

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

**TALLER DE GRADO II
TITULO
PARQUE NACIONAL DE LOS CAMPESINOS “PACO”**

**Tutor
ANGELA MARIA REYES**

**Elaborado por:
JULIAN FERNANDO GOMEZ CORTES
02 de Mayo de 2013**

1. Resumen Ejecutivo

La idea del negocio es construir el **PARQUE NACIONAL DE LOS CAMPESINOS COLOMBIANOS (PACO) - *Modelo de Productividad desde el Campo*** -, orientado a promover la aceleración económica e inclusión social del campesinado del oriente caldense, incluyéndolo y formándolo en mejores prácticas de producción y comercialización, haciendo de él un aliado estratégico del negocio.

El parque será para todos, y buscará un permanente reconocimiento al **Campesino**, a la persona, al hombre de carne y hueso, a quien gracias a su esfuerzo y dedicación, a su arraigo por la tierra y su comunidad, ha logrado contribuir al desarrollo del campo colombiano; quien pone a producir la tierra, a él es a quien se debe elogiar, con sus virtudes, capacidades y hasta su malicia indígena. El parque se caracterizará por un ambiente compuesto por las creaciones de los campesinos, sus parcelas, sus logros, sus construcciones, sus luchas, sus costumbres y sobre todo sus vivencias, todo en un escenario único que transportará al visitante a valorar el esfuerzo que hacen ellos por construir un mejor país.

El parque PACO, será un lugar de recreación, sano esparcimiento y de aprendizaje para chicos y grandes, todo alrededor de la cultura arriera y campesina, esto se logrará a través de escenarios naturales, culturales, amplios salones de exposiciones y extensas áreas de entretenimiento, que conforman un abanico de opciones para que los visitantes disfruten de una agradable experiencia. Estará ligado a un impresionante modelo de negocio único en este tipo, que generará que los campesinos de la región

tengan una oportunidad de crear su propia empresa, mediante la red de negocios inclusivos.

Los clientes serán la razón de ser de éste parque, satisfaciendo eficientemente a los dos grupos contemplados según las Plataformas Multilaterales; el Parque del Campesino Colombiano básicamente le apunta a dos segmentos de clientes interdependientes, son, Los campesinos, de manzanas y los municipios aledaños y su zona rural y de zonas urbanas aledañas, y en segundo lugar niños, jóvenes y adultos entre 3 y 70 años, de estratos, 3, 4 y 5 de las ciudades de influencia.

El parque además de ser una fuente de empleo, impulsará y generará una red de organizaciones que se unan para crear valor permanentemente, para impulsar más proyectos que aumenten la cantidad de turistas en la zona, de ésta manera cada eslabón de la cadena productiva interactuará y generará desarrollo, sostenibilidad y sustentabilidad tanto para el parque, como para la comunidad que carece de todas las herramientas y oportunidades para mejorar su calidad de vida.

Teniendo en cuenta que los campesinos necesitan una gran cantidad de compradores para sus productos; se les ofrecerá a los clientes un novedoso parque temático que cumplirá sus expectativas en diversión, y así mismo les presentará un gran portafolio de productos que podrán adquirir por medio del parque.

La inversión requerida para iniciar este proyecto será: aporte de un inversionista por \$403'000.000 y un crédito otorgado por alguna entidad pública por \$300'000.000, para una inversión inicial total de \$703.000.000.

El inversionista recibirá el retorno de su inversión en los cinco primeros años de funcionamiento del parque y el crédito otorgado por la entidad del estado, será cubierto en su totalidad en igualmente periodo de tiempo.

2. Análisis de productos y servicios

El parque de los campesinos PACO, será líder del mercado entregando crecimiento y soluciones al sector turístico y agropecuario del municipio de manzanares y del oriente de caldas. Se destacan sus productos y servicios, y su alto compromiso en aras de que la comunidad tenga una prosperidad a largo plazo. Además, suministrará una serie de productos que aseguran un óptimo control de calidad y buscará ser líder en el mercado gracias a su disponibilidad, calidad y variedad.

2.1 Productos

Los productos del parque serán diferentes a los que ofrecen los competidores, así como los visitantes encontrarán diferentes artículos dentro de las instalaciones del parque Paco. Se tendrá una plazoleta única de comercialización, donde reunirán diferentes tipos de negociaciones y se alquilaran las zonas comunes para stands y otro tipo de comercios como: cafés, snacks, artesanías y restaurantes.

Cada producto del parque será recaudado de una manera independiente, en cada ingreso a dicha atracción habrá control de ingresos, y dicha boletería se podrá obtener en la caja principal, así como un pasaporte Premium que será el único que tendrá validez para todas las atracciones.

Productos en alianza con campesinos: los productos que comercializaran en el parque, serán:

- Frutas: naranja, mandarina, limón, guayaba, mora, banano, uchuva y granadilla.
- Verduras: plátano, yuca, arracacha, y aguacate.
- Productos procesados: panela en bloque, panela pulverizada y productos elaborados a base de café.
- Productos artesanales: ruanas, pulseras, manillas, sacos, bufandas, aretes, bolsos y un selecto grupo de artículos típicos elaborados en fique y cuero propios de la región del oriente caldense y en especial de Manzanares.

2.2 Servicios

El parque PACO ofrecerá los siguientes servicios.

Desfiles y Eventos

- Desfiles de carrozas: disfruta el desfile de carrozas tematizadas con las tradiciones arrieras, indígenas y campesinas.
- Show coplas y trovas para público infantil: gran show teatro musical con 3 de los más importantes arrieros que contarán sus historias y repentizaran con sus coplas alusivas a la historia de la región y al acontecer del campesino colombiano. Se presentaran personajes como: Carriel, el duende y culebro.
- Paseo en carroza: recorrido en carrozas haladas por espectaculares caballos, capacidad por carroza de 10 personas.
- Ordeño de vacas, cabras y ovejas: interactividad con los animales del parque, los visitantes aprenderán sobre el manejo y las técnicas de los ordeñadores y cuidadores de dichos animales, también interactuaran y harán parte por unas

horas de esta labor tan difícil, pero que además, será para nuestros visitantes una experiencia única e inigualable, personas que nunca han estado en una finca tendrán un día soñado.

- Ensillar mulas y caballos: los clientes se darán cuenta de lo importante de este oficio y serán quienes, carguen las mulas y ensillen caballos, que posteriormente montaran, y darán un paseo mágico.
- Cabalgata paso fino colombiano: los clientes tendrán la oportunidad de cabalgar en hermosos caballos de paso fino colombiano, (en ningún otro lugar se ofrece este servicio). Además los visitantes incursionaran en la pista de juzgamiento, donde se resolverán las dudas y se enseñaran técnicas y procesos de adiestramiento de dichos animales.
- Cabalgata trocha y galope: recorrido por senderos especiales en caballos de trocha y galope, alrededor del Parque.
- Sendero ecológico: Recorrido de aproximadamente 2 kilómetros entre árboles gigantes, pinos y cascadas de aguas cristalinas, los usuarios podrán relajarse, respirar aire nuevo y disfrutar de un merecido descanso en hamacas y camas de casas típicas, con refrigerio incluido al estilo de los arrieros.
- Ruta de la arriería: recorrido por importantes caminos de otrora, de caminos viejos, hechos por los colonizadores antioqueños en esta zona.
- Ruta del aguardiente: importante recorrido por la zona donde se inventó el producto insignia de la industria licorera de caldas, el aguardiente amarillo de Manzanares, se recrearan lugares y personajes típicos principales, además la forma como se producía y los productos utilizados para su fabricación.

