caso de Conflicto Armado (Convención de La Haya, Primer Protocolo de 1954 y Segundo Protocolo de 1999).
- la Convención de la UNESCO sobre las Medidas que deben Adoptarse para Prohibir e Impedir la Importación, la Exportación y la Transferencia de Propiedad Ilícitas de Bienes Culturales.
- la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (Washington, 1973).
- la Convención de las Naciones Unidas sobre la Diversidad Biológica (1992);
- el Convenio de UNIDROIT sobre los bienes culturales robados o exportados ilícitamente (1995).
- la Convención de la UNESCO sobre la Protección del Patrimonio Cultural Subacuático (2001).

¹⁸ LEY 397. Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. 1997. Colombia. [En línea]. Disponible en: [<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=337>].

- la Convención de la UNESCO para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial(2003).

4.3.2. Código de deontología del ICOM para los museos

La deontología y la conducta ejemplar de los profesionales de museos son valores esenciales para el ICOM. El Código de deontología del ICOM para los museos, aprobado en 1986 y revisado en 2004 establece los valores y principios que el ICOM comparte con la comunidad museística mundial. Se puede calificar de instrumento de referencia, y ha sido traducido a 38 idiomas. Fija las normas mínimas de conducta y de práctica profesional para los museos y su personal.¹⁹

El Código de Deontología del ICOM para los Museos ha sido elaborado por el Consejo Internacional de Museos, se ajusta a la declaración de deontología profesional que figura en los Estatutos del ICOM y tiene en cuenta los principios globalmente aceptados por la comunidad museística internacional. La adhesión y el pago de la cuota anual al ICOM suponen la aceptación del Código de Deontología del ICOM para los Museos.

¹⁹ICOM. Código de deontología del ICOM para los museos. 2004. [En línea]. Disponible en: [<http://icom.museum/la-vision/codigo-de-deontologia/L/1/>].

4. PLAN DE NEGOCIOS CON ENFOQUE EN LA SOSTENIBILIDAD

5.1. RESUMEN EJECUTIVO

El Centro de Arte y Cultura de Risaralda es un proyecto innovador que propone albergar en un solo lugar bienes materiales e inmateriales que representen la diversidad de formas y variedades de expresión artística, cultural e histórica de todo el departamento.

La propuesta está basada en la necesidad de generar en Risaralda espacios que promuevan el reconocimiento de una cultura que se ha encontrado fuera del interés de su población y de sus dirigentes, aunque algunos de los aspectos que lo conforman estén expuestos en otros lugares o entidades, ninguna de ellas los recopila y trata de manera completa y detallada.

Este plan de negocios promoverá empoderamiento y sentido de pertenencia en sus habitantes, lo cual no solo será beneficioso por su aporte pedagógico sino también por su contribución al desarrollo turístico que ha crecido con fuerza en el departamento, principalmente en la ciudad de Pereira, convirtiéndose de esta manera en un componente elemental de la economía del mismo.

El Centro de Arte y Cultura de Risaralda permitirá ofrecer a la población local la posibilidad de vincularse y ser parte del proceso de crecimiento, esto será posible con la ayuda de aportes e ideas que posibiliten la creación de un espacio idóneo para la conservación de algunos bienes de interés cultural y la implementación de prácticas sostenibles.

5.2. ANALISIS TECNICO - OPERATIVO

5.2.1. Producto del centro de arte y cultura de Risaralda.

Risaralda al ser colonizado por caucanos y antioqueños desarrolla una mezcla de ambas herencias e implementa en su cultura la recopilación de algunas de las características más representativas de cada una ellas, esto no solo provoca la generación de una población con deseos, intereses y saberes diferentes, sino también la de un espacio que continua custodiando el legado patrimonial.

Igualmente el departamento ha sido testigo de diferentes acontecimientos que han marcado su historia, ha dado origen a gran cantidad de talentos, ha sido fuente de inspiración para muchos artistas, y ha sido ejemplo a seguir por su determinación para mejorar y progresar en todos los aspectos,

Lo anterior crea el deseo y la necesidad de reunir en un solo espacio algunos de los bienes de interés cultural de Risaralda y ofrecer al turista o visitante la posibilidad de aprender sobre componentes que conforman la herencia del departamento, este se crearía en un inmueble de estilo colonial antioqueño ubicado en la ciudad de Pereira, en la carrera 7 N° 23-15, lugar apropiado por ser la capital del departamento, por ser un sitio de paso obligatorio, de desarrollo en gran parte debido su proyección en el sector turístico y de conveniencia a causa del incremento en el número de turistas que llegan con intenciones de conocer.

Foto No 1: ubicación del Centro de Arte y Cultura de Risaralda.



Fuente: propia

Para hacer posible la recordación de la marca del Centro de Arte y Cultura, se decidió implementar para el logo algunas de los elementos que identifican al departamento, como fondo se encuentra una montaña que representa el paisaje que lo caracteriza, la planta simboliza su biodiversidad, la taza y los granos de café recrean su legado cultural.

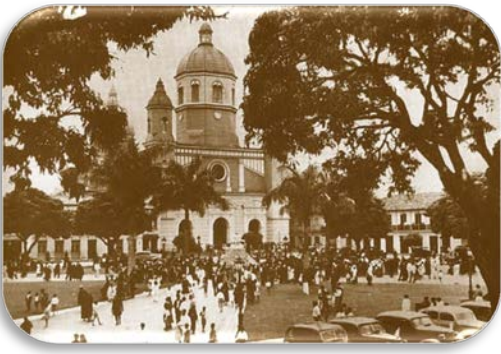
Foto No 2: logo del Centro de Arte y Cultura de Risaralda.



Fuente: propia


A continuación se presenta la descripción de manera detallada de cada una de las salas que contendrá el Centro de Arte y Cultura, las cuales aparte de albergar el legado ancestral también contendrán tecnologías que permitan ofrecer vivencias agradables a través de realidad aumentada y la aplicación de eco tecnologías que tendrán como finalidad el aporte al tema medioambiental, sumado a ello los artículos de decoración que harán parte del diseño de interiores estarán hechos con material reciclable.

Cuadro No 1: descripción y exposiciones de la sala I.

SALA 1	
	EXPOSICIONES
DESCRIPCIÓN	<p>FOTOGRAFÍAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construcción de la catedral. • Construcción del viaducto César Gaviria Trujillo. • Instalación del bolívar desnudo en el centro de Pereira. • Construcción del puente el Viaducto. • Excavaciones arqueológicas. • Implementación del ferrocarril y tranvía. • Convites. • Aeropuerto Matecaña. • Zoológico. • Construcción de la Universidad Tecnológica de Pereira. • Principales plazas. • Festividades. • Dibujos que recrean historias. • Arrieros. • Fondas. • La llegada de los servicios públicos a los municipios. • Terremoto 1962, 1999. • Llegada del jeep. • Hacienda cuba. • Siembra de café y campesinos. <p>ESCULTORES Y ARTISTAS Y DEMÁS PERSONAJES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rodrigo Arenas Betancur. • Luis Carlos González. • Jorge Roa Martínez. • Braulio Londoño. • Julio Cesar Osorio. • César Augusto Gaviria Trujillo. • Jaime Jaramillo Uribe • Eduardo López Jaramillo. • Lucy Tejada. • Padre Valencia. • Francisco Pereira. • Silvio Villegas. • Pintura, entre cuyas obras se reconocen los trabajos de Alipio Jaramillo, Gonzalo Ariza y, especialmente, de Eduardo Ramírez Castro.
<p>Se ubicaran fotografías que recopilan momentos únicos de la historia de Risaralda, además estarán los retratos y biografías de los principales escultores, artistas y demás personajes del departamento, los cuales también aportaron a su desarrollo. La sala contara al lado de cada fotográfica con códigos QR los cuales al capturarse con el dispositivo móvil se podrá ver a cada personaje hablando ya sea de su obra o a lo referente a lo expuesto de él, también los visitantes podrán contrastar las fotografías antiguas de lugares, en los espacios donde se tomaron originalmente las imágenes y que ya pueden no existir.</p>	

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 2: descripción y exposiciones de la sala II.

SALA 2	
	EXPOSICIONES
DESCRIPCIÓN	LIBROS: <ul style="list-style-type: none"> • Risaralda. Por: José Miguel Álzate. • Territorio religión y guerra. Por: Víctor Zuluaga Gómez. • Cosme Marulanda: un hombre, un pueblo. Por: Víctor Zuluaga Gómez. • Extraños en su tierra. Por: Víctor Zuluaga Gómez. • Vida pasión y muerte de los indígenas de Caldas y Risaralda. Por: Víctor Zuluaga Gómez. • Así se creó Risaralda. Por: Gonzalo Vallejo. • Los quimbayas bajo la dominación española. Por: Juan Friede. • Raíces de la industrialización en Risaralda. Por: Gilberto Cardona. • Algunas facciones políticas en Risaralda. Por: Stella Cano de Arenas. • El olvido de los silencios negros en el valle del Risaralda 1880-1973. Por: Carlos Alfonso victoria mena. • Historia de la comunidad de Quinchía-Risaralda Por: Alfredo Cardona Tabón. • Así cuentan la historia Mujeres y Memoria embera Por: Raquel. Gonzales Henao • Apía tierra de la tarde. Por: Octavio Hernández Jiménez. • Belén de Umbría antes y después de su fundación. Por: Julián Gil Bolívar y Orlando Valencia Palacio. • Monografía Belén de Umbría, 1890-1990. Por: Aldemar de Jesús Hurtado Londoño y Jairo de Jesús Quintero Castañeda
<p>Albergará recopilación de literatura que recoge temas de historia, paisaje, calle y gente del departamento.</p> <p>Exhibirá novelas que han sido inspiradas por la cultura cafetera de la cual Risaralda también hace parte.</p> <p>Esta sala será de consulta, será tipo biblioteca donde estarán ordenados todos los libros, también tendrá un espacio destinado para la lectura.</p> <p>Contará con códigos QR los cuales permitirán ver a los directores de cada novela hablando sobre las mismas.</p>	

Fuente: elaboración propia.

Cuadro No 2: (continuación).

	<ul style="list-style-type: none">• Huellas de esperanza. Por: Ciudadanía de Dosquebradas.• Monografía y estudio historiográfico de Dosquebradas: 1844-1986. Por: Guillermo Alzate Fernández.• Monografía de Marsella. Por: Célimo Zuluaga Aristizábal• Datos para la historia de Pueblo-Rico, 1891 a 1991. Por: Salvador Cruz Santana• Quinchía mestizo. Por: Alfredo Cardona Tobón.• Historias y leyendas de Santa Rosa de Cabal. Por: Jaime Fernández Botero.• Historia de Santa Rosa de Cabal. Por: Luis Enrique Valencia R.• Santa Rosa de Cabal: historia crónicas e imágenes. Publicado por: Fondo Editorial de Risaralda.• Bosques de guadua en laboratorio. Por: David Manzur Macías.• Investigaciones arqueológicas en Santuario (Risaralda). Por: Martha Cecilia Cano Echeverri y Carlos Eduardo López Castaño• Pereira. Por: Augusto Ángel Maya.• Génesis de un mito-la pereirana. Por: Víctor Zuluaga Gómez.• Historia extensa de Pereira. Por: Víctor Zuluaga Gómez.• Crónicas del viejo Pereira que era el nuevo. Por: Euclides Jaramillo Jaramillo Arando.• Historia de Pereira. Por: Luis Duque Gómez, Juan Friede y Jaime Jaramillo Uribe.• Retocando imágenes. Por: Luis Carlos Gonzalez Mejía.• Pereira: visión caleidoscópica. Por: Rigoberto Gil Montoya.
--	---

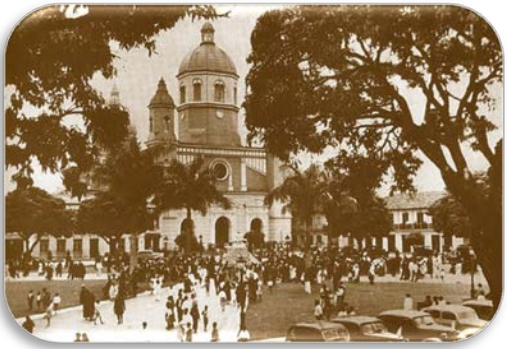
Fuente: elaboración propia.

Cuadro No 2: (continuación).

	<ul style="list-style-type: none">• Apuntes para la historia de Pereira. Por: Carlos Echeverri.• El sonido de los cántaros: crónicas de los acueductos en Pereira. Por: Gloria Inés Acevedo, Yirama Castaño Guiza.• Perspectivas históricas del desarrollo de las artes plásticas en Pereira. Por: Margarita Calle, Beatriz Amalia Mejía Millán.• Imaginario femenino y ciudad: Pereira y su evocación de mujer. Por: Olga Lucía Bedoya, Armado, Silva Téllez.• Pereira: proceso histórico de un grupo étnico colombiano. Por: Hugo Ángel Jaramillo.• Retocando imágenes: 33 crónicas del Pereira antiguo. Por: González Mejía González.• Transformaciones históricas de la vivienda en Pereira. Por: Ramón Arango.• Pereira, años 90's. Por: Oscar Arango G.• Pereira, años 80's. Por: Oscar Arango G.• Estado, Política y gremios en la creación de Risaralda. Por: Fernando Arango U. Fernando Arango V.• La gesta cívica de Pereira. Por: Hugo Ángel Jaramillo.• Pereira: Espíritu de libertad. Por: Hugo Ángel Jaramillo.• Pereira en Marcha, Año de 1953: Datos Fidedignos Ceñidos Rigurosamente a Historia de la Ciudad. Por: Jorge Montoya Velásquez. <p>NOVELAS:</p> <ul style="list-style-type: none">• Café con aroma de mujer.• Doña Bella.• Series Adiós al café. Crónica visual de Caldas e Historias, es el pintor "que ha realizado la obra más importante con temática cafetera".
--	---

Fuente: elaboración propia.

Cuadro No 3: descripción y exposiciones de la sala III.

SALA 3	
	<h4>EXPOSICIONES</h4>
<h4>DESCRIPCIÓN</h4>	
<p>Se hallará muestras a escala de la arquitectura paisa que contaran con la iluminación como una casa real, se expondrá lecturas sobre los mitos y leyendas de cada municipio, se exhibirá el vestuario, seguido del jeepao y de otros objetos que hacen parte de la cultura cafetera de la cual Risaralda también hace parte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Con el fin de recrear la vivienda de la época colonial, se construirán y exhibirán diferentes maquetas, en las que se podrá apreciar la distribución y el material que tenían tanto las casas de estilo rural como urbano. Materiales con que se realizarán: <ul style="list-style-type: none"> ○ La guadua. ○ Las tejas de barro. ○ La esterilla, tierra y estiércol de vaca. ○ Pisos en Tabla. ○ Puertas en madera y ventanas. ○ Se utiliza candado para cerrar puertas y ventanas. ○ Chambrana en madera o guadua. ○ Mucho jardín alrededor de la vivienda. ○ Beneficiador de café a un costado de la vivienda. • El jeepao representará como los caficultores transportaban abonos y cosechas por las trochas y las antiguas y difíciles vías cafeteras, facilitando enormemente a la realización de este arduo trabajo. • El vestuario se exhibirá de acuerdo con el utilizado en la época: <ul style="list-style-type: none"> ○ Mujeres: dedicadas a recolectar el café es llamada "chapolera", cuyo vestido consiste en una blusa blanca de manga larga y cuello alto, abotonada en la espalda y adornada en la parte anterior, el cuello y las mangas con franjas y letines; la falda es amplia, de tela estampada con flores pequeñas de diversos colores y con bolero en la parte inferior, delantal blanco con letines sobre la falda y alpargatas. Otra de las características es el cesto para recolectar el café y el sombrero para ocultarse del sol durante esta actividad. El cabello se adorna con flores naturales ○ Hombres: llamado "arriero", queriendo definir a quien dirige el conjunto de mulas y caballos utilizados para transportar el café, Usa pantalón de dril remangado a la rodilla, camisa estampada, pañuelo rabo de gallo amarrado al cuello, alpargatas y sombrero de fique o paño; se complementa con un poncho sobre los hombros y un machete atado a la cintura y un carriel.

Fuente: elaboración propia.

Cuadro No 4: descripción y exposiciones de la sala IIII.