- Show indios pantagoras: show musical con danzas, teatro y coreografías, donde los personajes y la música interactúan con el público.
- Noche paisa: exhibición de caballos de paso fino colombiano, trocha y galope,
- Tardes paisitas: fiestas y un evento infantil para amenizar cumpleaños o días especiales de los niños, la temática es exclusiva.
- Zona de camping: los visitantes podrán utilizar una extensa zona verde, para pernoctar de una manera diferente y atractiva.
- Aventuras extremas
 - o Pista de cuatrimotos: atracción especial para los más osados.
 - o Muro natural de escalada: aprovechando la geografía de la zona, se adecuará un muro formado naturalmente de piedra.
- Eventos: el parque PACO, también presenta su portafolio de eventos e integración para familias y empresas.
- Montajes especiales y espectáculos fuera del parque
- Conmemoración de días especiales y fiestas nacionales:
 - o Día del campesino: celebración de dicho día para conmemorar y premiar a los campesinos de Colombia (1 de julio de cada año).
 - o Día del arriero: Encuentro nacional de arrieros, estos llegarán desde Medellín, Armenia y Manizales a lomo de mula, por los antiguos caminos de arriería, finalizando en el parque Paco (12 de agosto de cada año).
 - o Día de la tierra: día para agradecer e inculcar al mundo sobre lo importante de cuidar nuestro planeta (22 de abril de cada año).

- Día del agua: (22 de marzo de cada año) generar conciencia sobre uso de nuestro principal recurso natural.
- Día del trabajo: en asocio con alcaldía (1 de mayo de cada año).
- Día de la raza: conmemoración de este importante día en las instalaciones del parque (12 de octubre de cada año).

2.3 Proveedores

Nuestros proveedores, en su primera fase serán:

- Construcción y adecuación: los estudios y el proceso de construcción de la primera fase estará a cargo de la empresa de Arquitectos Arcotek Soluciones Ltda., dicha empresa se encargará de la construcción del parque, desde la iniciación y puesta en marcha de los primeros edificios y oficinas, así como el diseño de vías de acceso y senderos.
- Productos agrícolas: campesinos agremiados, que presentarán sus productos en el parque, entre las asociaciones campesinas más importantes se encuentran:
 - Amuciman: Asociación de mujeres campesinas de Manzanares.
 - Aspaneleros: Asociación de paneleros de Manzanares.
 - Asocaña: Asociación de productores de caña del oriente de caldas.
 - Cooperativa de caficultores de Manzanares.
 - Ascampo: Asociación Campesinos de Manzanares y el alto oriente.
 - Sociedad de Avistamiento de aves.
 - Pro-oriente: empresa maderera del oriente de caldas
- Logística y distribución Cootraman, cooperativa de transportadores de Manzanares Ltda., será la encargada de la logística y el transporte.

3. Análisis de mercados

3.1 Estudio de la industria

Colombia es un país de pocos parques temáticos, y éste parque se ubicaría en una zona regional donde no existe ninguno, y donde además no se tienen proyectos ni a corto ni a largo plazo de esta índole. El complejo más cercano es el Eco parque los Yarumos en el municipio de Manizales y su distancia en tiempo es de 3 horas.

El Plan Nacional de Desarrollo de Colombia 2010 - 2014, plantea el tema turístico como:

“motor de desarrollo regional, el gobierno nacional trata de concientizar a los colombianos, para que se unan formen empresas, presentes proyectos de envergadura, para acelerar el desarrollo de los pueblos que no tiene planes para su inmediato futuro. Además dentro de las locomotoras para la consolidación del crecimiento y el empleo, la de los sectores basados en la innovación, de las cuales hacen parte las TIC, biotecnología, diseño, logística, salud, industrias creativas y culturales, el país está dando un gran paso, es el momento de romper esquemas y aprovechar las oportunidades del gobierno”. (PND 2010 – 2014)

El parque contribuirá y será un nuevo renglón importante de la economía de la región del oriente caldense, generará nuevas formas de producción, que aportarán y desarrollarán nuevos ingresos, no sólo por el aspecto turístico sino en el económico. El sector turístico actualmente es de los más importantes en la economía colombiana, ya que se está beneficiando por el movimiento de personas especialmente turistas a la

zona cafetera, esto debido a los importantes canales de comunicación que han hecho promoción turística de esta hermosa región.

De la mano con el turismo vienen importantes cambios para la región del oriente caldense, tales como la reciente inauguración de una de las plantas madereras más importantes de Latinoamérica, así como lo refiere el periódico La Patria en un reciente artículo en temas de negocios, titulado *Oriente de Caldas modela la producción de madera*, indica que en esta planta se trabaja en la parte ambiental para mitigar el impacto en la producción y de alguna manera este proyecto beneficiará al municipio con sus 150 puestos de trabajo que está utilizando personal de la zona. El crecimiento económico del municipio ha empezado un surgimiento importante y además el bienestar social del país ha mejorado al difundir su cultura y por otro lado está generando empleos directos e indirectos (La Patria [negocios] 2013. Oriente de Caldas moldea la producción de madera ¶)

Según CECODES, los negocios inclusivos son “una iniciativa empresarial que, sin perder de vista el objetivo final que es el de generar ganancias, contribuye a superar la pobreza al incorporar a los campesinos o ciudadanos de bajos ingresos a la cadena de valor” (2010), es decir, en el parque se formará una red única, generando nuevos proyectos, mejorar las prácticas de producción, y construir eslabones que beneficien a todas las partes involucradas, así ellos podrán mercadear sus productos contando con un aliado, que se encargará de buscarles canales de distribución masivos.

La viabilidad del sector turismo y la voz del gobierno está dicha en el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014; se están apoyando proyectos innovadores, generarle al país y a las regiones, nuevos horizontes, con el fin de alcanzar niveles importantes de ocupación donde antes, no se tenían visos de un cambio en la economía. Se debe tener en cuenta que:

“El contexto histórico que enmarca este Plan Nacional de Desarrollo es diferente al de otras administraciones. Estamos frente a un optimismo auténtico en nuestro futuro, una confianza incomparable en las potencialidades del país y una imagen en el exterior que es claramente positiva. De ser percibidos en el mundo como un Estado fallido pasamos a convertirnos en una economía emergente, atractiva para la inversión y para el turismo. (PND 2010 2014, p. 10).

Dentro de los planes del Departamento de Caldas, están el de cofinanciar proyectos productivos agropecuarios, fortalecer el sector agropecuario facilitando el acceso a crédito a Productores, y así mismo apoyar el emprendimiento enfocado a micro y fami empresas, acompañar a 50 empresas de Caldas para la formación, producción y Comercialización de productos a través de la consolidación de alianzas gremiales con la red de emprendimiento (Plan de desarrollo de Caldas 2012 – 2015).

El impacto que tiene la industria del turismo en la economía nacional y por ende en la del departamento de caldas, medida por su PIB, se observa que está por encima del promedio nacional que esta por 14% y Caldas con un 15.2% supera y coloca cifras positivas, mostrando así, que el turismo es un industria la cual está en auge junto con sus derivados como lo son; hoteles, transporte, restaurantes, etc.

Grafico 1: Producto Interno Bruto 2011

Departamento de Caldas

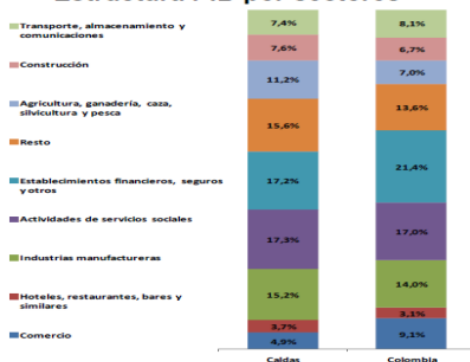


MinCIT
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

PROSPERIDAD
PARA TODOS

Producto Interno Bruto 2011

Estructura PIB por sectores

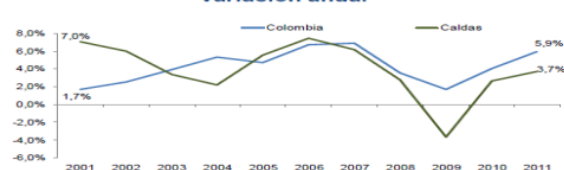


Fuente: DANE – Cuentas Nacionales Departamentales, octubre de 2012
*Año base 2005

Fecha de actualización: 25 de enero de 2013

| Variables e indicadores | Caldas | Pais |
|--|----------------------------|-----------------------------|
| Participación del PIB departamental en el total nacional, 2011 | 1,56% | 100% |
| Crecimiento promedio PIB (%) 2000 – 2011 | 3,9% | 4,2% |
| PIB per cápita, 2011 | \$ 9.460.688 US\$ 5.122 | \$ 13.372.404 US\$ 7.240 |

Variación anual



Oficina de Estudios Económicos

6

Tomada de: www.mincomercio.gov.co

Otra fortaleza importante es la consolidación del proyecto de hermanamiento, modelo único en el mundo, entre Manzanares Caldas y el municipio de Manzanares (Ciudad Real) en el ayuntamiento de Madrid en España, proyecto firmado a finales de 2012 por estas dos ciudades, el municipio de Manzanares cumple sus 150 años de fundación, el primero de julio de 2013, para estas festividades llegarían al menos 300 ciudadanos españoles, para afianzar dicho proyecto, esta noticia la referencia oficialmente el portal del municipio español de Manzanares.¹

En la siguiente grafica se puede apreciar que desde la academia, el estado, el sector social y el parque PACO, se formarán personas, que además crearan grupos con accesos a información con fines de aprendizaje continuo, enfocado al campo, que

¹ Esta iniciativa lleva por nombre, *Proyecto de Hermanamiento de las localidades de Manzanares (Ciudad Real-España) y Manzanares (Caldas-Colombia)*. Para mayor información consultar el portal web. Disponible en: <http://www.manzanares.es/>.

siempre ha sido su razón de ser, pero con prácticas de empresa seria, estructurada y con beneficios económicos para la comunidad.

Grafico 2: Articulación de los negocios inclusivos.



Tomado de: *Negocios inclusivos CECODES 2010*

3.1.1 Competencia indirecta

Los competidores cercanos a Manzares, entre ellos se citan los más importantes:

- ✓ Mariquita Tolima: (ciudad turística)
- ✓ Salamina Caldas: población declarada patrimonio cultural de la humanidad
- ✓ Pensilvania Caldas: turismo de naturaleza, pocas actividades turísticas.
- ✓ Manizales Caldas: turismo colonial, la ciudad de las puertas abiertas.

3.2 Investigación de mercados

3.2.1 Análisis del sector del turismo en el departamento de caldas

Tras realizar un importante análisis veraz del sector del turismo en Caldas, se recopiló información importante de distintos entes competentes relacionados directa con el tema turístico.

El parque PACO, tal como se ha propuesto desde su ideación, será un modelo de negocio inclusivo, serio, grande e influyente, ha lanzado sus propuestas de innovación en el sector turismo, enlazándolo con la producción agrícola, creando una alianza importante y buscando un beneficio para la comunidad, los productos que los campesinos comercializaran desde el parque, serán llevados a las plazas de Colombia, de una manera ágil y confiable.

A continuación, en la Gráfica 3 se destaca el departamento de Caldas con sus tres productos principales, ocupa puestos de importancia dentro del rango nacional, algunos de estos productos que además podrán ser comercializados desde el modelo de negocios propuesto para llevarse a cabo desde el parque y que generaran dividendos para comunidades que muy pocas veces son tenidas en cuenta

Hasta hace algunos años, en el departamento de caldas no se hablaba de empresas turísticas, ni de su impacto en el Producto Interno Bruto, PIB, ni mucho menos de generación de empleo para este campo. Hoy día sí, con modelos de negocio estructurados, con una gran visión del entorno y creando alternativas para consolidar el

turismo, el oriente de caldas tendrá su parque temático para ser un eslabón de la cadena productiva.

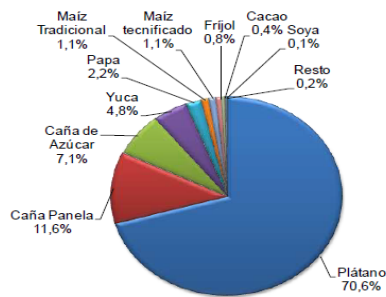
Grafica 3. Sector Agrícola

Departamento de Caldas



Sector agrícola

Estructura



La actividad agrícola del departamento se concentra en 3 productos, en los cuales, ocupa los siguientes lugares en el total nacional:

- **Plátano: 3º puesto.**
- **Caña panelera: 10º puesto.**
- **Caña de azúcar: 3º puesto.**

En otros productos, se destaca como:

- **El 2do. productor de café.**
- **El 3er. productor de soya.**

Ver Anexo A

* Corresponde a la producción nacional de los productos identificados
Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Anuario Estadístico 2010.