SALA 4	
	EXPOSICIONES
DESCRIPCION	<p>TIPOS DE CAFÉ QUE SERÁN EXHIBIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tabi: es una variedad de grano grande, tiene una excelente calidad y es ideal para obtención de cafés especiales. • Borbón y Caturra: el café Caturra, introducido a Colombia en 1952, ha alcanzado popularidad debido a sus altas producciones y tamaño reducido del arbusto. Este tipo de café es una mutación de la variedad Borbón. El posible origen de esta variedad es el estado de Minas Gerais, Brasil. Sus características: los entrenudos son más cortos que los de las variedades Típica y Borbón, lo cual se refleja en la reducción del tamaño. Aunque las producciones individuales son un poco menores que las de la variedad Borbón seleccionada y de la misma edad, la producción por unidad de área podrá ser mayor, ya que el Caturra tiene la ventaja de poder sembrarse a menor distancia. Por lo tanto el café Caturra tendrá utilidad siempre que se desee la mayor producción por área y no por 1000 cafetos. • Variedad Colombia o Castilla: para obtener esta variedad se utilizaron como progenitores la variedad Caturra y el Híbrido de Timor, recursos genéticos ampliamente conocidos y empleados en el programa de mejoramiento que adelanta CENICAFÉ para la obtención de variedades compuestas con resistencia a la roya del cafeto. Tiene atributos de alta producción, excelente calidad de la bebida, amplia adaptación y buenas características de las semillas. Esta variedad es altamente susceptible a la roya del cafeto y a la enfermedad de las cerezas, hongos patógenos que limitan la producción y afectan notablemente su calidad. • Café arábica: originaria de Abyssinia, actualmente Etiopia, la arábica es una de las especies la más antigua. Crece en mesetas o en montañas dentro de las regiones situadas entre los 700 y 2,000 metros, dentro de las zonas intertropicales, es particularmente sensible a las enfermedades (roña del café). <p>La arábica representa los $\frac{3}{4}$ de la producción mundial. Es un café apreciado por sus calidades aromáticas y por la finesa de su sabor.</p>
<p>Estará diseñada por secciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primero: habrá muestras y estarán exhibidos los diferentes tipos de cafés que se cultivan en Colombia. • Segundo: cuadros y pinturas alusivas al café. • Tercero: se contará por medio de videos la historia del café. • Cuarto: se exhibirá la maquinaria que ha sido utilizada para realizar el proceso del café, junto con esculturas en movimiento que recrearán el trabajo de los campesinos. 	


Fuente: elaboración propia.

Cuadro No 4: (continuación).

	<p>PROCESO DEL CAFÉ:</p> <p>Será recreado por esculturas de campesinos en movimiento, cada escultura estará realizando cada paso del proceso. Sus medidas serán de 1. 50 metros.</p> <p>Ejemplo de lo que se explicara:</p> <ul style="list-style-type: none">• Recolección de café cereza: en esta etapa se cosechan únicamente los granos que alcanzan el estado de madurez completa, normalmente de color rojo o amarillo, ya que los verdes dañan el sabor de la taza de un café. Todo este proceso se desarrolla de forma manual.• Despulpado: el mismo día de la recolección, los granos de café se despulpan, retirando la cereza del grano.• Fermentación: en esta parte del proceso, los granos permanecen en reposo.• Lavado: con agua limpia se retiran los restos de mucilago que quedan en el grano y se eliminan los azúcares.• Secada: después de lavar, se exponen los granos al calor del sol para que el grado de humedad disminuya, facilitando su conservación. El grano seco se empaca en sacos limpios hechos en fique facilitando su traslado. Más adelante, se retira la cáscara que cubre el grano, llamada pergamino.• Tostado: el proceso finaliza con el tostado de café, cuando el grano verde es sometido a una fuente de calor, generando el delicioso aroma y sabor.
--	--

Fuente: elaboración propia.

Cuadro No 5: descripción y exposiciones de la cocina.

COCINA	
	EXPOSICIONES
DESCRIPCION	<p>Las típicas familias cafeteras Vivian en casas construidas en tapia y sus cocinas estaban conformadas por un fogón en la cual se clavaban cuatro guaduas más o menos de 30 a 40 cm de alto y encima se montaba una lata y se llenaba de tierra, luego se ponía la leña para encender; en la parte superior del fogón se había una varilla o guadua la cual se encarga de sostener mediante una cadena una olla de barro o esmalte para preparar los alimentos con el fuego que se produce en la parte inferior.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los platos, ollas, cucharas y chocolateras eran de esmalte o barro. • Se utilizaba un pilón de piedra o en algunos casos de madera para triturar el maíz y preparar algunos alimentos. <p>LAS COMIDAS MÁS TRADICIONALES DE LA ÉPOCA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Frijoles con coles (granos). • Sancocho. • Mazamorra. • Arepa. • Tamal. • Plátano asado. • Chocolate. • Agua panela. • Sudado de gallina. • Buñuelos de yuca. • Torta de maíz curado. • Fiambre. • Carne en rollo.
<p>Se recreará el fogón de leña, la bajilla, el mobiliario y demás elementos pertenecientes a la cocina de la época colonial, además se exhibirá muestras en plástico de la comida tradicional de la región, todo lo anterior tendrá su respectiva información, es decir, al lado de cada componente se implementará un mecanismo que al darse vuelta permitirá dar la información correspondiente.</p>	


Fuente: elaboración propia.

Cuadro No 6: descripción y exposiciones de la habitación.

HABITACIÓN	
	EXPOSICIONES
DESCRIPCION	<ul style="list-style-type: none"> • HABITACIÓN CONFORMADA POR : <ul style="list-style-type: none"> ○ Esteras de inea o penca de banano las cuales formaban tipo colchón para dormir. ○ Taburetes de madera con cuero de vaca o novillo. ○ La plancha de carbón. ○ Lámpara caperuza. ○ Radio antiguo. • LAS LABORES SE REPRESENTARAN DANDO A CONOCER LO SIGUIENTE: <ul style="list-style-type: none"> ○ El día empezaba tipo 4 am, se alimentaban los animales de la finca como los marranos, gallina y vacas. ○ Luego se preparaba el desayuno que estaba conformado principalmente por calentado de frijoles, ahogado, arepa. ○ Tipo de 10:00 am el garitero o el encargado de llevar la bogadera empieza a llamar los recolectores del café a tomar limonada si el día esta cálido, o café si el día esta frio, aquí los trabajadores se dan un pequeño descanso. ○ A las 12am los trabajadores llegan al banquete frente a la cocina con manta de plástico y muchos colores almorzar y este está conformado por un plato hondo que contiene caldo sustancioso que tiene yuca, plátano, papa y una presa de carne gorda y como seco arroz con tajadas de plátano maduro y un tazón de agua panela. ○ Tipo 5:00pm de la tarde los trabajadores salen de los cafetales toman tinto y se dirigen a sus casas con el fin de descansar.
<p>La ambientación estará conformada por muebles y enseres típicos de la época colonial.</p>	


Fuente: elaboración propia.

Cuadro No 7: descripción y exposiciones de la sala múltiple.

SALA MULTIPLE	
	EXPOSICIONES
DESCRIPCION	<p>La implementación de tecnología que genere realidad aumentada permitirá dar a conocer lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconstrucción de espacios en ruinas y recreación de aquellos lugares que una vez existieron. • Recreación de bailes típicos pertenecientes a la región andina: <ul style="list-style-type: none"> ○ Bambuco. ○ Torbellino. ○ Guabina. ○ Pasillo. ○ Bunde. ○ Sanjuanero • Recreación del campesino interactuando con los visitantes y realizando las siguientes labores: <ul style="list-style-type: none"> ○ Cosechando el café ○ Manejando el jeppao por las montañas. ○ Desyerbando. ○ Arriando vacas. ○ Campesinos en las fondas. • Revivir hechos históricos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Evolución del departamento hasta llegar a la actualidad. ○ El paso de los arrieros por toda la región. ○ La llegada del ferrocarril y el tranvía.
<p>Contará con realidad aumentada en la que se proyectara imágenes con movimiento en tiempo real, de esta manera será posible transportar a los visitantes al pasado de la región, permitiéndoles conocer la arquitectura, la apariencia de los edificios patrimoniales en aquellos tiempos, se recreara bailes típicos, al campesino interactuando con los visitantes, recogiendo el café y se hará vivir hechos históricos acontecidos de una manera muy atractiva y visual.</p> <p>La sala múltiple será de igual manera un espacio destinado a la exposición de muestras temporales de diversos contenidos, conferencias, seminarios y talleres.</p>	

Fuente: elaboración propia.

Cuadro No 8: descripción y exposiciones de la sala de lectura.

SALA DE LECTURA	
	EXPOSICIONES
DESCRIPCION	<ul style="list-style-type: none"> • En este espacio se recopilaran libros, poemas, artículos y demás documentos de escritores regionales que quieran dar a conocer sus logros, también se programaran actividades como foros de lecturas para todas las edades, tertulias, juegos y demás actividades. • Música, manifestación en la que se han compuesto piezas populares y cultas inspiradas en el café. En el grupo de piezas populares pueden citarse los bambucos Cafetal y Campesina chapolera, de Luis Carlos González; Sangre de café, de Carlos Botero; el pasillo Flores de café, de Ramón Jaramillo; Mi cafetal, de Crescencio Salcedo, y El cafetal, de Gonzalo Vergara. Entre la música culta sobresale la Sinfonía del café, de Fabio González Zuleta.
<p>Área destinada a la recopilación y muestra de una excelente cantidad de literatura de escritores regionales para todas las edades; materiales documentales, historia y recreación; videos, juegos y música. Se programara además actividades y talleres para personas de todas las edades con el fin de promover una cultura lectora y amante de la identidad cafetera.</p>	

Fuente: elaboración propia.

5.2.2. Perfil y criterios mínimos de contratación para cargos estratégicos

Debido al aumento de turistas y visitantes exigentes y selectivos se crea la necesidad de implementar un buen servicio que tenga en cuenta estándares de calidad, lo que requiere una rigurosa búsqueda de selección de personal que ofrezca a la asociación un talento humano con capacidad para rendir en los procesos de gestión, lo que implica la contratación de aquellas personas con un nivel mínimo de formación académica, con las habilidades y cualidades necesarias para cumplir con determinadas responsabilidades, como se muestra a continuación:

- **Cargo:** administrador
- **Número de personas que desempeñan el cargo:** 1
- **Salario + auxilio transporte:** \$ 1.000.000
- **Perfil:** debe ser una persona con habilidad en administrar y ejecutar eficazmente el proceso administrativo: la habilidad técnica, la humana y la conceptual.
- **Habilidades:** Habilidad para comprender las complejidades de la organización, capacidad para poner en práctica conocimientos, métodos y técnicas, y discernimiento para trabajar con personas, comprender sus actitudes y motivaciones aplicando un liderazgo eficaz. .
- **Cualidades:** liderazgo, paciente, responsable y respetuoso.
- **Responsabilidades:** generar motivación, contratar personal en relación de dependencia, liquidar remuneraciones y cargas sociales, solucionar problemas y orientar la empresa, pagar impuestos, tasas y contribuciones, etc.

- **Cargo:** cuentero
- **Número de personas que desempeñan el cargo:** 1
- **Salario:** x hora \$ 20.000
- **Perfil:** persona con habilidad narradora y artística, con capacidad de cautivar la atención del visitante de manera divertida y dejándoles una enseñanza.
- **Habilidades:** capacidad de cautivar la atención tono de voz alto, trabajo en equipo, iniciativa de líder y fluidez verbal.

- **Cualidades:** alegre, paciente, respetuoso, líder y amable
- **Responsabilidades:** llamar la atención del visitante, conocer perfectamente e los tema que se va a hablar y conocer la historia del departamento.
- **Cargo:** guía
- **Número de personas que desempeñan el cargo:** 2
- **Salario + auxilio transporte:** \$800.000
- **Perfil:** persona con buena presentación, conocimientos en el tema, debe saber de datos históricos y de la cultura regional.
- **Habilidades:** Capacidad de cautivar la atención con un tono de voz alto, trabajo en equipo, iniciativa de líder y habilidad para supervisar
- **Cualidades:** paciente, amable, responsable, líder, honesto, puntual y con habilidad para desenvolverse en público.
- **Responsabilidades:** dirigir y orientar al turista durante el recorrido, coordinar los servicios que se le prestan al turista y debe conocer la historia de la región.
- **Cargo:** mantenimiento general
- **Número de personas:** 1
- **Salario + auxilio transporte:** \$718.350
- **Perfil:** el personal que tenga este cargo debe de ser muy activo, ágil, creativo, responsable y con capacidad de cumplir con todos sus labores.
- **Habilidades:** capacidad de trabajar con presión y en grupo, ágil, con habilidad para realizar todas las reparaciones del centro, conocimiento en electricidad, jardinería y oficios varios.
- **Cualidades:** responsabilidad, honestidad, puntualidad, honradez, respeto, tolerancia y eficiencia.

- **Responsabilidades:** estar pendiente de la limpieza de las diversas áreas del centro, reparar los daños que se encuentren en el centro y mantener el jardín en excelentes condiciones.

- **Cargo:** vigilancia

- **Número de personas:** 1

- **Salario + auxilio transporte:** \$ 718.350

- **Perfil:** mostrará en todo momento un porte correcto, atenderá el público en forma respetuosa y a la vez con firmeza cumplir y hacer cumplir sin excepción las normas y disposiciones de seguridad.

- **Habilidades:** líder, con plena concentración en la seguridad del centro, manejo de armas y con buena condición física.

- **Cualidades:** agilidad, respeto, firmeza, seguridad y dedicación.

- **Responsabilidades:** efectuar rondas a todo lo largo del área de seguridad, dar aviso a los bomberos y policía cuando sea necesario, cumplir el turno de trabajo completo, y tocar la alarma o sirena en caso de asalto o incendio.

- **Cargo:** contador

- **Número de personas:** 1

- **Perfil:** conocimiento en Normas Internacionales y amplia experiencia en Impuestos de Entidades sin Ánimo de Lucro y preferiblemente del sector Educativo, conocimiento en Legislación Tributaria vigente. Preferiblemente francófono, alta tolerancia a trabajar bajo presión, capacidad para trabajar en equipo.

- **Habilidades:** planificar, coordinar, elaborar estados financieros mensuales con información oportuna y verídica, verificar y depurar cuentas contables.

- **Cualidades:** honesto, responsable, respetuoso, hábil e innovador.

- **Responsabilidades:** revisar y comparar gastos mensuales, cuando sea necesario debe digitar la información contable, preparar los pagos de servicios públicos y nómina, revisar y firmar conciliaciones bancarias y de tarjeta de crédito.

- **Cargo:** curador
- **Número de personas que desempeñan el cargo:** 1
- **Salario + auxilio transporte:** \$800.000
- **Perfil:** el curador o la curadora debe ser una persona con amplio conocimiento, ordenada y con capacidad de realizar sus labores, con disponibilidad y voluntad para trabajar por su cuenta.
- **Habilidades:** capacidad de cautivar la atención tono de voz alto, iniciativa de líder y habilidad para supervisar.
- **Cualidades:** paciente, amable, responsable, líder, honesto, puntual y con buena presencia.
- **Responsabilidades:** elegir temas a exponer, transmitir conocimientos al público, conocer la finalidad educativa de las exposiciones, investigar la procedencia e historia de las piezas que se exhiben, distribuir y organizar como y cuales piezas se expondrán.

- **Cargo:** técnico comercial
- **Número de personas que desempeñan el cargo:** 1
- **Salario:** 900.000
- **Perfil:** persona proactiva, honesta y respetuosa con la capacidad de establecer relaciones con los clientes y atraer nuevos, el técnico debe realizar determinadas actividades comerciales dentro de la empresa.
- **Habilidades:** capacidad de cautivar la atención con un tono de voz alto, iniciativa de líder y habilidad para supervisar.
- **Cualidades:** paciente, amable, responsable, líder, honesto, puntual y con buena presencia.
- **Responsabilidades:** realizar ventas y convenios, persuadir y dar a conocer la misión, visión y objetivos del Centro de Arte y Cultura de Risaralda.

5.3. MODULO DE MERCADOS

5.3.1. Análisis del mercado

El estudio de mercados realizado para el Centro de arte y Cultura de Risaralda es el siguiente:

5.3.1.1. Mercado potencial

El mercado potencial esta segmentado en dos grupos específicos: turistas y estudiantes, personas que tienen como habito de ocio leer, que pasan poco tiempo en casa, quienes acuden a menudo a museos, exposiciones culturales y les gusta conocer de historia, diferentes formas de expresión y de otras civilizaciones existentes. Según un estudio realizado por PROEXPORT, los turistas que visitan al departamento son personas jóvenes: un 66% de los turistas son menores a 40 años, destacándose particularmente el rango de personas entre 31 y 40 años (un 34% del total).²⁰

5.3.1.1.2. El entorno

Al analizar el entorno del turismo cultural en Risaralda es claro que no se cuenta con una amplia oferta de lugares de interés y salvaguardia de los bienes culturales, lo anterior lo respalda el hecho de que actualmente existen cuatro museos los cuales fueron abiertos en el siguiente orden de tiempo: museo arqueológico Eliseo Bolívar 1.942, museo de arte de Pereira 1.996, casa de la cultura 1.999 y Consotá en el año 2.012, aunque todos ellos son colaboradores del fomento a la enseñanza y recolección del legado ancestral, ninguno abarca los temas que el Centro de Arte y Cultura quiere recopilar y exponer, aparte de ello no cuentan con los demás aspectos tecnológicos, ambientales y sostenibles que se tiene incluidos como valor agregado en este plan de negocios.