Oficina de Estudios Económicos

10

Fecha de actualización: 25 de enero de 2013

Tomada de: www.mincomercio.gov.co

3.2.2 Visión turística y de infraestructura del departamento de caldas

Con un gran desarrollo socioeconómico para la región, Caldas le apuesta al turismo con miras a incrementar la productividad de la zonas más olvidadas, visualizando al turismo como fuente de prosperidad, que reduzca el desempleo y la pobreza, generando calidad de vida.

Otra alternativa que será importante para la comercialización de productos del parque, será la infraestructura de transporte (ver anexo 1, Infraestructura de transporte) y vías que está desarrollando el gobierno nacional, y donde se destaca el corredor vial

Caracas-Bogotá-Pacífico Chocoano, donde será aprovechado al máximo por su cercanía al complejo y al municipio de Manzanares en especial.

Los productos de los campesinos asociados al parque, podrán tomar importantes destinos a nivel mundial, el puerto de tribuga y las vías importantes que se tiene alrededor del complejo serán aprovechadas al máximo y serán otro aspecto de canalización de mercancías y de visitas constantes al parque, por *parte de turistas y personas que las transitan.*

3.2.3 Transporte de pasajeros

El transporte de pasajeros desde y hacia el departamento de caldas, ha sido considerable, ha marcado tendencia positiva con un 4%, lo que indica que los viajeros están utilizando las vías para visitar los municipios y que decir de la ocupación hotelera que va en aumento con un acumulado de 43.5 con respecto a la media nacional que es del 52.7, también como lo muestra la gráfica los pasajeros aéreos internacionales al departamento ha crecido considerablemente (ver anexo 2, Turismo)

3.2.4 Mercado total

Los clientes que serán objetivo de éste proyecto por su cercanía son:

- Bogotá, según el DANE en el 2010 tenía 7`363.782 habitantes.(Ver anexo No. 3)
Departamentos como:
- Cundinamarca: DANE en 2010, 2`477.036 habitantes. (Ver anexo No. 4)
- Antioquia: DANE en 2010 con 6`065.846 habitantes. (Ver anexo No. 5)

- Tolima: DANE en 2010 con 1`387.641 habitantes. (Ver anexo No. 6)
- Caldas: DANE para el 2010 con 987.362 habitantes. (Ver anexo No. 7)
- Risaralda: DANE para el 2010 con 925.105 habitantes. (Ver anexo No. 8)
- Manzanares: DANE para el 2010 con 24.167 habitantes. (Ver anexo No. 9)

El total de la población que circundará este parque según el DANE es de 18`305.834² esto significa que al menos una tercera parte de la población colombiana está situada alrededor del Parque, aproximadamente a cinco horas por carretera desde el destino más distante de dichos departamentos.

Con esta cifra se supera el punto de equilibrio y el parque Paco tendría una rentabilidad positiva garantizando su desarrollo sostenible y así mismo se contrastan estos datos con las cifras financieras.

3.2.5 Mercado meta

El mercado meta es el mercado al que se le quiere cautivar en el corto plazo, es decir en un año, el fin no será otro que el de cubrir los costos de la operación del parque, sino lograr la rentabilidad esperada y el retorno de la inversión, para ello se estipula un 1,5% del mercado al que se enfoca, esto quiere decir, por ejemplo, Paco recibirá 43.200 visitantes en el primer año tomando como marco de referencia, que el parque del café, que en su primer año de funcionamiento tuvo 420.000 visitantes aproximadamente, (cifra tomada de El tiempo [Publicación: Sección Cultura y entretenimiento] 18 de julio de 2009.¶). Para que el complejo turístico Paco sea rentable en su primer año,

² Este dato es el resultado de la sumatoria de las cifras presentadas en los diferentes Boletines de las regiones mencionadas anteriormente, sobre de Censo General 2005 con proyecciones al 2010, elaborado por el DANE. (Ver Anexos del 3 al 9)

necesita el 9,7% de los visitantes que obtuvo dicho periodo, cifra que no parece ser muy difícil de cumplir.

Tabla 1:

| | |
|----------------|------------------------------------|
| 120 | visitas diarias |
| 30 | días mes |
| 12 | meses del año |
| 43200 | total visitas año |
| \$ 16.000 | valor ingreso |
| \$ 691.200.000 | Ingresos anuales solo por entradas |

Fuente: Elaboración propia.

3.3 Segmentación del parque

Tabla 1. Tipos de segmentación del mercado

| CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN | SEGMENTOS TÍPICOS DEL MERCADO |
|--|---|
| GEOGRÁFICOS | |
| Región | Región Central de Colombia: Departamentos de Antioquia, Caldas, Tolima y Cundinamarca incluyendo la Bogotá D.C. |
| Tamaño de la ciudad o área estadística Metropolitana | Entre 18 y 19 millones de habitantes. |
| Urbana-rural | Urbana y rural |
| Clima | Templado, Lluvias y nubosidad |
| DEMOGRÁFICOS | |
| Ingreso | Entre \$625.000 y 4'000.000 |
| Edad | Mayores de 6 años hasta 60 aprox. |
| Género | Masculino – Femenino |
| Ciclo de vida familiar | Niño, jóvenes, solteros, casados, con hijos , divorciado, viudo |
| Clase social | Alta, Media, Baja. |
| Escolaridad | Primaria, Secundaria, Universitaria. |
| Ocupación | Profesionales, Empleados e independientes. |
| Origen étnico | Mestizo, campesino |
| PSICOLÓGICOS | |
| Personalidad | Ambicioso, emprendedores, visionarios, extrovertidos. |
| Estilo de vida | Aventurero, Visionario, Familiares. |
| Valores | Culto, Responsabilidad con el medio ambiente |
| CONDUCTUALES | |
| Beneficios Deseados | Satisfacción, Aventura, Historia, Cultura, Vegetación, Salud |
| Tasa de uso | 2 veces por año |

Fuente: KOTLER, P. (2001) "Dirección de Marketing. La edición del milenio" Ed. Prentice Hall, México.

3.4 Estrategia de mercados

3.4.1 Diferenciación de productos

| COMPETENCIA DIRECTA / PARQUES TURÍSTICOS EN FUNCIONAMIENTO Y CERCANOS AL PARQUE PACO | | | | | | | |
|--|---|-------------|-----------------|--------|-----------------------|------------------|-----------------------|
| Cantidad | ATRATIVOS | PARQUE PACO | PARQUE DEL CAFÉ | PANACA | ECOPARQUE LOS YARUMOS | HACIENDA NAPOLES | PARQUE DE LOS NEVADOS |
| 1 | COMERCIO AL POR MAYOR Y AL DETAL DE PRODUCTOS AGRICOLAS DE CAMPESINOS AGREMIADOS POR INTERMEDIO DE UNA RED DE NEGOCIOS INCLUSIVOS | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 2 | COMERCIO AL POR MAYOR Y AL DETAL DE PRODUCTOS ARTESANALES DE CAMPESINOS AGREMIADOS POR INTERMEDIO DE UNA RED | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 3 | DIFERENTES CULTIVOS AGRICOLAS, EN PARCELAS DENTRO DEL PARQUE, DONDE LOS VISITANTES VISUALIZAN E INTERACTUAN CON LOS CAMPESINOS | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 4 | ESTABLO DE PRODUCCION PANELERA | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 5 | ESTABLO DE PRODUCCION MADEDERA | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 6 | PISCINA NATURAL ADECUADA PARA TODO PUBL | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 7 | RESTAURANTE | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 8 | PARQUEADERO | SI | SI | SI | SI | SI | SI |
| 9 | ESTABLOS DIFERENTES ANIMALES | SI | SI | SI | SI | SI | NO |
| 10 | SHOWS MUSICALES | SI | SI | SI | NO | NO | NO |
| 11 | DESFILE DE CARROZAS | SI | NO | SI | NO | NO | NO |
| 12 | ORDEÑO DE VACAS, CABRAS Y OVEJAS | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 13 | ENSILLAR DE CABALLOS | SI | NO | SI | NO | NO | NO |
| 14 | CABALGATAS | SI | NO | SI | NO | NO | NO |
| 15 | PASEOS Y SENDERISMO | SI | NO | SI | NO | NO | NO |
| 16 | ZONA DE CAMPING | SI | NO | SI | NO | NO | NO |
| 17 | ZONA BBQ | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 18 | ZONA DE JUEGOS (NIÑOS) | SI | NO | SI | NO | NO | NO |
| 19 | COLISEO DE FERIAS Y EXPOSICIONES | SI | SI | SI | NO | NO | NO |
| 20 | SHOW INDIOS PANTAGORAS | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 21 | NOCHE PAISA | SI | NO | NO | NO | SI | NO |
| 22 | CABALGATA PASO FINO COLOMBIANO Y TROCHA | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 23 | CONMEMORACION DIAS ESPECIALES | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 24 | TARDES PAISITAS (EXCLUSIVO PARA NIÑOS) | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 25 | PISTA CUATRIMOTOS | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 26 | MURO NATURAL DE ESCALADA Y DE ARBOLES | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 27 | RUTA DE LA ARRIERIA | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 28 | RUTA DEL AGUARDIENTE AMARILLO | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| 29 | AVISTAMIENTO DE AVES | SI | NO | NO | NO | NO | NO |
| TOTAL SI POSEE | | 29 | 4 | 18 | 3 | 4 | 2 |
| TOTAL NO POSEE | | 0 | 25 | 11 | 26 | 25 | 27 |

Fuente: elaboración propia, basada en investigación.

Con este cuadro comparativo de atracciones con respecto a los complejos turísticos ya existentes y cercanos a la zona de influencia de Paco, se puede concluir lo siguiente:

- La oferta de beneficios y/o servicios será más amplia, que la de sus competidores
- brindará la posibilidad al cliente de encontrar multiplicidad e innovación en productos y atracciones.

3.5 Producto y precio

| LISTA DE PRODUCTOS Y PRECIOS | | | |
|------------------------------|--|--------------------------------|-----------|
| No. | PRODUCTO / SERVICIO | DETALLE | VALOR |
| 1 | PASEO EN CARROZA | UN RECORRIDO | \$ 2.000 |
| 2 | ENSILLAR DE CABALLOS | PRECIO POR PERSONA | \$ 3.000 |
| 3 | ORDEÑO DE VACAS, CABRAS Y OVEJAS | PRECIO POR PERSONA | \$ 3.000 |
| 4 | PARQUEADERO | TODO EL DIA | \$ 3.000 |
| 5 | RUTA DE LA ARRIERIA | PRECIO POR PERSONA | \$ 3.000 |
| 6 | RUTA DEL AGUARDIENTE AMARILLO | PRECIO POR PERSONA | \$ 3.000 |
| 7 | SHOW INDIOS PANTAGORAS | PRECIO POR PERSONA | \$ 3.000 |
| 8 | TARDES PAISITAS (EXCLUSIVO PARA NIÑOS) | PRECIO POR PERSONA | \$ 3.000 |
| 9 | CABALGATAS DEPORTIVAS/PASEOS | PRECIO POR PERSONA | \$ 5.000 |
| 10 | CUATRIMOTOS | 4 VUELTAS A LA PISTA | \$ 5.000 |
| 11 | MURO NATURAL DE ESCALADA Y DE ARBOLES | PRECIO POR PERSONA | \$ 5.000 |
| 12 | NOCHE PAISA | PRECIO POR PERSONA | \$ 5.000 |
| 13 | ZONA DE CAMPING | PRECIO POR PERSONA | \$ 5.000 |
| 14 | COLISEO DE FERIAS Y EXPOSICIONES | PRECIO POR PERSONA | \$ 7.000 |
| 15 | AVISTAMIENTO DE AVES | PRECIO POR PERSONA | \$ 10.000 |
| 16 | CABALGATA PASO FINO COLOMBIANO Y TROCHA Y GALOPE | PRECIO POR PERSONA | \$ 10.000 |
| 17 | ENTRADA AL COMPLEJO | INCLUYE SEGURO DE ASISTENCIA M | \$ 16.000 |
| 18 | CONMEMORACION DIAS ESPECIALES | INCLUIDO CON LA ENTRADA | |
| 19 | DESFILE DE CARROZAS | INCLUIDO CON LA ENTRADA | |
| 20 | SHOWS MUSICALES | INCLUIDO CON LA ENTRADA | |
| 21 | ESTABLO DE PRODUCCION MAEDERA | INCLUIDO CON LA ENTRADA | |
| 22 | ESTABLO DE PRODUCCION PANELERA | INCLUIDO CON LA ENTRADA | |
| 23 | ESTABLOS DIFERENTES ANIMALES | INCLUIDO CON LA ENTRADA | |
| 24 | PASEOS Y SENDERISMO | INCLUIDO CON LA ENTRADA | |
| 25 | PISCINA NATURAL ADECUADA PARA TODO PUBLICO | INCLUIDO CON LA ENTRADA | |
| 26 | ZONA BBQ | INCLUIDO CON LA ENTRADA | |
| 27 | ZONA DE JUEGOS (NIÑOS) | INCLUIDO CON LA ENTRADA | |
| 28 | ZONAS VERDES | INCLUIDO CON LA ENTRADA | |

3.6 Plaza

El lugar donde se construirá este complejo turístico, será en el oriente de Caldas, en el municipio de Manzanares, que limita con los siguientes Municipios: Norte con Pensilvania Caldas, Oriente con Marquetalia Caldas, Sur con Fresno Tolima y Occidente con Marulanda Caldas

Grafico 6: Ubicación geográfica Manzanares – Caldas



Tomado de: www.tribumanzanares.blogspot.com

A tan sólo 200 metros de la carretera principal que comunica a Manizales, con Bogotá y Manizales, se ubicará el complejo (PACO), este será un atractivo importante porque los viajeros que lleguen al municipio tendrán la opción de ingresar a las instalaciones, solamente con alguna promoción por intermedio de vallas publicitarias y el voz a voz.