5.3.1.1.3. Análisis de la competencia

Con el objetivo de identificar la competencia del Centro de Arte y Cultura de Risaralda se realiza un recorrido por los diferentes museos de Colombia y el departamento los cuales se encargan de conservar, estudiar y exponer objetos, además de aquellos lugares que se dedican a enseñar algunas de las formas de vida que existen en un determinado lugar.

²⁰ PROEXPORT. 2009. [en línea]. Disponible en: [antiguo.proexport.com.co].

5.3.1.1.3.1. Oferta de museos a nivel nacional

Cuadro No 9: museos con ubicación urbana.

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	# DE SALAS	TARIFAS
CENTRO CULTURAL DE SANTIAGO DE CALI	<p>Aunque su estilo arquitectónico es moderno, se trató de mostrar una mezcla inteligente de la ciudadela mudéjar con castillo medieval que rescata conceptos hispánicos como los aleros de las aceras para la protección solar de los transeúntes, los balcones del segundo piso y los espacios abiertos hacia el interior, los cuales son utilizados actualmente</p> <p>➤ Carrera 5ª No. 6-05 Cali.</p>	4 SALAS	ENTRDA GRATUITA
MUSEO DEPARTAMENTAL DE CIENCIAS NATURALES, CALI	<p>Sus objetivos principales son conservar los recursos naturales y sociales a través de su investigación y enseñanza, servir como centro de apoyo a la comunidad escolar en las áreas de ciencias naturales y sociales con respecto al cuidado de la naturaleza y recuperación del medio ambiente, brindar un espacio de interés científico y natural al turismo nacional</p> <p>➤ Roosevelt # 24-80 Cali, Valle Del Cauca.</p>	3 SALAS	3.000- 5.000
MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA, BOGOTA	<p>Es el más antiguo museo de Colombia. Su acervo se divide en cuatro colecciones: arte, historia, arqueología y etnografía. Su colección de arte colombiano, latinoamericano y europeo incluye pinturas, dibujos, grabados, esculturas, instalaciones y artes decorativas desde el período colonial hasta la actualidad.</p> <p>➤ Dirección: 28-66, Carrera 7, Bogotá, Bogotá, D.C.</p>	4 COLECCIONES	3.000
MUSEO DEL ORO, BOGOTA	<p>El Museo del Oro guarda una de las colecciones metalúrgicas prehispánicas más importantes del mundo. Acá se encuentran piezas orfebres, metálicas y cerámicas de las culturas indígenas del país. Dentro de la colección se encuentran la Balsa Muisca y el Poporo Quimbaya, símbolos del museo.</p> <p>➤ Dirección: Calle 16 # 588, Bogotá, Colombia.</p>	5 SALAS	3.000

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 9: (continuación).

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	# DE SALAS	TARIFAS
MUSEO DE BOTERO, BOGOTA	<p>Con una colección de obras de Renoir, Dalí, Chagall, Picasso, Miró y otros grandes nombres del arte de los siglos XIX y XX, la donación del Maestro Fernando Botero, de quien también hay 123 obras, es una de las colecciones de arte más importante del país.</p> <p>➤ Carrera 52 # 52 – 43, en la zona Centro de Medellín, cerca al Parque Berrío.</p>	4 SALAS	ENTRADA GRATUITA
QUINTA DE BOLIVAR, BOGOTA	<p>Esta casa fue la vivienda ocasional del Libertador Simón Bolívar en Colombia, allí también se organizaban fiestas y eventos especiales junto con Manuelita Sáenz. Actualmente conserva elementos personales del Libertador y objetos propios de la época.</p> <p>➤ Calle 20 # 1E-91, Bogotá, Cundinamarca.</p>	11 ESPACIOS	3.000-2.000-1.000
MALOKA	<p>Maloka es un museo interactivo, donde el público de todas las edades puede aprender de ciencia mientras juega y experimenta. Además de la exhibición permanente tiene un cine domo para proyección de películas de 70 mm. y dos salas de cine digital 3D.</p> <p>➤ Sauzalito, Bogotá, Bogotá, D.C</p>	6 PASAPOTES	7.500-8.500-10.000-10.500-12.000-19.500
MUSEO DE ARTE MODERNO DE BOGOTA	<p>En un edificio diseñado por Rogelio Salmona, el MAMBO tiene como función la de mostrar y difundir el arte moderno y contemporáneo. En sus instalaciones también está la sala de cine Los Acevedo que presenta ciclos de cine arte y películas no comerciales.</p> <p>➤ Calle 24 N. 6 – 00 Bogotá, Colombia</p>	6 SALAS DE EXPOSICION	2.000- 4.000
CENTRO HISTORICO DE BOGOTA	<p>En el centro de Bogotá está La Candelaria, allí se desarrolló la vida de la ciudad desde su fundación en el Siglo XVI. La Candelaria es uno de los centros históricos mejor preservados de Latinoamérica y es imán de poetas, artistas, viajeros y curiosos que quieren descubrir la magia de este hermoso lugar.</p> <p>➤ La Candelaria, localidad número 17 del Distrito Capital de Bogotá. Se encuentra en el centro oriente de la ciudad.</p>	7 SALAS	ENTRADA GRATUITA

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 9: (continuación).

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	# DE SALAS	TARIFAS
MUSEO PEDRO NEL GOMEZ	<p>Acá podrás visitar toda la obra del artista Pedro Nel Gómez, uno de los artistas más influyentes del siglo XX en Colombia. La Casa Museo tiene casi 200 metros y se dice, es considerada la segunda colección de arte más importante del patrimonio de Antioquia.</p> <p>Cuenta con la Biblioteca Giuliana Scalaberni y hay una sala de cine para proyecciones independientes.</p> <p>➤ Carrera 51 B N° 84 - 24, barrio Aranjuez, Medellín.</p>	4 SALAS DE EXPOSICIONES	ENTRADA GRATUITA
MUSEO MODERNO DE ARTE DE MEDELLIN	<p>Es un museo localizado en la ciudad colombiana Medellín, capital del departamento de Antioquia, dedicado a la investigación, conservación y divulgación en los campos del arte moderno y contemporáneo, así como al desarrollo cultural de la ciudad.</p> <p>➤ Carrera 44 # 19A-100, Medellín, Antioquia.</p>	4 SALAS DE EXPOSICION	ENTRADA GRATUITA
MUSEO ANTIOQUIA	<p>Es el museo más importante de Medellín, y uno de los más conocidos de Colombia. Fue el primero fundado en el departamento de Antioquia, el segundo en el país. Sus colecciones reposan en pleno centro de Medellín, frente a la plaza Botero, cerca de la Estación Parque Berrío del metro.</p> <p>Las primeras colecciones se conformaron con objetos de valor histórico, artístico y bibliográfico</p> <p>➤ Carrera 52 # 52 – 43, en la zona Centro de Medellín, cerca al Parque Berrío.</p>	4 SALAS DE EXPOSICIONES	10.000 PARA ESTRATOS 4,5,6 Y GRATUITA PARA ESTRATOS 1,2,3
MUSEO ARQUEOLÓGICO DEL HUILA	<p>Tipo de Colección: Está conformada por vestigios precolombinos representados por Cerámica, Artefactos Líticos, Estatuaria, Orfebrería, Restos óseos, y Petroglifos que representan los periodos de desarrollo de las Culturas Aborígenes del sur del alto Magdalena como es San Agustín, La Argentina, Neiva y Santana al norte del Municipio de Colombia. Espacio de encuentro, convivencia y de comunicación con las Culturas Prehispánicas.</p> <p>➤ Carrera 5 # 21 - 81 Centro Cultural y de convenciones "José Eustasio Rivera", segundo piso.</p>	12 SALAS	20.000

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 9: (continuación).

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	# DE SALAS	TARIFAS
MUSEO ETNOGRAFICO DEL HOMBRE AMAZONICO	<p>El Museo Etnográfico del Banco de la República cuenta con una sala principal en la cual se exhibe su colección etnográfica permanente y un recorrido por los corredores, salones y jardines del Área Cultural, en donde se encuentran paneles informativos sobre la historia del medio ambiente y poblamiento de la región amazónica, así como exhibiciones de máscaras y otras piezas etnográficas de las culturas que viven en el Amazonas colombiano del presente.</p> <p>Hace parte también del Museo, una huerta de plantas medicinales y sagradas, que tiene como fin la enseñanza de temas relacionados con etnobotánica y el conocimiento indígena de la naturaleza.</p> <p>➤ Carrera 11 # 9-43, Leticia, Amazonas.</p>	5 SALAS	ENTRADA GRATUITA
PARQUE SANTANDER Y ORELLANA	<p>Cuenta dentro de sus atractivos, con una concha acústica donde se llevan a cabo los eventos más importantes del departamento, como desfiles de muñecos de año viejo, ferias artesanales, muestras gastronómicas, entre otros. Al recorrer el parque usted podrá adquirir desde productos típicos de la región entre los que se cuentan hamacas y mosquiteros, hasta libros en español, portugués e inglés.</p> <p>➤ Centro de Leticia.</p>	2 SALAS	
MUSEO OMAR RAYO	<p>Se caracteriza porque en su Programación cultural que será llevada a cabo en el Museo Rayo en el transcurso del año: recitales poéticos, conciertos, obras de teatro, conferencias, danzas, talleres de formación artística, entre muchas obras creadas por él.</p> <p>➤ Calle 8 No. 8-53 – Roldanillo, Valle (a 148 Kms de Cali.)</p>	6 SALAS DE EXIBICION	2.000-3.000-5.000
MUSEO DEL SOL	<p>Las salas de exposición se encuentran en un bloque compuesto por un edificio central, de dos pisos, conectado a dos alas de un piso.</p> <p>En una de las salas del bloque principal se encuentra la tumba del artista Eginhard Menghius, quien dedicó las últimas décadas de su vida al servicio de la etnografía colombiana.</p> <p>➤ Calle 9 N 6-45.</p>	24 SALAS	1.500-3.000

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 9: (continuación).

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	# DE SALAS	TARIFAS
MUSEO HISTÓRICO Y PALACIO DE LA INQUISICION	<p>El Museo Histórico de Cartagena de Indias fue fundado en 1924. Actualmente es un centro cultural dedicado a mostrar a propios y visitantes la historia de la ciudad, la conservación de la memoria local y a la gestión del patrimonio bajo su custodia desde los ámbitos de la conservación, investigación y divulgación.</p> <p>El Museo funciona en el Palacio de la Inquisición, Ubicado frente a la Plaza de Bolívar, y es una casa construida en el siglo XVIII para el funcionamiento del Tribunal del Santo Oficio de la Inquisición, característica esencial que lo convierte en uno de los más importantes hitos urbanos locales.</p> <p>➤ Centro Calle 34 N° 3 -11 Plaza de Bolívar, Cartagena de Indias.</p>	24 SALAS	ENTRADA GRATUITA
MUSEO DE ORO DE CARTAGENA	<p>Abre sus puertas en Cartagena de Indias con una Colección de oro y cerámica pertenecientes a las principales culturas precolombinas. Fue remodelado por primera vez el 20 de julio de 1984 convirtiéndose así en un museo regional de la cultura Zenú. Está ubicado en la ciudad amurallada en la plaza de bolívar. Dentro del contenido principal de los salones del museo están las más importantes manifestaciones culturales de la cultura indígena Zenú.</p> <p>➤ Carrera 4, Cartagena, Bolívar, Colombia.</p>	6 SALAS	3.000
MUSEO NAVAL DE CARTAGENA	<p>Se trata de un edificio histórico de mediados del siglo XVIII, el antiguo Cuartel de Presidarios y Esclavos, obra del ingeniero militar Mateo Vodopich. Desde su construcción en 1786 ha pasado por diferentes usos como Centro Penitenciario del Estado (1824), Presidio (1910) o tras la Guerra Civil como Cuartel de Instrucción de Marinería (CIM). Tras el convenio firmado por el Ministerio de Defensa, la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y la Universidad Politécnica de Cartagena (2005) se establece el uso compartido entre Universidad y Museo Naval. El espacio destinado al Museo se ubica en la mitad sur de la planta baja del edificio.</p> <p>➤ Centro, Cartagena, Bolivar.</p>	12 SALAS	ENTRADA GRATUITA , DONACION VOLUNTARIA

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 9: (continuación).

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	# DE SALAS	TARIFAS
MUSEO DE ARTE MODERNO DE CARTAGENA	<p>Administrativamente el Museo de Arte Moderno de Cartagena es una corporación mixta dedicada a conservar y divulgar las diversas manifestaciones de las artes visuales y educar a la comunidad para su completa apreciación.</p> <p>El Museo de Arte Moderno de Cartagena de Indias posee una colección de arte que se inició mediante una donación de la OEA, sobre pintura latinoamericana de los 50's, la cual se ha ido ampliando y se exhibe permanentemente en la Sala 1. También incluye en su programación exhibiciones individuales, colectivas y una programación continua de actividades de apoyo.</p> <p>➤ Centro, Cartagena, Bolivar.</p>	4 SALAS	ENTRADA LIBRE
MUSEO NAVAL DE SAN FERNANDO	<p>Es una institución pública que tiene como objetivo difundir la historia de la presencia de la Armada Española en San Fernando (Cadiz). El museo es propiedad del Ministerio de Defensa.</p> <p>➤ Población Militar de San Carlos, en San Fernando, Edificio de Carlos III.</p>	21 SALAS	ENTRADA GRATUITA
MUSEO DEL ORO QUIMBAYA, QUINDIO	<p>En esta construcción que recrea el espacio para conservar y difundir el legado precolombino Quimbaya, el lenguaje arquitectónico sintetiza el paso de una cultura a otra, y ofrece un lugar de esparcimiento y solaz espiritual para usuarios y visitantes.</p> <p>➤ Avenida Bolívar # 40 Norte - 80 (Armenia)</p>	6 ESPACIOS	ENTRADA GRATUITA
MUSEO DE ORO DE MANIZALES	<p>Se centra en la orfebrería de la cultural Quimbaya, que se asentó en la región durante los siglos VI y IX. Los objetos quimbayas se caracterizan por el naturalismo de las figuras humanas, la sencillez geométrica de recipientes y adornos corporales y por el fino acabado de las superficies.</p> <p>➤ Banco de La República, Carrera 23 Calle 23 piso 2</p>	6 SALAS	3.000

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 9: (continuación).

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	# DE SALAS	TARIFAS
MUSEO ARTES DE CALDAS	<p>Se trata de la muestra de pinturas, esculturas, tallas en madera, fotografías, impresiones digitales, ensamblajes, videos y grafitis, entre otras</p> <p>➤ Ubicada en el centro cultural y de convenciones teatro los fundadores.</p>	4 SALAS	3.000
MUSEO INTERACTIVO DE CIENCIA Y JUEGO, MANIZALES	<p>El Museo Interactivo de la Ciencia y el Juego Samoga buscan generar un instrumento para la apropiación social del territorio y la construcción de la identidad cultural 'cal densidad', a partir del potencial natural y cultural del departamento. La idea es avanzar desde un museo de segunda generación a uno de tercera, lo que supone pasar de objetos para interactuar a propuestas y elementos con cuyo contenido se pueda generar nuevo conocimiento.</p> <p>➤ Campus Palo grande de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. (Avenida Paralela, frente al Estadio)</p>	3 SALAS	3.000

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 10: museos con ubicación rural.

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	# DE SALAS	TARIFAS
CASA DE SANTANDER	<p>Es el lugar donde vivió sus primeros 13 años, el héroe de Santander francisco de Paula Santander Hoy en día es un museo donde se pueden encontrar gran parte de sus pertenencias como el uniforme, algunas espadas, entre otras cosas.</p> <p>➤ Rural: Municipio de Villa del Rosario, en el Km. 8 de la Autopista Internacional hacia Venezuela.</p>	6 SALAS	3.000- 5.000
QUINTA DE SAN PEDRO ALEJANDRINA	<p>Es uno de los atractivos históricos más importantes de Colombia y América Latina. Se fundó en el siglo XVII y estuvo dedicada al cultivo de caña de azúcar. Actualmente este recinto es considerado como Altar a la Patria, ya que se convierte en la última morada del El Libertador Simón Bolívar. Hoy este lugar es símbolo de la unidad de los países bolivarianos y epicentro de la historia y la cultura.</p> <p>➤ Rural: Av. del Libertador, sector San Pedro Alejandrino, Santa Marta, Magdalena.</p>	13 SALAS	ENTRADA GRATUITA

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 10: (continuación).

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	# DE SALAS	TARIFAS
ACUARIO Y MUSEO DEL MAR DE RODADERO	<p>Con más de 40 años de funcionamiento, este atractivo turístico atrae a sus visitantes con una exhibición de fauna marina compuesta por piscinas construidas en el mar, acuarios de vidrio y un museo. Un lugar ideal para interactuar con los animales, conocer la historia de las piezas arqueológicas, y disfrutar de las especies marinas.</p> <p>➤ Rural: Carrera 1 # 7-69, Santa Marta, Magdalena.</p>	13 ESTANQUES Y 15 ACUARIOS	10.000
TAYRONA	<p>Es el epicentro cultural e histórico de la cultura tayrona. Conserva las terrazas restauradas donde los indígenas tayrona construían sus viviendas hacia el año de 1650 aproximadamente, contiene piezas originales y una exuberante naturaleza. En la actualidad es un sitio muy importante para los Koguis porque consagra las tradiciones de esta cultura.</p> <p>➤ Rural: kilómetro 58 vía Riohacha, hay que subir 15 minutos en lancha por el río Don Diego</p>	PAQUETES	DEPENDE EL PAQUETE Y EL OPERADOR
MUSEO DEL CARIBE	<p>Es el primer museo regional del país, su tema central es el Caribe colombiano ofreciéndoles a sus visitantes un espacio para el fortalecimiento de la identidad. Este complejo cultural y educativo presenta las manifestaciones culturales y la memoria histórica de sus pobladores a través de 6 salas en las cuales hace énfasis en la doble pertenencia de la región, tanto a Colombia como a la cuenca del Gran Caribe</p> <p>➤ Rural: Calle 36 # 46 - 66, Barranquilla (Distrito Especial, Industrial Y Portuario), Atlántico.</p>	6 SALAS	11.000-5.000-6.000
TEATRO AMIRA DE LA ROSA	<p>En este escenario cultural de la ciudad, se realizan importantes exposiciones, conciertos, tertulias, festivales, presentaciones y encuentros durante todo el año. Entre sus más destacados detalles está el telón de boca, pintado por el maestro Alejandro Obregón, donde representa con vibrantes colores la leyenda de "El Hombre Caimán". Está ubicado en los límites donde confluyen los tradicionales barrios El Prado, Monte Cristo y Abajo.</p> <p>➤ Rural: Carrera 54 # 52-258, Barranquilla (Distrito Especial, Industrial Y Portuario), Atlántico.</p>	3 SALAS	2.700

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 10: (continuación).

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	# DE SALAS	TARIFAS
CASA MUSEO JULIO FLOREZ	<p>Construida a finales del siglo XIX, esta casa mantiene viva la memoria y obra de una gloria de las letras colombianas como es el poeta Julio Flórez, aún conservan algunas de sus pertenencias, sus restos mortales y los de su esposa. Actualmente es aprovechada como herramienta pedagógica en el desarrollo de procesos de aprendizaje para la población académica, que apoya de manera efectiva procesos que promuevan el arte, la convivencia social, la participación ciudadana, ubicándose a nivel nacional como un destino del turismo cultural de la región Caribe.</p> <p>➤ Rural: Transversal Julio Florez, No. 18-79, Casa de Museo. Usiacuri, Atlantico.</p>	3 SALAS	8.000
PUENTE DE BOYACA	<p>Puente donde se libró la batalla de independencia colombiana cerca de Tunja. Sus monumentos son la Casa de Teja, el Atril de Piedra, el monumento a Francisco de Paula Santander, la Llama de la Libertad, monumento al Libertador Simón Bolívar, el monumento de Pedro Pascasio Martínez Rojas y “El Negro José”, el monumento del Arco del Triunfo, el Obelisco, el monumento al Coronel Cruz Carrillo, la Piedra de la Legión Británica y la Plazas de Banderas.</p> <p>➤ Rural: Km 110 Bogotá - Tunja, Boyacá.</p>	6 ATRACIONES	GRATUITA
MUSEO DIOCESANO DE ARTE RELIGIOSO	<p>Museo Diocesano de Arte Sagrado”, para conservar y presentar decorosamente las obras de arte existentes en nuestra Diócesis, como una obra común de cultura, religiosidad, aporte y conservación de nuestros valores artísticos; obra que sería un timbre de honor para nuestra Diócesis.</p> <p>➤ Rural: Km 5. Vía Duitama-Belencito.</p>	8 SALAS	ENTRADA GRATUITA
MUSEO ISLEÑO	<p>Se trata de una casa restaurada que sirve de ejemplo de arquitectura tradicional de la Isla de San Andrés. Está decorada de la misma forma de hace décadas. La Casa Museo Isleño está construida sobre pilotes, en madera. Entre los objetos que se exhiben están los trajes formales de anteriores épocas.</p> <p>➤ Rural: San Andrés Islas. Ubicada en el kilómetro 5 de la Avenida Circunvalar.</p>	7 SALAS	10.000

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 10: (continuación).

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	# DE SALAS	TARIFAS
RECUCA QUINDIO	<p>Recuca es el recorrido de la Cultura Cafetera, guiado, donde los visitantes podrán tener las vivencias del trabajo campesino, en forma lúdica, participativa y didáctica.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Localizado en la Finca la Chapolera, Vereda Calle Larga, Corregimiento de Barcelona, Calarcá Municipio del Quindío, a 18 kilómetros de Armenia. 	4 PASAPORTES	18.000 MIL
MUSEO DEL PARQUE DEL CAFÉ, QUINDIO	<p>Está distribuido en 4 salas que ilustran sobre la botánica, el aspecto humano, la producción y la industrialización del grano de café.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Localizado a doce kilómetros de Armenia y a tres del municipio de Montenegro, por la vía que conduce a Pueblo Tapao. 	4 SALAS	12.000
CASA MUSEO HACIENDA LA CABAÑA, QUINDIO	<p>Alberga colecciones de muebles, decoración y complementos de las antiguas casas del Quindío. Amplias habitaciones decoradas con contenidos temáticos y una cocina tradicional que reconstruye fielmente el ambiente en el que manos expertas dan sazón a los guisos de toda la vida en las fincas cafeteras.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ubicada a 5 km del municipio de Calarcá y a 12 km de la ciudad de Armenia. 		100 MIL QUINCE PERSONAS
CENTRO DE ESTUDIO E INVESTIGACION DE LA GUADUA	<p>Los recorridos tanto con los turistas, como los técnicos, son guiados por personal capacitado e idóneo en los diferentes temas relacionados con la guadua, en el transcurso de los recorridos se pueden observar viviendas, estructuras, puentes, kioscos, artesanías y muebles construidos en guadua, entre otros productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Municipio de Córdoba - Quindío; a 22 kilómetros y 45 minutos de Armenia. 		ENTRADA GRATUITA
PARQUE LOS ARRIEROS, QUINDIO	<p>Ofrece diversas presentaciones enriquecedoras las cuales están basadas en la filosofía vivencial y enfocada en el contacto sensorial, de esta manera promete entretenimiento, sensibilización, adaptabilidad y educación en torno a talleres lúdicos con el sello montañoso de la tierra Quindiana.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Km. 3 Vía Montenegro, Quimbaya, Armenia, Quindío. 	4 PASAPORTES	30.000

Fuente: elaboración propia

5.3.1.1.3.2. Oferta de museos a nivel departamental

De los museos presentes en Risaralda dos de ellos funcionan en la zona urbana del departamento, uno en el centro de Marsella y el otro en avenida las Américas en Pereira. En el perímetro rural funcionan otros dos museos, uno hacia la salida a Mistrató en Belén de Umbría y el otro vía Cerritos en Pereira.

Cuadro No 11: porcentaje de museos en zona urbana y rural.

Ubicación de los museos	Porcentaje
Zona urbana	50%
Zona rural	50%

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 12: grafico de porcentaje según la ubicación de los museos.



Fuente: elaboración propia

Cuadro No 13: museos con ubicación urbana.

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	SERVICIOS	# DE SALAS	TARIFAS
CASA DE LA CULTURA DE MARSELLA	<p>Conserva bienes antiguos y periódicos editados en el municipio desde 1913, los equipos de la primera emisora y los afiches promocionales de eventos realizados en Marsella, y cuenta con 150 piezas de la Cultura Quimbaya.</p> <p>➤ Diagonal Plaza de Bolívar Marsella.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de guianza • Espacio destinado a diferentes deportes. 	4 PISOS DE EXPOSICION	ENTRADA GRATUITA

Cuadro No 13: (continuación)

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	SERVICIOS	# DE SALAS	TARIFAS
MUSEO DE ARTE DE PEREIRA	<p>Tiene como principal interés generar un espacio el que se puede difundir, promover y fomentar el arte en Pereira, para todos y cada uno de sus ciudadanos.</p> <p>➤ Ubicado en Américas # 19, Pereira, Risaralda.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sala de exposición Piso 1 • Sala de exposición Piso 2 • Sala de exposición Piso 3 • Sala de fotografía • Sala de biblioteca • Sala de Video música • Salón Didáctico - Talleres de música • Bodega Principal • Bodega de cargue y descargue • Teatro 	4 SALAS DE EXPOSICIÓN	2.000-3.000 SEGÚN EXPOSICIÓN

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 14: museos con ubicación rural.

TIPO DE EMPRESA	QUE OFRECE	SERVICIOS	# DE SALAS	TARIFAS
MUSEO HISTÓRICO ARQUEOLÓGICO ELÍSEO BOLÍVAR, BELEN DE UMBRIA	<p>Está compuesto por una sala de fotografía histórica y antigüedades, contiene reliquias únicas, una biblioteca con colección de libros antiguos, una sala de arqueología con aproximadamente 900 piezas en cerámica y piedra, tiene una colección de aproximadamente 200 cuadros y otros objetos antiguos.</p> <p>➤ Ubicado en Belén de Umbría Risaralda, salida al Municipio de Mistrató.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de guianza Exposición de fotografía Histórica y antigüedades • Oratorio con reliquias únicas. • Biblioteca con la colección de libros antiguos. • Sala de arqueología. 	5 SALAS DE EXPOSICION	ENTRADA GRATUITA
CONSOTA COMFAMILIAR GALICIA	<p>Es un espacio de cultura, diversión y conocimiento contado con el parque de la memoria indígena, la réplica de la Pereira antigua y alojamiento de cabañas tipo colonial.</p> <p>➤ km. 11 vía Cerritos, Pereira.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de guianza. • Balnearios. • Servicio de restaurantes. 	9 ETAPAS	3.000

Fuente: elaboración propia

5.3.1.1.3.3. Competencia directa

Cuadro No 15: RECUCA.

Empresa	RECUCA				
Descripción del negocio	RECUCA es el recorrido por la cultura cafetera, guiado, donde los visitantes podrán tener las vivencias del trabajo campesino, en forma lúdica, participativa y didáctica.				
Ubicación	Localizado en la Finca la Chapolera, Vereda Calle Larga, Corregimiento de Barcelona, Calarcá Municipio del Quindío, a 18 kilómetros de Armenia, capital del departamento.				
Producto	Participación en el mercado	Ventajas de la competencia	Desventajas de la competencia	Precio de venta	Estrategias de mercado
Recuca permite conocer la fantástica y mítica historia del cultivo del Café y de la colonización antioqueña.	Maneja 40% del mercado turístico del Quindío.	Utiliza el humor, crea turismo vivencial.	Poca variedad en sus alimentos. No hace uso de eco tecnologías	18.000	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicidad por internet y Sitio web. ➤ Cortos televisivos. ➤ Cortos radiales. ➤ Carteles. ➤ Anuncios en revistas. ➤ Anuncios en periódicos. ➤ Puestos informativos en calles. ➤ Folletos.

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 16: Museo Interactivo de Ciencia y Juego.

Empresa	Museo Interactivo de Ciencia y Juego				
Descripción del negocio	Realiza programas, proyectos y actividades en el campo de la popularización y divulgación de la ciencia y la tecnología, no solo en Colombia sino en la región, siendo pionero en su campo.				
Ubicación	Campus Palogrande de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales. (Avenida Paralela, frente al Estadio)				
Producto	Participación en el mercado	Ventajas de la competencia	Desventajas de la competencia	Precio de venta	Estrategias de mercado
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sala interactiva 2. Exposiciones itinerantes. 3. Proyectos educativos. 4. Materia expositiva y didáctica. 5. Talleres sobre ciencia 	Maneja 30% del mercado turístico del Quindío.	Utiliza la ciencia como principal atractivo y lo da a conocer como su nombre lo indica por medio del juego.	Falta de una ambientación más agradable. No hace uso de eco tecnologías	3.000	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Boletines y volantes ➤ Publicidad por internet y Sitio web. ➤ Publicidad televisiva. ➤ Cortos radiales. ➤ Carteles. ➤ Anuncios en revistas. ➤ Anuncios en periódicos. ➤ Puestos informativos en calles. ➤ Folletos.

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 17: Museo del Parque del Café.

Empresa	Museo del Parque del Café				
Descripción del negocio	Recrea la historia del café, está distribuido en 4 salas que ilustran sobre la botánica, el aspecto humano, la producción y la industrialización del grano de café.				
Ubicación	Localizado a doce kilómetros de Armenia y a tres del municipio de Montenegro, por la vía que conduce a Pueblo Tapao.				
Producto	Participación en el mercado	Ventajas de la competencia	Desventajas de la competencia	Precio de venta	Estrategias de mercado
<ol style="list-style-type: none"> 1. La sala 1: botánica del café. 2. La sala 2: "El Hombre y el Café. 3. En la sala 3: proceso e historia del café. 4. Sala 4: industrialización y comercialización 	Maneja 70% del mercado turístico del Quindío.	Recrea la historia del café de manera muy atractiva, detallada y organizada.	<p>Poca interacción con los visitantes.</p> <p>No hace uso de eco tecno - logias</p>	12.000	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Boletines y volantes ➤ Publicidad por internet y Sitio web. ➤ Cortos televisivos. ➤ Cortos radiales. ➤ Carteles. ➤ Anuncios en revistas. ➤ Anuncios en periódicos. ➤ Puestos informativos en calles. ➤ Folletos.

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 18: Parque los Arrieros.

Empresa	Parque los Arrieros				
Descripción del negocio	Terreno que consta de senderos y caminos en los cuales se dan conocer la memoria histórica, el origen y los aportes que los arrieros le hicieron a la construcción, el desarrollo, la industria y el comercio de toda una nación				
Ubicación	Km. 3 Vía Montenegro – Quimbaya, Armenia, Quindío.				
Producto	Participación en el mercado	Ventajas de la competencia	Desventajas de la competencia	Precio de venta	Estrategias de mercado
Laboratorio vivo que busca ofrecer entretenimiento, sensibilización, adaptabilidad y educación en torno a talleres lúdicos con el sello montaño de la tierra Quindiana.	Maneja 40% del mercado turístico del Quindío.	Invita a un recorrido que puede demorar todo el día y tiene como principal factor el humor.	<p>Falta de más atractivos para dar diferentes elecciones para ver a los visitantes.</p> <p>No hace uso de eco tecno - logias</p>	30.000	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicidad por internet y Sitio web. ➤ Cortos televisivos. ➤ Cortos radiales. ➤ Carteles. ➤ Anuncios en revistas. ➤ Anuncios en periódicos. ➤ Puestos informativos en calles. ➤ Folletos.

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 19: Maloka.

Empresa	Maloka				
Descripción del negocio	Es una corporación con carácter cultural, educativo, científico, tecnológico, recreativo y turístico, que tiene como fin "la construcción de una sociedad basada en el conocimiento y el aprendizaje", a través del diseño de múltiples estrategias que denomina de "Apropiación social de la ciencia, la tecnología y la innovación".				
Ubicación	Barrió Ciudad Salitre en la localidad de Fontibón de Bogotá, Colombia.				
Producto	Participación en el mercado	Ventajas de la competencia	Desventajas de la competencia	Precio de venta	Estrategias de mercado
<ol style="list-style-type: none"> "Maloka Centro Interactivo" : parque temático, "Maloka Sin Fronteras" : proyecto con el que la corporación busca expandir su trabajo a nivel nacional "Maloka Virtual": se desarrolla a través de su sitio web. 	Maneja 70% del mercado turístico del Bogotá.	Promueve el turismo vivencial, se enfoca en hacer uso de los sentidos y utiliza gran variedad de atractivos.	No hace uso de eco tecnologías	15.500	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Boletines, volantes y folletos. ➤ Publicidad por internet y Sitio web. ➤ Cortos televisivos y radiales. ➤ Anuncios en revistas y periódicos. ➤ Puestos informativos en calles.

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 20: Museo del Caribe.