Con el fin de conocer la percepción de los clientes externos sobre el parque se realizó una encuesta sobre temas turísticos en la región, para profundizar sobre los resultados de esta ver el anexo 10, Encuesta turística a colombianos.

3.6.1 Terreno

Ver anexo 11 Plano Único: 39.600 mts²

3.7 Promoción

La promoción de PACO rompe con los esquemas tradicionales en turismo, para ello se necesita hacer un gran esfuerzo en estrategias de publicidad y Marketing:

- Marketing directo (POP), entradas en forma de bonos de descuento, de regalo, voz a voz, e-marketing, página web, redes sociales (Facebook, Twitter, google+, entre otros), además de folletos, volantes, distribución en sitios estratégicos como; colegios, terminales de transporte, agencias de viajes, universidades, empresas.
- El slogan es importante para hacer y crear recordación de la marca, “**Modelo de productividad y turismo para el campo**”. Además de ser novedoso, involucra el contenido del complejo, la gente se preguntará ¿por qué un parque temático productivo? Y de este modo se generará mayor expectativa dentro de los potenciales clientes (ver anexo 12, Tarjeta de presentación/ imagen corporativa)

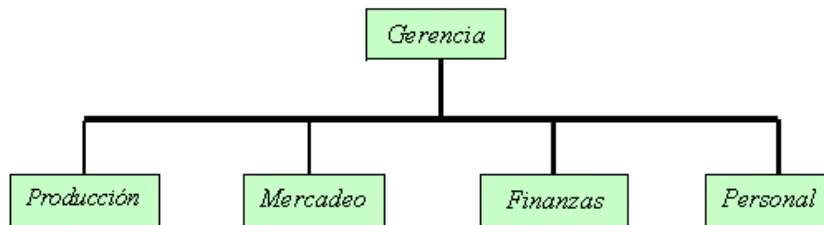
3.8 Canal de distribución

La distribución será financiada en gran parte por el parque, se hará un gran proceso de logística para la entrega, se tendrá como aliado estratégico a la Cooperativa de Transportadores de Manzanares, quienes cuentan con una flota de camiones, para cubrir las diferentes rutas, a donde deban ser entregados los productos.

La propuesta de este proyecto es llegar directamente a las diferentes centrales de abastos del país, así como a los diferentes Hipermercados y Supermercados. El parque alcanzará a sus segmentos de mercado para entregar la propuesta de valor, mediante una inmejorable estructura. Los clientes se acercarán a la empresa mediante las diferentes pautas y promociones que se realizarán, en importantes medios.

4. Análisis organizacional

4.1 Organigrama



Fuente: Elaboración propia

Dentro del organigrama del parque PACO, se tendrá una cabeza visible que será el Gerente General, él será el encargado de todo el negocio, de esta gerencia se desprenden las cuatro áreas claves para la organización, que son: Producción, Mercadeo, Finanzas y Personal, para el inicio de la operación se plantea de esta manera con el fin de no generar costos mayores, más adelante se van planteando las necesidades de algún otro departamento.

Dentro de los aspectos más importantes de las personas encargadas de cada una de las cuatro áreas, será un prominente servicio hacia lo social, la compañía será un motor que retroalimente a la comunidad en general, y así mismo a los campesinos agremiados, formados alrededor del parque cultura ética y generen un valor importante para la sociedad.

4.2 Gastos de personal

GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACION

| CARGO | SALARIO MENSUAL | EMPLEADOS | TOTAL | CARGA LABORAL | TOTAL GASTO NOMINA | Año 1 |
|----------------------------------|-----------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|----------------|
| GERENTE GENERAL | \$ 5.500.000 | 1 | \$ 5.500.000 | \$ 2.722.500 | \$ 8.222.500 | \$ 98.670.000 |
| JEFE PRODUCCION | \$ 2.600.000 | 1 | \$ 2.600.000 | \$ 1.287.000 | \$ 3.887.000 | \$ 46.644.000 |
| JEFE ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO | \$ 2.600.000 | 1 | \$ 2.600.000 | \$ 1.287.000 | \$ 3.887.000 | \$ 46.644.000 |
| JEFE DE MERCADEO Y VENTAS | \$ 2.600.000 | 1 | \$ 2.600.000 | \$ 1.287.000 | \$ 3.887.000 | \$ 46.644.000 |
| JEFE DE PERSONAL | \$ 2.600.000 | 1 | \$ 2.600.000 | \$ 1.287.000 | \$ 3.887.000 | \$ 46.644.000 |
| CONTADOR TESORERO | \$ 2.000.000 | 1 | \$ 2.000.000 | \$ 990.000 | \$ 2.990.000 | \$ 35.880.000 |
| TOTAL PERSONAL | | | | | | \$ 321.126.000 |

Fuente: Elaboración propia basada en trabajo de campo investigación, asesorías de especialistas y estimativos.

De acuerdo a la estructura organizacional propuesta anteriormente, el cuadro anterior resume los gastos anuales de administración del parque, este personal aparte de ser muy importante dentro de la estructura, será el generador y transformador del importante modelo de negocio planteado del parque PACO.

4.3 Valores

Dentro de los principales valores se tendrá la responsabilidad, la vinculación de personas a las actividades y tareas encomendadas, donde también se premiará y se cultivarán no solo productos, sino un crecimiento personal de todos sus colaboradores para el bien de la patria. Siendo solidarios con el medio ambiente creando un desarrollo sostenible y sustentable del entorno, con trabajo ético y disciplinado. El parque PACO creará conciencia ambiental y social; donde siempre se respete la RSE.

Visión: Para el año 2018 PACO será una organización de turismo y de intercambio social, reconocida a nivel nacional e internacional, como pionera por su portafolio de productos y servicios, y sobre todo con orientación al cliente y hacia la comunidad.

Misión: Somos la empresa que presta varios servicios de turismo, esparcimiento, descanso, aventura y comercialización de productos por medio de una red de aliados.

El propósito de este parque, será ofrecer a los clientes una experiencia eco turística y de intercambio único, novedoso, seguro y creativo, donde predomine la calidad y se diferencie de la competencia.