Empresa	Museo de Caribe				
Descripción del negocio	Su tema central es el Caribe colombiano en sus dimensiones ambientales, históricas y socioculturales.				
Ubicación	Calle 36 # 46 - 66, Barranquilla.				
Producto	Participación en el mercado	Ventajas de la competencia	Desventajas de la competencia	Precio de venta	Estrategias de mercado
Presenta las manifestaciones culturales, la memoria histórica de sus pobladores y motiva a una reflexión en torno al medio ambiente, al territorio y a la importancia de estos últimos en el desarrollo de la región.	Maneja 60% del mercado turístico de Barranquilla.	Fortalece el reconocimiento de la identidad de los barranquilleros de forma interactiva con videos y de más elementos atractivos.	No hace uso de eco tecnologías	11.000	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicidad por internet y Sitio web. ➤ Cortos televisivos. ➤ Cortos radiales. ➤ Carteles. ➤ Anuncios en revistas. ➤ Anuncios en periódicos. ➤ Puestos informativos en calles. ➤ Folletos.

Fuente: elaboración propia

Actualmente no existen proyectos en Risaralda para los próximos tres años que tengan como finalidad abarcar todos los temas que componen su legado, por esta razón el centro de arte y cultura de Risaralda sería un proyecto novedoso y de gran aporte al turismo que se quiere impulsar, y en el que se espera dar a conocer su historia, arte y cultura.

Adicionalmente al ubicarse en el centro de Pereira se contaría con la infraestructura necesaria para una adecuada movilización que permita al visitante un fácil acceso y la oportunidad de conocer de este proyecto. Igualmente, se encuentran diferentes facilitadores turísticos, compuestos por un total de sesenta y seis (66) restaurantes, noventa y un (91) agencias de viajes y ciento treinta y nueve (139) establecimientos de alojamiento y hospedaje.

Investigación de mercados

5.3.2.1. Determinantes del mercado

La dinámica de crecimiento del turismo en Colombia ha aumentado debido a la recuperación de la economía desde el año 2003 y a la mejora de la seguridad que ha incidido en el aumento del flujo de turistas extranjeros, lo que ha significado para el país una fuente significativa de divisas, y ha contribuido al surgimiento de Pereira en el sector del turismo, pues su ubicación estratégica, infraestructura, terminal y aeropuerto, son aspectos claves para posicionarse como destino importante en el país.

Igualmente, se ha dado a conocer a Colombia y al departamento por medio de la promoción constante que realiza Proexport en el extranjero, tendiendo de apoyo la declaratoria hecha por la UNESCO en el año 2011 del Paisaje Cultural Cafetero como patrimonio de la humanidad, sumado a ello está la labor de las agencias de viajes y demás operadoras turísticas, las cuales promocionan la región y brindan información relevante por medio de redes sociales, páginas de internet y puntos de información turística.

También se da a conocer por medio del voz a voz, la radio, revistas, periódicos y la televisión las principales ferias y fiestas de cada municipio que conforma a Risaralda:

- Fiestas de la Cosecha en Pereira.
- Fiestas Aniversarias de Apía (15 de agosto)
- Fiestas Aniversarias de Balboa (Abril).
- Fiestas Aniversarias de Belén de Umbría (Octubre).
- Fiestas del Progreso en Dosquebradas
- Fiestas Aniversarias de Guática

- Fiestas Aniversarias de La Celia (Noviembre)
- Fiestas Aniversarias de La Virginia (Diciembre).
- Fiestas de la Amistad (Noviembre)
- Fiestas Aniversarias de Mistrató (Marzo).
- Fiestas Aniversarias de Pueblo Rico: (Noviembre)
- Fiestas Aniversarias de San Pedro y San Pablo (Junio)
- Fiestas Aniversarias o de las Araucarias (Octubre)
- Fiestas Aniversarias de Santuario.

5.3.2.2. Origen del mercado según procedencia

Cerca del 40% de los visitantes extranjeros que llegan al departamento son de los Estados Unidos, luego siguen en su orden como principales emisores España, Panamá, Venezuela, Ecuador y México.²¹

5.3.2.3. Origen del mercado por motivación

Procolombia se encuentra ofreciendo el Paisaje Cultural Cafetero en diferentes partes del mundo, significando una gran oportunidad para cada municipio de Risaralda de darse a conocer y desarrollarse en el sector turístico, este cuenta con la ventaja de tener como capital a la ciudad de Pereira, la cual logró una posición importante en la medición 2013 – 2014 que realizó la Unidad de Inteligencia de Financial Times, esta seleccionó de un grupo de 127 postulados las urbes con las expectativas más prometedoras. En la medición internacional que evaluó a las ciudades con una economía de tamaño mediano, Pereira es la única de Suramérica que hace parte de las diez más destacadas.²²

El progreso de Pereira en los últimos años ha sido notorio, su crecimiento acelerado se debe a la planeación e implementación de nuevos proyectos, muestra de ello es la creación de la nueva ruta con la que contara el Aeropuerto Internacional Matecaña, este permitirá a viajeros de Nueva York y su área de influencia conectar directamente con todo Risaralda

5.3.2.4. Origen del mercado por medio de transporte

Se puede llegar al departamento por transporte aéreo y terrestre.

²¹ LA TARDE. Promoción en el extranjero trae turistas a Risaralda. 2013. [en línea]. Disponible en: [http://www.latarde.com/noticias/economica/118314-promocion-en-el-extranjero-trae-turistas-a-risaralda].

²² PROCOLOMBIA. Financial Times reconoce el futuro inversionista de Cali, Barranquilla, Bogotá y Pereira. 2013. [en línea]. Disponible en:[http://www.procolombia.co/noticias/financial-times-reconoce-el-futuro-inversionista-de-cali-barranquilla-bogota-y-pereira].

5.3.2.5. Estacionalidad del mercado

La estacionalidad del mercado cultural en el departamento es principalmente en temporada alta, julio, agosto, Diciembre, enero, fines de semana y días festivos.

Cuadro No 21: reporte de viajeros extranjeros a Pereira.

Reporte de viajeros extranjeros a Pereira, 2009-2012								
Ciudad	2009	2010	% Part. 2010	% Var. 2010/2009	2011	2012	% Part. 2011	% Part. 2012
Pereira	15.878	16.510	1,1%	4,0%	15.691	18.080	1,0%	1,1%

Fuente: www.colombiatrader.com.co

- Pereira se posicionó en el puesto número 10 dentro de los destinos principales elegidos por los viajeros extranjeros entre los años 2009 y 2012.

Cuadro No 22: reporte de viajeros extranjeros a Risaralda.

Reporte de viajeros extranjeros al departamento de Risaralda, 2009-2012								
Departamento	2009	2010	% Part. 2010	% Var. 2010/2009	2011	2012	% Part. 2011	% part. 2012
Risaralda	17.245	18.212	1,2%	5,6%	17.090	19.102	1,1%	1,1%

Fuente: www.colombiatrader.com.co

- Risaralda se posicionó en el puesto número 10 dentro de los destinos principales elegidos por los viajeros extranjeros entre los años 2009 y 2012.
- De septiembre del 2012 a agosto del 2013, el 5% de los turistas internacionales llegaron a Pereira y pernotaron, estando solo por encima de Manizales y Armenia.
- En el primer semestre del año 2014 llegaron a Risaralda 303 mil personas nacionales y 19.679 extranjeros por vía aérea.²³

²³ DANE y PROEXPORT. Informe Turismo Extranjero en Colombia. 2012. [en línea]. Disponible en: [http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/informe_proexport_turismo_extranjero_en_colombia_a_diciembre_2012_final.pdf].

5.3.2.6. Dinamizadores de la demanda

- **Parque temático de flora y fauna:** será un parque de talla internacional, liderado por INFIPEREIRA, con inversiones por cerca de 70 mil millones de pesos en su primera fase, gracias al apoyo del gobierno nacional.
- **Nuevo centro de convenciones:** contempla inversiones por una suma cercana a los 12 mil millones de pesos en la zona de Expofuturo, sector aledaño a la Villa Olímpica.
- **Modernización del aeropuerto Matecaña:** El aeropuerto puso en servicio el Centro de Gestión Aeronáutica Colombiana durante el transcurso del año 2014, allí funciona la nueva torre de control y la sede regional de la aeronáutica civil, de esta manera será posible la certificación como aeropuerto internacional. El costo total del proyecto de modernización es de aproximadamente 140 mil millones de pesos, de los cuales 50 mil millones son aportados por el gobierno nacional, 40 mil millones por parte de la alcaldía de Pereira y 4 mil millones por parte de la aerocivil.

5.3.2.7. Problema de investigación

Desconocimiento del mercado potencial del Centro de Arte y Cultura de Risaralda y de la viabilidad de su creación.

5.3.2.7.1 Objetivo general

Elaborar la investigación de mercados y el plan de mercadeo del sector turístico de la ciudad de Pereira, para el posicionamiento del centro de arte y cultura de Risaralda con proyección a nivel regional, nacional e internacional.

5.3.2.7.2. Objetivos Específicos

- Identificar las motivaciones de viaje de los turistas o visitantes.
- Determinar la importancia que tiene la creación de un Centro de Arte y Cultura para los habitantes y turistas.
- Conocer el interés que tienen los habitantes y turistas de conocer la historia, arte y cultura del departamento.
- Definir la potencialidad de Risaralda en turismo cultural.

5.3.2.7.3. Metodología

La investigación realizada es a partir de técnicas cualitativas y cuantitativas como herramienta de apoyo para la elaboración del plan de negocio, se trabajó con la metodología del instituto Von Humboldt.

El trabajo se dividió en estudios, los cuales se relacionan con cada uno de los objetivos planteados, y para cada estudio se requirieron técnicas y procedimientos metodológicos relacionados a continuación.

5.3.2.7.4. Estudio de mercado

Para el desarrollo de la investigación de mercados y su respectivo plan de negocios se realizaron unas encuestas, durante 20 días llamadas “probabilidad de personas interesadas en el turismo cultural en la ciudad de Pereira” en el mes de noviembre del 2013 donde se analizaron variables como:

- Preferencias acerca de los diferentes tipos de turismo.
- Importancia sobre rescatar y valorizar los conocimientos y prácticas tradicionales.
- Cual es el valor sobre desarrollar turismo cultural en la ciudad.
- Motivos del viaje a la ciudad.
- Que tipo de atractivos turísticos encuentra en la ciudad.
- Intereses de la población.

Una muestra representa un grupo considerable de personas que reúnen características de un grupo objeto. La muestra es aleatoria simple, la cual consiste en cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado.

$$z^2 \cdot p \cdot q / e^2$$

$$\begin{aligned} FINITO \approx n &= (z^2 e^2) = \frac{(1,960^2) 0,9 \cdot 0,1}{(0,05)^2} \\ &= 138 \end{aligned}$$

- Donde:

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confianza

e= error

5.3.2.7.4.1. La encuesta

Se diseñó un cuestionario por medio de Google Drive con preguntas cerradas, que van desde lo general a lo particular para ser realizadas a una muestra de la población y de visitantes, esto con el objetivo de identificar el interés por parte de ellos para la creación del Centro de Arte y Cultura, fueron resueltas en total 138 encuestas, en las que el 33% de las personas encuestadas dicen no ser de Risaralda y el 67% de las personas dicen vivir en él. Posteriormente se elaboró una base de datos con el programa Microsoft Excel con los datos ya obtenidos, lo que permitió analizar y generar gráficos estadísticos.

Cuadro No 23: Encuesta.

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Usted es de un lugar fuera de Risaralda?	Si: 33% No: 67%
¿Por dónde fue su entrada al departamento?	Aeropuerto 13 % Terminal 13 % Carretera 29%
¿Cuál es el motivo de su viaje?	Visita familiar 19% Negocios 6 % Evento 5% Descanso o diversión 11% Conocer, cultural 23% Compras, estudio 13% Otros 9%
¿Cree usted que Risaralda necesita un centro de arte y cultura que dé a conocer aspectos más detallados de él?	Si: 91% No: 4%
¿Le interesa a usted conocer la historia del departamento?	Si:93% No: 5%
¿En la ciudad de Pereira le han ofrecido algún tipo de servicio, donde usted pueda encontrar la historia del departamento?	Si: 34% No: 64%
¿Es el turismo cultural un atractivo de Risaralda?	Si: 91% No: 6 %

¿Cree usted que es importante implementar y desarrollar un turismo sostenible para contribuir al cuidado ambiental y social del departamento?	Si: 95% No: 4%
¿Considera importante rescatar y revalorizar los conocimientos y prácticas tradicionales del departamento?	Si: 97% No: 2%

Fuente: elaboración propia

Como se puede comprobar, la mayoría de los encuestados están interesados en conocer información acerca de lo que comprende el aspecto cultural del departamento, y están de acuerdo con la necesidad de instaurar un lugar que albergue todos los conocimientos relacionados con un legado que se deja con el paso de los años en el olvido.

5.3.2.7.5. Estrategias de comercialización

5.3.2.7.5.1. Estrategia de penetración en el mercado

Al iniciar en el mercado se requerirá dedicación a la publicidad del centro de Arte y Cultura de Risaralda en diferentes medios de comunicación, como son revistas, periódicos, blogs, redes sociales, televisión, radio y por medio de paquetes turísticos que las agencias de viaje promocionen, sumado a ello se necesitará como estrategia la divulgación de su inauguración, lo cual generará expectativas dentro de la población y los turistas.

5.3.2.7.5.2. Estrategia de desarrollo del mercado, productos y servicios

Para la promoción y venta de los servicios y exposiciones que tendrá el Centro de Arte y Cultura de Risaralda, se hará convenios con agencias de viajes para estar incluido en los paquetes que se ofrecen dentro y fuera del país, se visitará colegios, universidades y demás instituciones de Pereira y el departamento en general, de igual manera, para lograr captar la atención del público de forma constante, se plantea la modificación de las exhibiciones, la ambientación y la temática originalmente propuesta cada seis meses y la adquisición de tecnologías que permitan la mejora de los servicios después de convertirse en obsoletos o cuando se evidencie la necesidad de mejorarlos.

5.4. MODULO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

Misión

Ofrecer un panorama visual del complejo desarrollo histórico de Risaralda y generar a nivel de región y país el interés de profundizar en los aspectos de nuestro pasado, nuestra cultura y legado para su trascendencia en el futuro.

Fomentar el turismo cultural en el departamento y generar en los visitantes la comprensión, el aprecio y el orgullo por la herencia cafetera y por los logros de la región a través de coleccionar, preservar e interpretar su legado histórico.

Visión

Ser el centro de arte y cultural más completo, visitado y reconocido a nivel regional y nacional, cumpliendo con el propósito de difundir el contenido histórico de la identidad Risaraldense de forma clara y dentro de un entorno sostenible, didáctico y agradable, para todos los visitantes.

Objetivos organizacionales

Objetivo general

Operar un centro histórico que albergue objetos materiales e inmateriales que representen y reúnan variedades de expresiones artísticas, culturales e históricas representativos del departamento de Risaralda.

Objetivos específicos

- Difundir enseñanzas, costumbres e historias de Risaralda, con el fin de generar en los ciudadanos un sentido de pertenencia.
- Mostrar a los turistas colombianos, extranjeros y comunidad local, de manera didáctica los recursos materiales e inmateriales que brinden valor específico a al departamento.
- Reducir impactos ambientales, promoviendo y aplicando eco tecnologías.

Organización

El centro de arte y cultura será una sociedad por acciones simplificada (SAS), que trabaja por el progreso de una sociedad integral, que busca ser parte del turismo

que la región está interesada en promover con el Paisaje Cultural Cafetero, ayudando a dar a conocer de manera didáctica y clara nuestro legado histórico.

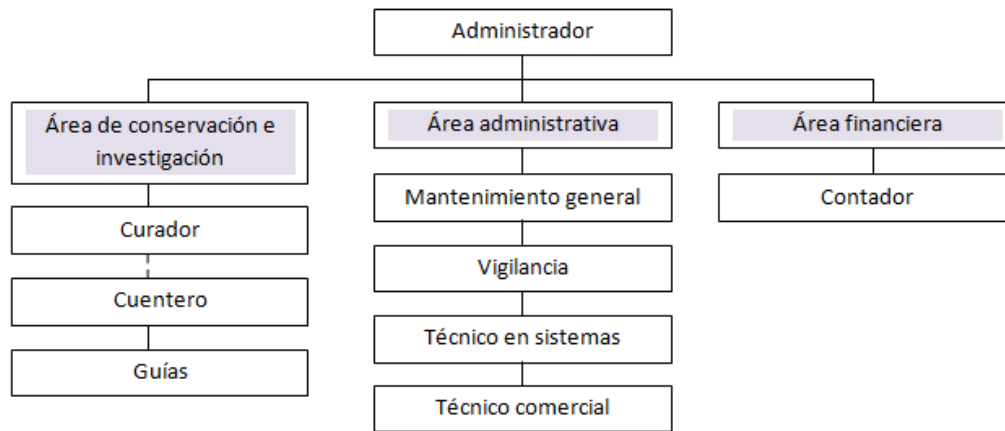
Beneficios de una S.A.S:

- Se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero.
- La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes.
- Las acciones pueden ser de distintas clases y series.
- La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.
- El pago de capital puede diferirse hasta por dos años, esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago
- Existe la posibilidad de pactar un mayor poder de voto en los estatutos sociales o de prohibir la negociación de acciones por un plazo de hasta 10 años.

5.4.1.1. Estructura organizacional

El Centro de Arte y Cultura de Risaralda estaría conformado por ocho (8) personas distribuidas de tres áreas diferentes: área de conservación e investigación, área administrativa y área financiera.

Cuadro No 24: Organigrama.



Fuente: elaboración propia.

5.5. ESTADOS Y PROYECCIONES FINANCIERAS

5.5.1. Capital

A continuación se relacionan todos los datos que corresponden a la inversión inicial, es decir, a los bienes y otros recursos controlados económicamente, de lo que se espera que la empresa tenga beneficios o rendimiento económico a futuro.

Cuadro No 25: activos.

ACTIVOS				
UNIDAD	PRECIO UNIDAD CLASE	CLASE	AÑOS DEP	TOTAL
40	15.000	exhibición	30	\$600.000
15	50.000	exhibición	20	\$750.000
4	150.000	oficina	10	\$600.000
25	15.000	exhibición	30	\$375.000
5	500.000	exhibición	10	\$2.500.000
2	40.000	compra	10	\$80.000
6	30.000	exhibición	7	\$180.000
8	200.000	exhibición	5	\$1.600.000
1	7.000.000	tecnología	5	\$7.000.000
1	2.500.000	compras	15	\$2.500.000
40	8.900	compras	2	\$356.000
50	20.000	oficina	5	\$1.000.000
3	60.000	oficina	10	\$180.000
2	70.000	oficina	2	\$140.000
20	32.000	compras	4	\$640.000
2	700.000	compras	5	\$1.400.000
3	700000	oficina	2	\$2.100.000
8	135.000	compras	4	\$1.080.000
2	180.000	compras	2	\$360.000
8	64.000	compras	5	\$512.000
3	33.000	compras	4	\$99.000
40	100.000	tecnología	5	\$4.000.000
				\$28.052.000

Fuente: elaboración propia

5.5.2. Costos

Los costos variables están determinados por el número de visitantes que ingresan y el nivel de consumo que estos demanden.

Cuadro No 26: costos y variables.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES	
COSTOS FIJOS	\$
Gastos de personal	\$ 5.319.204,00
Agua	\$ 100.000,00
Teléfono	\$ 90.000,00
Energía	\$ 250.000,00
Arrendamiento	\$ 2.500.000,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 8.259.204,00

Fuente: elaboración propia

5.5.3. Proyección de ventas para los próximos cinco años

El análisis de proyección ofrece información valiosa que permite anticipar cuales serán las eventuales ganancias o pérdidas de un proyecto comercial.

Cuadro No 27: presupuesto de venta.

PRESUPUESTO VENTAS					
2016	2017	2018	2019	2020	2021
8022	8182	8346	8513	7832	8145
120.330.000	122.736.600	125.191.332	127.695.159	117.479.546	122.178.728

Fuente: elaboración propia

5.5.4. Estados financieros

A continuación se presenta los cargos fijos y el balance general con el fin de predecir el futuro financiero del centro de arte y cultura de Risaralda.

Cuadro No 28: cargos fijos

ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$166.094.825	\$190.926.001	\$219.469.438	\$252.280.119	\$ 289.995.997
Costo de Producción	\$ 2.823.960	\$ 2.880.439	\$ 2.966.852	\$ 3.085.526	\$ 3.208.948
Utilidad Bruta	\$168.918.785	\$193.806.440	\$222.436.290	\$255.365.645	\$ 293.204.944
Gastos de admón y Ventas	\$116.363.628	\$120.410.811	\$120.410.811	\$120.410.811	\$ 120.410.811
Utilidad Operacional	\$ 52.555.156	\$ 73.395.629	\$102.025.479	\$134.954.834	\$ 172.794.133
Gastos Financieros	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 52.555.156	\$ 73.395.629	\$102.025.479	\$134.954.834	\$ 172.794.133
Impuestos	\$ 17.343.202	\$ 24.220.557	\$ 33.668.408	\$ 44.535.095	\$ 57.022.064
Utilidad Neta	\$ 35.211.955	\$ 49.175.071	\$ 68.357.071	\$ 90.419.739	\$ 115.772.069
Reserva Legal	\$ 3.521.195	\$ 4.917.507	\$ 6.835.707	\$ 9.041.974	\$ 11.577.207
Utilidad Neta Desp. De Reserva	\$ 31.690.759	\$ 44.257.564	\$ 61.521.364	\$ 81.377.765	\$ 104.194.862

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 29: balance general.

BALANCE GENERAL					
ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EFFECTIVO	\$35.211.955	\$49.175.071	\$68.357.071	\$90.419.739	\$ 115.772.069
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$28.052.000	\$28.052.000	\$28.052.000	\$28.052.000	\$ 28.052.000
INVERSION		\$ 7.013.000	\$ 8.766.250	\$10.957.813	\$ 13.697.266
TOTAL ACTIVO	\$63.263.955	\$77.227.071	\$96.409.071	\$118.471.739	\$ 143.824.069
PASIVOS					
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
IMPUESTOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVO MAS PASIVO	\$63.263.955	\$77.227.071	\$96.409.071	\$118.471.739	\$ 143.824.069
PATRIMONIO					
APORTE SOCIOS	\$28.052.000	\$28.052.000	\$28.052.000	\$ 28.052.000	\$ 28.052.000
UTILIDAD	\$31.690.759	\$44.257.564	\$61.521.364	\$ 81.377.765	\$ 104.194.862
RESERVA	\$ 3.521.195	\$ 4.917.507	\$ 6.835.707	\$ 9.041.974	\$ 11.577.207
TOTALPATRIMONIO	\$63.263.955	\$77.227.071	\$96.409.071	\$118.471.739	\$ 143.824.069

Fuente: elaboración propia

5.6. PROCESO PROYECTUAL

En el proceso de realización del plan de negocios se tuvo en cuenta los elementos de sostenibilidad que van a ser aplicados, para evitar impactos ambientales y sociales dentro del territorio y en su población. Para llegar a tal fin fue necesaria la realización de un estudio que identifique las posibles acciones a implementar y su viabilidad en este tema.

5.6.1. Premisa

¿Qué elementos de sostenibilidad se deben aplicar en el Centro de Arte y Cultura de Risaralda?

5.6.2. Definición del espacio proyectual propio

En Centro de Arte y Cultura de Risaralda al estar ubicada en el centro de Pereira, contará con ayuda de la empresa de Aseo, la cual por medio del programa “basuras cero” busca sensibilizar a la población frente al manejo de residuos sólidos, igualmente al estar integrada la zona en el plan de manejo territorial se toca el tema de desarrollo y el apoyo a los diferentes proyectos que permitan lograrlo.

Adicionalmente, en el departamento se realizan constantemente planes para el mejoramiento de la educación, los cuales se vieron reflejados a finales del año 2014 y tienen continuidad en el año 2015, para ello la Secretaría de Educación Departamental estableció los siguientes objetivos:

- Implementar en los doce municipios procesos de ciencia, tecnología e innovación. Inversión: 4.028.800.000.
- Fortalecer las competencias comunicativas en idioma extranjero.
- Fortalecer el proceso de articulación entre la educación media, la superior y la educación para el trabajo y el desarrollo humano en las instituciones Educativas.
- Dinamizar el proceso de las experiencias significativas de las instituciones de los municipios no certificados.
- Establecer y desarrollar un sistema integral de seguimiento y evaluación del sector educativo para todos los niveles y establecimientos educativos de los 12 municipios no certificados.
- Fortalecer la implementación del Sistema de Información SIGCE en los establecimientos educativos de los municipios no certificados del Departamento de Risaralda. Inversión: 981.816.670.

- Fortalecer las competencias comunicativas en el idioma extranjero.
- Formar a los docentes y directivos del departamento para mejorar sus capacidades profesionales y humanas.
- Fortalecimiento del comité departamental de formación docente. Inversión: 6.174.446.700.

A parte de lo ya mencionado, se encuentra el tema de seguridad, factor significativo en la idea de implementar un lugar que reúna piezas importantes referentes al legado cultural del departamento y el cual se ha tomado en cuenta por la ciudad de Pereira, haciéndolo parte de los 30 municipios del país que tendrán cobertura total de video vigilancia hacia el año 2018, lo que beneficiará en gran parte a la zona céntrica, ya que fue elegido por la Alcaldía para instalar el mayor número de cámaras.

5.6.3. Participación social

Se espera contar con la participación de la Gobernación de Risaralda, alcaldía, secretaria de educación departamental, Ministerio de Cultura y fomento al turismo, además de involucrar a la comunidad, tomándola como la hacedora y la que ha permitido perpetuar el patrimonio del que es custodio, para esto es importante conocer cuáles son sus principales preocupaciones y fomentar en ellos un sentido de apropiación hacia las colecciones.

5.6.4. Identificación del tema generador

Es indispensable tener en cuenta que se debe usar al centro de arte y cultura de Risaralda como medio y no como algo con fin en sí mismo, pues se debe convertir en una plataforma capaz de contactar a las personas con ideas y experiencias que van mucho más allá de su misión tradicional, debe ser capaz de generar un impacto positivo en la comunidad y en el entorno.

Lo anterior se debe a que ya nadie cree que los museos y centros como contenedores de conocimiento o simplemente preservadores de objetos sea algo moderno, tampoco lo es un lugar que sencillamente está implementando nuevos discursos en torno a sus colecciones, cada vez más de estos centros se han comprometido con ser participativo, aunque a veces resulta un poco confuso y no del todo entendido por otras instituciones, pero que a grandes rasgos significa que necesitan de la intervención de la audiencia para encontrar una existencia completa y dentro de este módulo de centros participativo hay algunos que están yendo incluso más allá, que se están convirtiendo en transformadores sociales, agentes de cambio y proveedores de bienestar, incluso hay unos que hoy en día tienen como principal objetivo cambiar la vida de la gente.

El centro de arte y cultura de Risaralda implementara maneras para generar participación, con la idea de crear un vínculo emocional con todos los habitantes, esto se podrá lograr teniendo al visitante como sujeto crítico e invitándolo a generar discurso, demostrándole que su opinión y aportes son importantes, por otra parte la institución se debe mostrar ante la comunidad como parcial y subjetiva, practicando un ejercicio de autocrítica para dar solución a posibles problemas.

5.6.5. Legitimación del equipo proyectual

El centro de arte y cultura de Risaralda junto con la comunidad realizará alianzas estratégicas con la Gobernación de Risaralda, alcaldía, secretaría de educación departamental y Ministerio de Cultura y Fomento al Turismo para el logro de los objetivos ya mencionados, para su posible reconocimiento en otros lugares nacionales e internacionales, además se aliara con colegios, universidades y demás instituciones educativas, operadoras turísticas, cajas de compensación y grandes empresas.

5.6.6. Legitimación sociopolítica del proyecto

La población del departamento podrá reconocer el valor del proyecto si se les da la oportunidad de involucrarse para dar aportes e ideas, de esta manera se convertirían en los guardianes del centro de arte y cultura, ellos al estar interactuando fortalecerán conocimientos, construirán el lugar que quieren para mostrar su historia y legado, de igual manera tendrán la posibilidad de divulgar todo ello a amigos, conocidos, familiares y enseñarlo en lugares alejados o poco privilegiados.

Como ya se mencionó con anterioridad lo que se quiere realizar con su ayuda es:

- Proyectos comunitarios
- Voluntariado
- Proyectos de coproducción.

5.6.7. Sustentabilidad técnica, económica y legal del proyecto

El centro de historia y arte de Risaralda piensa alcanzar un nivel de sustentabilidad técnico, cultural y económico generando empoderamiento en la gente, transmisión de valores e impacto positivo en la sociedad. Se realizaran alianzas estratégicas con diferentes entidades gubernamentales, para su

colaboración y aporte incluyendo aquellas que son necesarias para dar a conocer el lugar, de esta manera también será ofrecida a las instituciones educativas, operadoras turísticas, empresas y cajas de compensación. Se buscara que las personas usen su creatividad y aporte de todas las maneras a la creación del centro, teniendo en cuenta asuntos de música, decoración en reciclaje, temas a exponer, elección de los eventos que se realizaran, etc. Como ayuda ambiental estará el uso de diferente eco tecnologías que serán implementadas como el recolector de aguas fluviales, los grifos, sistemas sanitarios y encendedores automáticos que ayudaran a economizar luz y agua. Como una de los principales motivos por el cual se busca la creación de un centro de arte y cultura en el departamento es debido a la necesidad de reunir en un solo lugar todo aquel legado que al ser enseñado y representado asegurara su conservación para las generaciones futuras es por tal razón que el proyecto se rige por la Normas ISO 14001.

5.6.8. Sustentabilidad del proceso proyectual y sus requisitos en el tiempo

Después de tener en claro que el trabajar con la comunidad significa un éxito en la búsqueda de llegarles a más personas, lo que se planeara hacer en el futuro será fomentar en los demás centros de historia, museos y posiblemente bibliotecas de todo el país la transformación de sus tradicionales formas de enseñanza, del cómo deben cautivar la atención de sus visitantes y de cómo hacer para trabajar con ellos, el centro de arte y cultura de Risaralda pretende ser un modelo a seguir para motivar a los demás a generar bienestar, felicidad y conocimientos de maneras más atractivas, en las que la sostenibilidad ambiental influye enormemente para un logro total de sus ideales.

5.6.9. Criterios de sostenibilidad ambiental

Para poder evaluar la sostenibilidad ambiental del presente plan de negocio, fue necesario analizar y realizar una serie de pasos, que dieron como resultado los códigos de ética ambiental, lo cual facilita plantear el plan de acción.

A continuación se presenta un análisis sobre los impactos que se generan sobre los diferentes elementos ambientales, en la primera columna se describen cada uno de ellos, en la segunda se muestran las actividades del sistema productivo, seguido de un posible impacto positivo o negativo, esto dio como resultado los efectos producto de las actividades a realizar, para finalizar se evaluó la magnitud en escala de 1 a 3, donde 1 es bajo, 2 es medio y 3 es alto.

Lo anterior permite identificar la medida de prevención más conveniente y acorde para el Centro de Arte y Cultura de Risaralda.

Cuadro No 34: matriz de impactos ambientales.

Elemento ambiental	Actividades	Efectos ambientales	tipo	Magnitud del efecto	Medida prevención/potenciación	Efectividad de prevención
Agua	Uso de detergentes contaminantes	Deterioro y contaminación del Agua	-	2	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo y utilización de detergentes biodegradables 	2
	Uso excesivo de agua	Agotamiento de los recursos naturales	-	3	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de recolección de aguas pluviales. • Detectores en los grifos y sistemas sanitarios. • Control del agua que se va a usar. 	3
energía	Uso excesivo de energía	Emisión de gases que dañan el medio ambiente	-	3	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar energías alternativas. • Manejo detectores fotoeléctricos. 	3
sociocultural	Uso de servicios en la zona	Disminución en la necesidad de los recursos del ecosistema mejorando la calidad de vida	+	3	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de mano de obra de de la zona 	2

Fuente: Elaboración propia con base en la guía para la elaboración de plan de negocios con enfoque en la sostenibilidad de la Universidad Externado de Colombia, 2007.

Al realizar el análisis a la matriz anterior fue posible deducir lo siguiente:

- **Agua:** las actividades que más contaminan el agua son las acciones de vertimiento de residuos y los detergentes, por lo cual la empresa tomara medidas en la utilización de productos contaminantes para realizar acciones que mitiguen el impacto generado al agua.
- **Energía:** la utilización de grandes cantidades de energía, como de combustibles fósiles se están agotando y no se pueden renovar, generan contaminación y contribuyen en gran parte con el calentamiento global, por eso se toman unas medidas que determinan el consumo de energía para programar e implementar el ahorro de energía que contribuye a mitigar los efectos del calentamiento global.
- **Sociocultural:** los compromisos que tiene la empresa con las actividades socios culturales que se desarrollan para las comunidades que se encuentran cerca o alrededores del dentro de arte y cultura del PCC. Es proporcionarles un lugar dentro del centro, donde personas de la comunidad, puedan desarrollar ideas en cuantas artesanías de la región. Y este pueda ser un punto de venta, y otras actividades que los lleven a mejoramiento de calidad de vida.

Cuadro No 35: buenas prácticas ambientales.

Diseño y construcción	<ul style="list-style-type: none">• Diseños decorativos hechos con materiales reciclajes• Sistemas de evacuación en la parte interior y exterior con señalizaciones.
Uso eficiente de energía	<ul style="list-style-type: none">• Detectores fotoeléctricos que garanticen el encendido de las luces sólo cuando haya personas e instalación• Dispositivos en los motores de los aparatos de climatización.• Registrar y monitorear el consumo de energía.• Uso de bombillas lámparas ahorro de energía.
Ahorro de agua	<ul style="list-style-type: none">• Implementación de un sistema de recolección de aguas pluviales, detectores en los grifos y sistemas sanitarios del centro histórico para control del agua que se va a usar.• Realización de agua para jardines y limpieza de pisos.• Educar a clientes y colaboradores sobre la importancia del agua. su conservación y como utilizarla adecuadamente
Manejo de desechos	<ul style="list-style-type: none">• Publicidad diseñada con materiales reciclables• Comprar de productos biodegradables.