4.4 DOFA

| | | |
|---|---|---|
| PARQUE DE LOS CAMPEVINOS COLOMBIANOS “PACO” | DEBILIDADES (D) | FORTALEZAS (F) |
| | 1 Formación del personal 2 Recursos Económicos limitados 3 No se tiene experiencia suficiente 4 Estructura de la empresa es familiar 5 Procesos claros y documentados 6 No estructurar muy bien el proyecto para financiación en el Fondo Emprender y/o Bancoldex u otro organismo gubernamental. 7 No diseñar otras opciones de visita al complejo turístico en épocas de lluvias o invierno. | 1 La identidad de los campesinos como principal valor 2 Los aliados: Campesinos agremiados, Inversionistas y crédito con Bancoldex. 3 Planta física novedosa 4 Divulgación y promoción del parque mediante voz a voz, agresiva campaña de publicidad en medios: redes sociales y emisoras. 5 Ubicación y terrenos inmejorables 6 Estructura organizacional y gran red de aliados estratégicos: Campesinos, proveedores 7 ubicación geográfica (centro del país) 8 Vías de comunicación 100% pavimentadas 9 Fácil comunicación con vía panamericana y ruta del sol. 10 Acceso a los beneficiarios |
| OPORTUNIDADES (O) | ESTRATEGIAS (DO): | ESTRATEGIAS (FO): |
| 1 Auge y estudio de los negocios inclusivos 2 Compradores potenciales, turistas que llegan a la zona cafetera y al norte del Tolima. 3 Convenios institucionales, Colegios, Universidades, Sena, y ONG'S 4 Imagen nueva y fresca 5 Impacto Social en la zona 6. Beneficios tributarios (especialmente para SAS) Varios planes del municipio entre ellos, | Mejorar debilidades internas valiéndose de oportunidades externas 1. Lograr convenios institucionales para la formación del campesinado 2. Buscar más aliados para poder llevar a cabo una amplia oferta de servicios. 3. Aprovechar la imagen que dará el parque, ya que su reputación estará por lo alto, ya que somos pioneros en esta integración. 4 publicidad en medios masivos y redes sociales | Aprovechar las oportunidades usando las fortalezas existentes 1 Promover el mercado interno y geográfico por su cercanía a las grandes ciudades capitales del país. 2 Aprovechar la planta física que se construirá para hacerla con una arquitectura sostenible y acorde. 3 Hacer convenios institucionales para realizar jornadas educativas dentro del parque. |

| | | |
|--|---|---|
| <p>ecoturismo, vías e infraestructura 7 crecimiento de visitantes a parques temáticos 8 actualmente hay poca oferta de parques con proyección social, 9 Remodelación de las vías que urbanas de Manzanares que lo comunican con sus veredas. 10 Alianzas estratégicas con asociaciones y Empresas para desarrollar nuevos negocios: Proexport (avistamiento de aves; ofrecer visitas a sus empleados y familias 11 El gobierno nacional, tiene créditos a pequeños productores agropecuarios, la gobernación de caldas, tiene previsto acompañar a 50 empresas en temas de formación, producción y comercialización de productos a</p> | <p>5. Utilizar tecnologías de información que permitan potencializar y mejorar la capacidad de alcance de nuestros Stakeholders 6 Aprovechar todos los beneficios tributarios que da el gobierno para empresas nuevas, para invertir bien los recursos. 7 Planes con agencias de viajes para atraer visitantes, 8 Hacer una diferenciación fuerte con la competencia, en cuanto a la oferta de productos de campesinos 9 adecuar bien las vías dentro del parque 10 Obtener alianzas con gremios y asociaciones con experiencia 11 Presentar proyectos bien estructurado para obtener más recursos</p> | <p>4 Aprovechar a colonias de manzanareños en Colombia y en el mundo para que refieran nuevos clientes. 5 Personal joven y con amplios conocimientos en tecnologías 6 Personal calificado y documentado en leyes y temas financieros 7 Grandes empresas se interesan e nuevos productos de turismo 8 Crear una organización innovadora y que desarrolle planes futuristas</p> |
| <p>AMENAZAS (A)</p> <p>1 Competencia con cooperativas o gremios de la zona 2 Cambios en la legislación 3 Fenómenos naturales 4 Consecución parcial de recursos para la construcción del parque y no conseguir convenios con campesinos 5 Fuerte competencia de parques temáticos ya establecidos, para los servicios diferentes al tema agrícola.</p> | <p>ESTRATEGIAS (DA):</p> <p>Derrotar debilidades y eludir las amenazas 1 Establecer convenios y acuerdos con la mayoría de cooperativas. 2 Tener información a la mano de cambios en legislación del sector, así como asesoría permanente 3 Consecución de seguros para riesgos contra todo percance. 4 Tener más entidades n la mira para obtener recursos 5 Utilizar los sistemas de información disponibles, como redes y página web para promocionar el parque 6 Levantar manuales de procedimientos que fortalezcan la administración de los recursos. 7 Mitigar el desempleo en el municipio donde se plantea realizar el proyecto.</p> | <p>ESTRATEGIAS (FA):</p> <p>Utilizar las fortalezas para evitar o reducir impacto de las amenazas.</p> <p>1 Apoyarnos que las cooperativas y gremios no le apuestan a la publicidad y a las redes sociales. 2 Hacer de la divulgación del parque a través de programas sociales importantes en Colombia, como una alternativa, para mitigar la pobreza 3. Aprovechar la ubicación física del parque para competir y mostrar nuevos productos innovadores y con los negocios inclusivos, generan un impacto social..</p> |

4.5 Entes gubernamentales

Otros importantes organismos del estado que se tendrán previstos, y que se han nombrado anteriormente serán:

Bancoldex, Findeter, Gobernación de Caldas, Colciencias y el Sena. Todos con el fin de obtener aparte de financiación económica, un aprendizaje continuo y donde todos los directamente afectados por el proyecto, den sus mejores frutos con el fin de obtener grandes beneficios no solo en la parte económica, sino también en la parte de comunidad.

5. Plan de Operaciones

5.1 Ficha técnica

Para realizar esta ficha técnica se contó con los datos exactos del terreno del cual se dispondrá, y fue elaborada por un arquitecto que tuvo en cuenta el tiempo, para la construcción y finalización de dichas obras.

| <i>Puesta en marcha</i> | mes 1 | mes 2 | mes 3 | mes 4 | mes 5 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| Terreno 1 | | | | | |
| Terreno 2 | | | | | |
| EDIFICIO ADMINISTRATIVO Y PORTERIA | | | | | |
| ESTABLO DE PRODUCCION MAEDERA | | | | | |
| ESTABLO DE PRODUCCION PANELERA | | | | | |
| ESTABLOS DIFERENTES ANIMALES | | | | | |
| EDIFICIO DE EXPOSICION Y FERIAS | | | | | |
| PASEOS Y SENDERISMO | | | | | |
| PISCINA NATURAL ADECUADA PARA TODO PUBLICO | | | | | |
| ZONA BBQ | | | | | |
| ZONA DE JUEGOS (NIÑOS) | | | | | |
| ZONAS VERDES | | | | | |
| ADECUACIÓN MURO ESCALADA | | | | | |
| CARROZA | | | | | |
| CUATRIMOTOS (8) | | | | | |

5.2 Necesidades y requerimientos

Para poner en marcha el proyecto parque de los campesinos “PACO” según lo planteado en la ficha técnica, se tienen unos requerimientos específicos en cada adecuación, los terrenos productivos o zonas comunes y de senderismo, serán concluidas en el quinto mes y el edificio de administración y portería sería el primero en construirse, para lo cual se planea sea terminado en tres meses. Cuando la empresa constructora termine la construcción estaría por el 70%, logrando así tener un gran avance, para iniciar las operaciones, solo quedaría pendiente hacerle reformas y se empezaría a operar, para corregir algunos defectos que se puedan llegar a presentar.