Fuente: elaboración propia

Cuadro No 36: matriz de impactos sociales.

Elemento social	Actividades impactantes	Efectos sociales	Tipo	Magnitud del efecto	Medida de prevención/potenciación	Efectividad de prevención
Cultura	Interacción del turista con el habitante.	Pérdida de identidad cultural de los habitantes.	-	3	Reforzar el conocimiento de los Risaraldenses por medio de charlas, educación y actividades culturales.	2
Educación	Interacción del turista con el habitante.	Pérdida de identidad cultural de los habitantes.	-	3	Sensibilización del turista sobre el respeto por las tradiciones culturales del departamento.	3
Generación de ingresos	Requerimiento de personal.	Disminución del desempleo.	+	1	Contratación de mano de obra del departamento.	1

Fuente: Elaboración propia con base en la guía para la elaboración de plan de negocios con enfoque en la sostenibilidad de la Universidad Externado de Colombia, 2007.

Cuadro No 37: Buenas prácticas socioculturales.

Empleados/contratistas

- Cumplir con la legislación laboral y las garantías sociales (salario adecuado, seguridad social, respeto a horarios laborales,
- Cumplir con las leyes, normas y regulaciones, para la protección del patrimonio histórico y cultural
- Apoyar el desarrollo local, mediante el trabajo con personas de la zona.
- Contar con los registros y permisos necesarios, ya sea Registro Nacional de Turismo
- Contar con un programa de salud ocupacional

Comunidades locales

- La empresa y la comunidad emprenden acciones que favorezcan el rescate y protección del patrimonio histórico cultural.
 - La empresa y comunidad proponen actividades que son parte del producto que se ofrece.
 - Ayudar a los grupos de la comunidad con su trabajo mediante el asesoramiento y la adición a sus conocimientos sobre la sostenibilidad
-

Clientes

- Establecer mecanismos para que los visitantes, asistentes a eventos y turistas, retroalimenten su experiencia, preferiblemente en medios electrónicos o usando papel reciclado
 - Escuchar con atención a empleados y clientes, convirtiendo las quejas en una oportunidad de mejora continua.
 - Detectar y compartir información sobre el patrimonio con personas que tengan intereses educativos
 - Informar a los turistas y visitantes sobre la capacidad de los lugares visitados.
 - Contar con un plan de contingencia para emergencias.
-

Pueblos indígenas y comunidades, afro colombianos y otros grupos étnicos

- No discriminar a los empleados por cuestiones étnicas, de género, raza, cultura o religión.
 - Al momento de contratar preferencia hacia personas que demuestren su capacidad y que sean de grupos minoritarios o con pocas posibilidades de obtener empleo en otras actividades productivas de la zona.
-

Fuente: Elaboración propia con base en la guía para la elaboración de plan de negocios con enfoque en la sostenibilidad de la universidad externado de Colombia.

6. CONCLUSIONES

- La investigación de mercados permitió conocer que el 91% de las personas encuestadas están de acuerdo que Risaralda necesita un lugar donde se enseñe aspectos detallados de la historia y el conocimiento ancestral de todo el departamento, por tal motivo se concluye que el Centro de Arte y Cultura es un plan de negocios indispensable para el fomentar el turismo cultural y el sentido de pertenencia en los habitantes.
- El turismo está creciendo fuertemente en Pereira, y se han realizado varios proyectos como el Paisaje Cultura Cafetero, el parque temático y la remodelación del aeropuerto, esto con el fin de que la ciudad y todo el departamento tenga un mejor desarrollo turístico, lo que permitirá continuar con la implementación de más atractivos que complementen lo ya existente e impulsen la innovación y el progreso en el sector económico, aspecto positivo para hacer posible la ejecución de este plan de negocios.
- Es indispensable implementar lugares de interés cultural y concebir en el departamento un alto nivel educativo, que aporte a mejorar los procesos de planeación, mejoramiento de los servicios y la oferta turística existente, todo basado en la satisfacción y admiración de los pobladores por ser parte de un legado formado por sus antepasados, reconocidos por tener valores, costumbres y el coraje necesario para lograr el cumplimiento de los deseos y objetivos en común.
- El Centro de Arte y Cultura será un lugar que irá a la vanguardia con las necesidades que surgen constantemente en el campo turístico y con los temas de interés actual, tales como la implementación de tecnologías que ayuden a niños y adultos a acceder de forma fácil y divertida a todo tipo de información útil, sumado a ello tendrá la implementación de eco tecnologías que aportarán a minimizar los impactos negativos sobre el medio natural, al igual que la sostenibilidad la cual ayudará con el desarrollo de prácticas positivas para reducir los riesgos que afecten a la sociedad y al patrimonio.
- Como se puede ver en este trabajo, lo que se ha hecho es estudiar la viabilidad del proyecto, empezando desde su etapa de inicio con la adecuación del lugar, hasta la etapa de operación de la empresa.

Financieramente se concluye que el centro de Arte y Cultura de Risaralda es viable, recupera su inversión inicial al cuarto año de funcionamiento, a partir de este se ven reflejadas las ganancias.

7. RECOMENDACIONES

- Impulsar en mayor medida campañas que permitan la identificación y reconocimiento en comunidades sobre la historia y el patrimonio cultural, del territorio.
- El gobierno debe enfocar sus programas hacia la inversión social en actividades que beneficien y promuevan el desarrollo social económico y ambiental dentro de la población urbana y rural.
- Se recomienda que la carrera administración en turismo sostenible pueda tener un mayor reconocimiento en la ciudad, para que muchas más personas se puedan preparar académicamente y de igual manera las empresas vinculen estas personas capacitadas en el sector y se logre un mejor desarrollo en el tema cultural de la ciudad.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- QODE. ¿Qué es una App? [En línea]. 2012. Disponible en: [<http://qode.pro/blog/que-es-una-app/>].
- WIKIPEDIA. Código QR. [En línea]. 2015. Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Código_QR].
- XAVIER RIBA, Esteve. La realidad aumentada. [En línea]. 2013. España. Disponible en: [<http://www.il3.ub.edu/blog/?p=2060>].
- WIKANDA. Centro de Arte Contemporáneo. [En línea]. Disponible en: [http://www.wikanda.es/wiki/Centro_de_arte_contemporáneo].
- CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. Sección de patrimonio cultural. [En línea]. Disponible en: [<http://www.portalpatrimonio.cl/programas/turismo/>].
- LA TARDE. Arte en Pereira, un patrimonio para visitar y descubrir. [En línea]. 2013. Colombia. Disponible en: [<http://www.latarde.com/noticias/pereira/117166-arte-en-pereira-un-patrimonio-para-visitar-y-descubrir>].
- DIBAM. Memoria, cultura y creación. Lineamientos políticos. [En línea]. 2005. Disponible en: [http://www.dibam.cl/Vistas_Publicas/publicContenido/contenidoPublicDetalle.aspx?folio=4338&idioma=0].
- UNESCO. Capítulo II marco teórico. [En línea]. 2002. Disponible en: [http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/galindo_v_lp/capitulo2.pdf].
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Capítulo II marco teórico. [En línea]. 2001. Disponible en: [http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/galindo_v_lp/capitulo2.pdf].
- DIANA GUERRA. II congreso virtual de turismo Capítulo II marco teórico. [En línea]. 2003. Disponible en: [http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/galindo_v_lp/capitulo2.pdf].
- TURISMO CULTURAL. Patrimonio, museos y empleabilidad. [En línea]. 1976. Disponible en:

[http://www.turismoculturalun.org.ar/pdfs/El_turismo_Cultural_Patrimonio_museos_y_empleabilidad.pdf].

- WIKIPEDIA. 2015. [En línea]. Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Código_QR].
- WIKIPEDIA. 2015. [En línea]. Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Aplicación_móvil].
- GESTIONCULTURAL. [En línea]. Disponible en: [<http://www.gestioncultural.org>].
- WIKIPEDIA. 2015. [En línea]. Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Realidad_aumentada].
- LEY 1185. Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997. 2008. Colombia. [En línea]. Disponible en: [<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=337>].
- LEY 397. Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. 1997. Colombia. [En línea]. Disponible en: [<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=337>].
- LEY 397. Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. 1997. Colombia. [En línea]. Disponible en: [<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=337>].
- ICOM. Código de deontología del ICOM para los museos. 2004. [En línea]. Disponible en: [<http://icom.museum/la-vision/codigo-de-deontologia/L/1/>].
- PROEXPORT. 2009. [en línea]. Disponible en: [antiguo.proexport.com.co].
- LA TARDE. Promoción en el extranjero trae turistas a Risaralda. 2013. [En línea]. Disponible en: [<http://www.latarde.com/noticias/economica/118314-promocion-en-el-extranjero-trae-turistas-a-risaralda>].
- PROCOLOMBIA. Financial Times reconoce el futuro inversionista de Cali, Barranquilla, Bogotá y Pereira. 2013. [En línea]. Disponible en: [<http://www.procolombia.co/noticias/financial-times-reconoce-el-futuro-inversionista-de-cali-barranquilla-bogota-y-pereira>].

- DANE y PROEXPORT. Informe Turismo Extranjero en Colombia. 2012. [En línea]. Disponible en: [http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/informe_proexport_turismo_extranjero_en_colombia_a_diciembre_2012_final.pdf].

9. ANEXOS

ANEXO No A

Competencia directa e indirecta del Centro de Arte y Cultura de Risaralda

COMPETENCIA DIRECTA	COMPETENCIA INDIRECTA
RECUCA QUINDIO	COMFAMILIAR GALICIA - CONSOTA
MUSEO DEL PARQUE DEL CAFÉ, QUINDIO	MUSEO HISTÓRICO ARQUEOLÓGICO ELÍSEO BOLÍVAR, BELEN DE UMBRIA
PARQUE LOS ARRIEROS, QUINDIO	CASA DE LA CULTURA MARSELLA
MUSEO INTERACTIVO DE CIENCIA Y JUEGO, MANIZALES	MUSEO DE ARTE DE PEREIRA
MALOKA	MUSEO DEL ORO QUIMBAYA, QUINDIO
MUSEO DEL CARIBE	CASA MUSEO HACIENDA LA CABAÑA, QUINDIO
	CENTRO DE ESTUDIO E INVESTIGACIÓN DE LA GUADUA, QUINDIO
	MUSEO DE ORO DE MANIZALES
	MUSEO ARTES DE CALDAS
	CENTRO CULTURAL DE SANTIAGO DE CALI
	MUSEO DEPARTAMENTAL DE CIENCIAS NATURALES, CALI
	CASA DE SANTANDER
	MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA, BOGOTA
	MUSEO DEL ORO, BOGOTA
	MUSEO DE BOTERO, BOGOTA
	QUINTA DE BOLIVAR, BOGOTA
	MUSEO DE ARTE MODERNO DE BOGOTA
	CENTRO HISTORICO DE BOGOTA
	MUSEO PEDRO NEL GOMEZ
	MUSEO MODERNO DE ARTE DE MEDELLIN
	QUINTA DE SAN PEDRO ALEJANDRINA
	MUSEO ANTIOQUIA
	ACUARIO Y MUSEO DEL MAR DE RODADERO
	TAYRONACA
	TEATRO AMIRA DE LA ROSA
	CASA MUSEO JULIO FLOREZ
	MUSEO ETNOGRAFICO DEL HOMBRE AMAZONICO
	PUENTE DE BOYACA
	MUSEO ARQUEOLÓGICO DEL HUILA
	PARQUE SANTANDER Y ORELLANA
	MUSEO OMAR RAYO
	MUSEO DEL SOL
	MUSEO DIOCESANO DE ARTE RELIGIOSO
	MUSEO HISTÓRICO Y PALACIO DE LA INQUISICION
	MUSEO DE ORO DE CARTAGENA
	MUSEO NAVAL DE CARTAGENA
	MUSEO DE ARTE MODERNO DE CARTAGENA
	MUSEO ISLEÑO
	MUSEO NAVAL DE SAN FERNANDO

ANEXO No B

Población objeto de estudio y de la muestra

- **Encuesta investigativa (formato)**

Estamos interesados en saber que conocimiento tienen las personas de la ciudad de Pereira sobre la cultura e historia que tiene la región , que opinan sobre si visitarían un centro de arte y cultura en la ciudad y de que lugares han llegado las personas que nos visitan. Respuesta sí o no y Señale con una x una opción de una pregunta.

1. ¿Usted es de un lugar fuera de Risaralda?

Si----- no-----

Si la respuesta es sí, ¿de dónde?

Si----- no-----

2. ¿Su entrada al departamento fue por?:

Aeropuerto

Terminal

Carretera

3. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Visita familiar

Negocios

Evento

Descanso o inversión

Conocer, cultural

Compras

Estudios

Otros

4. ¿Cree usted que Risaralda necesita un centro de arte y cultura que dé a conocer aspectos más detallados de él?

Si----- no-----

5. ¿Le interesa a usted conocer la historia del departamento?

Si-----no-----

6. ¿En la ciudad de Pereira le han ofrecido algún tipo de servicio, donde usted pueda encontrar la historia de la región?

Si-----no-----

7. ¿Es el turismo cultural un atractivo de la región cafetera?

Si----no-----

8. ¿Cree usted que es importante implementar y desarrollar un turismo sostenible para contribuir al cuidado ambiental y social de la región?

Si-----no-----

9. ¿Considera importante rescatar y revalorizar los conocimientos y prácticas tradicionales?

Si-----no-----

- **Tamaño de la muestra**

- **Formula:** confiabilidad = 95%

$$z^2 \cdot p \cdot q / e^2$$

$$\begin{aligned} \text{FINITO } \approx n &= (z^2 e^2) = \frac{(1,960^2) 0,9 \cdot 0,1}{(0,05)^2} \\ &= 138 \end{aligned}$$

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confianza

e= error

Según la fórmula de finito, se requiere un total de 138 encuestas, para la realización de estas, se creó un formato en Google drive, invitando los contactos de personas de la ciudad que si estarían interesados en visitar un centro de arte y cultura que les brindara conocimientos sobre la cultura de Risaralda.

Estadístico de prueba o Valor crítico

El valor crítico es necesario sacarlo con el fin de determinar la hipótesis según la prueba piloto con 10 encuestas realizadas y la prueba final con 138 encuestas realizadas.

FORMULA

$$Z = \frac{\rho - \rho_0}{\sqrt{\frac{\rho_0(1-\rho_0)}{n}}}$$

ρ = proporción muestral

ρ_0 = proporción inicial

Z = nivel de confianza

n = tamaño de la muestra

Pregunta 1

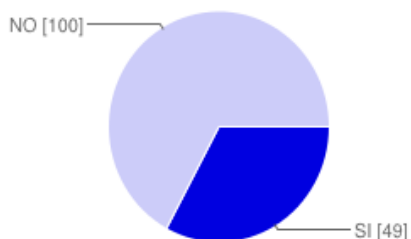
¿Usted es de un lugar fuera de Risaralda?

ENCUESTAS	138	
SI	39	33%
NO	100	67%

P	0,28
Q	0,72
S2	27,98

Media	39
-------	----

Confiabilidad	95%
Z	1,96
Error	5%
S2	27,9782609



Respuesta:

- El 28% de las personas encuestadas dicen que son de un lugar fuera de Risaralda.
- El 67% de las personas encuestadas dicen que son de Risaralda. c

$$P = \frac{38}{138} = 0.27. C 95\% 1,833$$

$$q = 1 - 0,27 = 0.73$$

$$n = 138$$

$$X = n \cdot p = 138 \cdot 0,27 = 37.26$$

$$S^2 = n \cdot p \cdot q = 138 \cdot 0,27 \cdot 0,73 = 27.19$$

$$38 \pm 1,833 \cdot \frac{\sqrt{27.19}}{137} = 0.81$$

$$38 \pm 0,81 =$$

$$38 - 0,81 = 37.17$$

$$38 + 0,81 = 38.81$$

$$\frac{37.17}{138} = 0.26 \quad \sim \quad \frac{38.81}{138} = 0.28$$

$$0,26 * 100\% = 26\% \quad \sim \quad 0,28 * 100\% = 28\%$$

- **Hipótesis:** Haciendo la comparativa con la prueba piloto y la prueba final, arroja que se mantuvo con un 0,464144_aceptando la hipótesis.

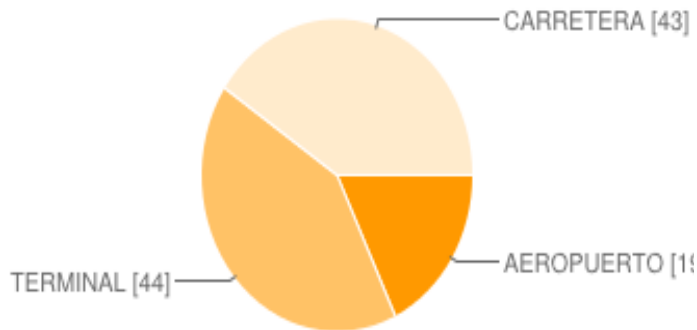
$$\rho_0 = 0,5\rho = 0,28$$

$$\frac{0,28 - 0,5}{\sqrt{\frac{0,5(0,2)}{138}}} = \frac{-0,22}{2,23} = -0.09 = \mathbf{0,464144}$$

Pregunta 2

¿Su entrada al departamento fue por?:

AEROPUERTO	19	13%
TERMINAL	44	30%
CARRETERA	43	29%



Si la respuesta es sí, ¿de dónde?

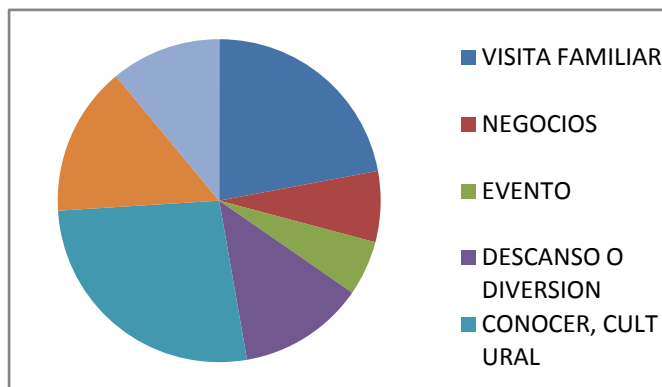
- Antioquia
- supia caldas
- Medellín
- aguadas caldas
- caldas
- Armenia
- Manizales
- España
- Bogotá
- Manizales
- Si, Argentina
- España
- Armenia
- Bogotá
- armenia
- Cali
- san José de Costa Rica
- Pasto
- España
- Quindío
- san Andrés
- Orlando, Florida, USA.
- Valledupar
- Guapi Cauca
- Anserma caldas

- El 13% de la población encuestada respondió que llegan por aeropuerto.
- El 30% de la población encuestada respondió que llegan a la ciudad por terminal.
- El 29% de la población encuesta respondió que llegan a la ciudad por carretera.

Pregunta 3

¿Cuál es el motivo de su viaje?

VISITA FAMILIAR	28	23%
NEGOCIOS	9	6%
EVENTO	7	5%
DESCANSO O DIVERSION	16	11%
CONOCER, CULTURAL	34	19%
COMPRAS , ESTUDIO	19	13%
OTROS	14	9%



- El 23% de las personas visitan Pereira por motivo de visita familiar.
- El 6% de las personas visitan Pereira por motivo de negocios evento.
- El 5% de las personas que visitan Pereira por motivo evento descanso o diversión.
- El 19% de las personas que visitan Pereira por motivo conocer, cultural.
- El 13% de las personas que visitan Pereira por motivo compras, estudio.
- El 9% de las personas que visitan Pereira por otros motivos.

Pregunta 4

¿Cree usted que Risaralda necesita un centro de arte y cultura que dé a conocer aspectos más detallados de él?

ENCUESTAS	138	
SI	136	91%
NO	2	4%



ENCUESTAS	138
P	0,99
Q	0,01
S2	1,97

MEDIA	136
-------	-----

$$P = \frac{136}{138} = 0,27. C 95\% 1,833$$

$$q = 1 - 0,27 = 0,73$$

$$n = 138$$

$$X = n \cdot p = 138 \cdot 0,27 = 37,26$$

$$S^2 = n \cdot p \cdot q = 138 \cdot 0,27 \cdot 0,73 = 27,19$$

$$136 \pm 1,833 \cdot \frac{\sqrt{27.19}}{138} = 0.8$$

$$138 \pm 12.7 =$$

$$136 - 0.80 = 135.2$$

$$136 + 0.80 = 136.8$$

$$\frac{135.2}{138} = 0.97 \quad \sim \quad \frac{136.8}{138} = 0.99$$

$$0,97 * 100\% = 97\% \quad \sim \quad 0,99 * 100\% = 99\%$$

- **Hipótesis:** _Haciendo la comparativa con la prueba piloto y la prueba final, arroja que se mantuvo con un hipótesis.0.684386

$$\rho_0 = 0,10 \rho = 0,99$$

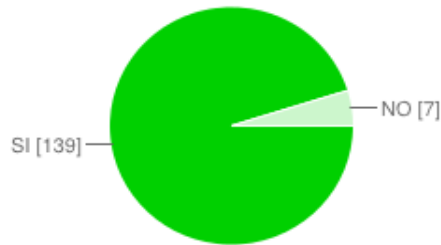
$$\frac{0,99 - 0,10}{\sqrt{\frac{0,10(0,7)}{138}}} = \frac{0.89}{1.83} = 0.48 = \mathbf{0.684386}$$

Pregunta 5

¿Le interesa a usted conocer la historia del departamento?

ENCUESTAS	138	
SI	131	93%
NO	7	5%

ENCUESTAS	138
P	0,95
Q	0,05
S2	6,64
MEDIA	131



$$P = \frac{131}{138} = 0.945. C 95\% 1,833$$

$$q = 1 - 0,945 = 0.05$$

$$n = 138$$

$$X = n \cdot p = 138 \cdot 0,05 = 6.9$$

$$S^2 = n \cdot p \cdot q = 138 \cdot 0,945 \cdot 0,05 = 3.10$$

$$131 \pm 1,833 \cdot \frac{\sqrt{3.10}}{138} = 0.46$$

$$138 \pm 0.46 =$$

$$131 - 0.46 = 130.54$$

$$131 + 0.46 = 131.46$$

$$\frac{130.54}{138} = 0.94 \quad \sim \quad \frac{131.46}{138} = 0.95$$

$$0,94 * 100\% = 94\% \quad \sim \quad 0,95 * 100\% = 95\%$$

- **Hipótesis:** Haciendo la comparativa con la prueba piloto y la prueba final, arroja que se mantuvo con un aceptando la hipótesis. 0.673645

$$\rho_0 = 0,09 \rho = 0,95$$

$$\frac{0,95 - 0,10}{\sqrt{\frac{0,10(0,8)}{138}}} = \frac{0.85}{1.95} = 0.45 = \mathbf{0.673645}$$

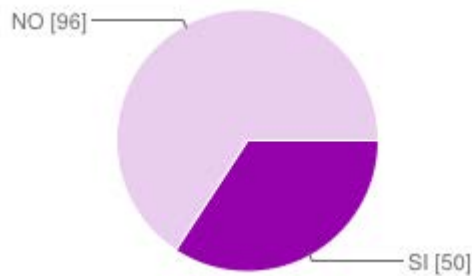
Pregunta 6

¿En la ciudad de Pereira le han ofrecido algún tipo de servicio, donde usted pueda encontrar la historia del departamento?

ENCUESTAS	138	
SI	50	34%
NO	88	64%

ENCUESTAS	138
P	0,36
Q	0,64
S2	31,88

MEDIA	50
-------	----



- El 34% de las personas encuestas dicen que en Pereira no les han ofrecido ningún tipo de servicio, donde puedan encontrar la historia del departamento.

$$P = \frac{50}{138} = 0.36. C 95\% 1,833$$

$$q = 1 - 0,36 = 0.64$$

$$n = 138$$

$$X = n \cdot p = 138 \cdot 0,64 = 88.32$$

$$S^2 = n \cdot p \cdot q = 138 \cdot 0,64 \cdot 0,36 = 31.79$$

$$50 \pm 1,833 \cdot \frac{\sqrt{31.79}}{138} = 0.86$$

$$138 \pm 0.86 =$$

$$50 - 0.86 = 49.14$$

$$50 + 0.86 = 50.86$$

$$\frac{49.14}{138} = 0.35 \quad \sim \quad \sim \quad \frac{50.86}{138} = 0.36$$

$$0,35 * 100\% = 35\% \quad \sim \quad 0,36 * 100\% = 36\%$$

- **Hipótesis:** Haciendo la comparativa con la prueba piloto y la prueba final, arroja que se mantuvo con un aceptando la hipótesis. 0.606420

$$\rho_0 = 0,03 \quad \rho = 0,36$$

$$\frac{0,96 - 0,3}{\sqrt{\frac{0,3(0,4)}{138}}} = \frac{0,66}{2.46} = 0.27 = \mathbf{0.606420}$$

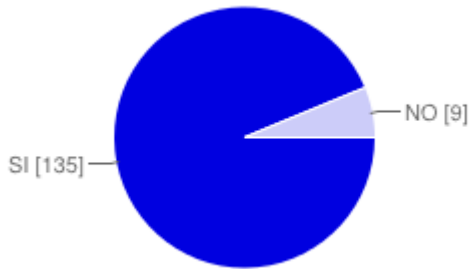
Pregunta 7

¿Es el turismo cultural un atractivo del departamento?

ENCUESTAS	138	
SI	135	91%
NO	9	6%

ENCUESTA	138
P	0,98
Q	0,02
S2	2,93

MEDIA	135
-------	-----



- El 91% de la población encuestada dice que el turismo cultural es un atractivo del departamento.

$$P = \frac{135}{138} = 0.97. C 95\% 1,833$$

$$q = 1 - 0,97 = 0.03$$

$$n = 138$$

$$X = n \cdot p = 138 \cdot 0,03 = 4.14$$

$$S^2 = n \cdot p \cdot q = 138 \cdot 0,94 \cdot 0,03 = 3.83$$

$$135 \pm 1,833 \cdot \frac{\sqrt{3.83}}{138} = 0.29$$

$$138 \pm 0.29 =$$

$$135 - 0.29 = 134.71$$

$$135 + 0.29 = 135.29$$

$$\frac{134.71}{138} = 0.97 \quad \sim \quad \frac{135.29}{138} = 0.98$$

$$0,97 * 100\% = 97\% \quad \sim \quad 0,98 * 100\% = 98\%$$

- **Hipótesis:** Haciendo la comparativa con la prueba piloto y la prueba final, arroja que se mantuvo con un aceptando la hipótesis.0.701944

$$\rho_0 = 0,09 \rho = 0,98$$

$$\frac{0,98 - 0,09}{\sqrt{\frac{0,09(0,6)}{138}}} = \frac{0,89}{1,67} = 0,53 = \mathbf{0.701944}$$

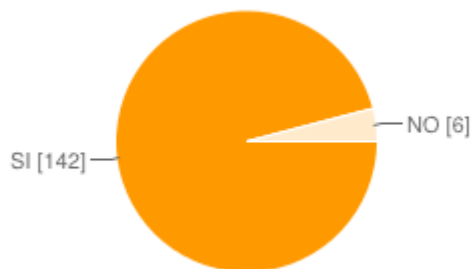
Pregunta 8

¿Cree usted que es importante implementar y desarrollar un turismo sostenible para contribuir al cuidado ambiental y social del departamento?

ENCUESTAS	138	
SI	135	95%
NO	3	4%

ENCUESTAS	138
P	0,94
Q	0,06
S2	7,54

MEDIA	130
-------	-----



- El 95% de la población encuestada dice que es importante desarrollar turismo sostenible para contribuir al cuidado ambiental y social del departamento.

$$P = \frac{131}{138} = 0,94. C 95\% \quad 1,833$$

$$q = 1 - 0,94 = 0,06$$

$$n = 138$$

$$X = n \cdot p = 138 \cdot 0,06 = 137,94$$

$$S^2 = n.p.q = 138 . 0,94.0,06 = 1.78$$

$$131 \pm 1,833 . \frac{\sqrt{1.78}}{138} = 0.20$$

$$138 \pm 0.20 =$$

$$131 - 0.20 = 130.8$$

$$131 + 0.20 = 131.2$$

$$\frac{130.8}{138} = 0.94 \quad \sim \quad \frac{131.2}{138} = 0.95$$

$$0,94 * 100\% = 94\% \quad \sim \quad 0,95 * 100\% = 95\%$$

- **Hipótesis:** _Haciendo la comparativa con la prueba piloto y la prueba final, arroja que se mantuvo con un aceptando la hipótesis.0.543795

$$\rho_0 = 0,10 \rho = 0,95$$

$$\frac{0,95 - 0,10}{\sqrt{\frac{0,10(0,10)}{138}}} = \frac{0,85}{7.27} = 0.11 = \mathbf{0.543795}$$

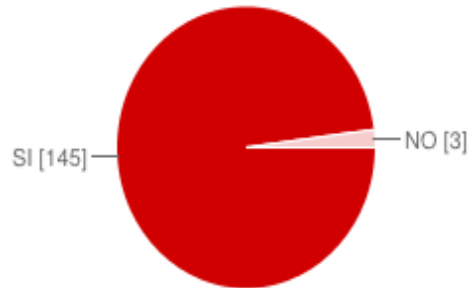
Pregunta 9

¿Considera importante rescatar y revalorizar los conocimientos y prácticas tradicionales?

ENCUESTAS	138	
SI	145	97%
NO	3	2%

ENCUESTAS	138
P	1,05
Q	-0,05
S2	-7,36

MEDIA	145
-------	-----



- El 97% de las personas encuestadas dicen que consideran importante rescatar y revalorizar los conocimientos y prácticas tradicionales.

$$P = \frac{135}{138} = 0.97. C 95\% 1,833$$

$$q = 1 - 0,97 = 0.03$$

$$n = 138$$

$$X = n \cdot p = 138 \cdot 0,03 = 4.14$$

$$S^2 = n \cdot p \cdot q = 138 \cdot 0,94 \cdot 0,03 = 3.83$$

$$135 \pm 1,833 \cdot \frac{\sqrt{3.83}}{138} = 0.29$$

$$138 \pm 0.29 =$$

$$135 - 0.29 = 134.71$$

$$135 + 0.29 = 135.29$$

$$\frac{134.71}{138} = 0.97 \quad \sim \quad \sim \quad \frac{135.29}{138} = 0.98$$

$$0,97 * 100\% = 97\% \quad \sim \quad 0,98 * 100\% = 98\%$$

- **Hipótesis:** Haciendo la comparativa con la prueba piloto y la prueba final, arroja que se mantuvo con un aceptando la hipótesis.0.670031.

$$\rho_0 = 0,10 \rho = 0,98$$

$$\frac{0,98 - 0,10}{\sqrt{\frac{0,10(0,8)}{138}}} = \frac{0,88}{1,99} = 0,44 = \mathbf{0.670031}$$

ANEXO No C

Estados y proyecciones financieras.

PERSONAL				
Cargo	# Personas	Salario	TOTAL	AUX. TRANS.
Administrador	1	\$ 926.000	\$ 926.000	\$ 74.000,00
guia	2	\$ 726.000	\$ 1.452.000	\$ 148.000,00
mantenimiento general	1	\$ 644.350	\$ 644.350	\$ 74.000,00
curador	1	\$ 726.000	\$ 726.000	\$ 74.000,00
vigilancia	1	\$ 644.350	\$ 644.350	\$ 74.000,00
tecnico comercial	1	\$ 826.000	\$ 826.000	\$ 74.000,00
TOTALES	7	\$ 4.492.700	\$ 5.218.700,00	\$ 518.000,00

DEDUCCIONES				
DOTACION		SALUD	PENSION	TOTAL PAGADO
\$ 0,00		\$ 37.040	\$ 37.040	\$ 925.920,00
\$ 0,00		\$ 58.080	\$ 58.080	\$ 1.483.840,00
\$ 0,00		\$ 25.774	\$ 25.774	\$ 666.802,00
\$ 0,00		\$ 29.040	\$ 29.040	\$ 741.920,00
\$ 0,00		\$ 25.774	\$ 25.774	\$ 666.802,00
\$ 0,00		\$ 33.040	\$ 33.040	\$ 833.920,00
\$ 0,00		\$ 208.748	\$ 208.748	\$ 5.319.204,00

DATOS BASE	
Incremento Ventas	2%
Incremento de precio	4,5%
Ventas a crédito	0%
Ventas de contado	100%
Compras a crédito	5%
Compras de contado	30%
Precio venta por entrada	\$15.000
Suvenir	500
Imprevistos montaje	2.000.000
Publicidad (Sobre ventas)	2.000.000
% Deuda	2%
% Patrimonio	28.052.000
Efectivo disponible	30%
Salario mínimo	\$ 644.350
Subsidio de Transporte	\$ 74.000
Cesantías	8.33%
Intereses de las Cesantías	12%
Con familiar	4%
Salud Empleado	4%
Pensión empleador	12%
Pensión empleado	4%
ARP Admito	0,522%
ARP operativos	1,0440%
Horas Extra Diurnas	1.25%