6. Análisis financiero

6.1 Costos de montaje y financiación

| COSTOS CONSTRUCCIONES FASE No.1 | |
|--|-----------------------|
| COSTEO DE PROPIEDADES Y OTROS ACTIVOS | |
| <i>Puesta en marcha</i> | |
| Terreno 1 | \$ 80.000.000 |
| Terreno 2 | \$ 80.000.000 |
| EDIFICIO ADMINISTRATIVO Y PORTERIA | \$ 130.000.000 |
| ESTABLO DE PRODUCCION MADEDERA | \$ 35.000.000 |
| ESTABLO DE PRODUCCION PANELERA | \$ 35.000.000 |
| ESTABLOS DIFERENTES ANIMALES | \$ 45.000.000 |
| EDIFICIO DE EXPOSICION Y FERIAS | \$ 50.000.000 |
| CONSTRUCCIONES | \$ 455.000.000 |
| PASEOS Y SENDERISMO | \$ 40.000.000 |
| PISCINA NATURAL ADECUADA PARA TODO PUBLICO | \$ 30.000.000 |
| ZONA BBQ | \$ 3.000.000 |
| ZONA DE JUEGOS (NIÑOS) | \$ 15.000.000 |
| ZONAS VERDES | \$ 10.000.000 |
| ADECUACIÓN MURO ESCALADA | \$ 20.000.000 |
| ADECUACIONES | \$ 118.000.000 |
| CARROZA | \$ 10.000.000 |
| CUATRIMOTOS (8) | \$ 120.000.000 |
| EQUIPO | \$ 130.000.000 |
| TOTAL | \$ 703.000.000 |

Estas actividades estarán a cargo de la firma de arquitectos ARCOTEK SOLUCIONES LTDA, quien tomará el terreno y realizará las construcciones mencionadas, se cotizó con esta empresa, para mayor información ver el anexo 13, la fecha proyectada de para el inicio es el 1 de enero de 2014 y su posterior finalización en junio 30 de 2014.

6.2 Fuentes de ingresos y egresos

6.2.1 Ingresos del parque

| PRODUCTO / SERVICIO | DETALLE | VALOR UNITARIO | CLIENTES ESPERADOS (MES) | VALOR TOTAL MES | VENTAS AÑO 1 |
|--|-------------------------------------|------------------|--------------------------|-----------------------|-------------------------|
| PASEO EN CARROZA | UN RECORRIDO | \$ 2.000 | 600 | \$ 1.200.000 | \$ 14.400.000 |
| ENSILLAR DE CABALLOS | PRECIO POR PERSONA | \$ 3.000 | 720 | \$ 2.160.000 | \$ 25.920.000 |
| ORDEÑO DE VACAS, CABRAS Y OVEJAS | PRECIO POR PERSONA | \$ 3.000 | 500 | \$ 1.500.000 | \$ 18.000.000 |
| PARQUEADERO | TODO EL DIA | \$ 3.000 | 500 | \$ 1.500.000 | \$ 18.000.000 |
| RUTA DE LA ARRIERIA | PRECIO POR PERSONA | \$ 3.000 | 700 | \$ 2.100.000 | \$ 25.200.000 |
| RUTA DEL AGUARDIENTE AMARILLO | PRECIO POR PERSONA | \$ 3.000 | 500 | \$ 1.500.000 | \$ 18.000.000 |
| SHOW INDIOS PANTAGORAS | PRECIO POR PERSONA | \$ 3.000 | 600 | \$ 1.800.000 | \$ 21.600.000 |
| TARDES PAISITAS (EXCLUSIVO PARA NIÑOS) | PRECIO POR PERSONA | \$ 3.000 | 750 | \$ 2.250.000 | \$ 27.000.000 |
| CABALGATAS DEPORTIVAS/PASEOS | PRECIO POR PERSONA | \$ 5.000 | 360 | \$ 1.800.000 | \$ 21.600.000 |
| CUATRIMOTOS | 4 VUELTAS A LA PISTA | \$ 5.000 | 360 | \$ 1.800.000 | \$ 21.600.000 |
| MURO NATURAL DE ESCALADA Y DE ARBOLES | PRECIO POR PERSONA | \$ 5.000 | 320 | \$ 1.600.000 | \$ 19.200.000 |
| NOCHE PAISA | PRECIO POR PERSONA | \$ 5.000 | 700 | \$ 3.500.000 | \$ 42.000.000 |
| ZONA DE CAMPING | PRECIO POR PERSONA | \$ 5.000 | 578 | \$ 2.890.000 | \$ 34.680.000 |
| COLISEO DE FERIAS Y EXPOSICIONES | PRECIO POR PERSONA | \$ 7.000 | 150 | \$ 1.050.000 | \$ 12.600.000 |
| AVISTAMIENTO DE AVES | PRECIO POR PERSONA | \$ 10.000 | 180 | \$ 1.800.000 | \$ 21.600.000 |
| CABALGATA PASO FINO COLOMBIANO / TROCHA Y GALOPE | PRECIO POR PERSONA | \$ 10.000 | 360 | \$ 3.600.000 | \$ 43.200.000 |
| ENTRADA AL COMPLEJO | INCLUYE SEGURO ASIST. MEDICA | \$ 16.000 | 3600 | \$ 57.600.000 | \$ 691.200.000 |
| INGRESOS DIRECTOS | | | | | \$ 1.075.800.000 |
| INTERMEDIACIÓN NEGOCIOS INCLUSIVOS | POR PRODUCTOS AGRICOLAS | | | \$ 500.000.000 | \$ 75.000.000 |
| | POR PRODUCTOS PROCESADOS | | | \$ 300.000.000 | \$ 45.000.000 |
| | POR PRODUCTOS ARTESANALES | | | \$ 100.000.000 | \$ 15.000.000 |
| INGRESOS INDIRECTOS | | | | | \$ 135.000.000 |
| | | | | VENTAS TOTALES | \$ 1.210.800.000 |

6.2.2 Proyección de ventas a cinco años

| Proyección de Ventas Totales a 5 años | | | |
|---------------------------------------|----------------|-----|-------------|
| | VENTAS TOTALES | AÑO | CRECIMIENTO |
| 2015 | 1.210.800.000 | 0% | |
| 2016 | 1.247.124.000 | 3% | 36.324.000 |
| 2017 | 1.321.951.440 | 6% | 74.827.440 |
| 2018 | 1.440.927.070 | 9% | 118.975.630 |
| 2019 | 1.613.838.318 | 12% | 172.911.248 |
| 2020 | 1.855.914.066 | 15% | 242.075.748 |

La proyección de ventas, de acuerdo a los estudios tendrá un crecimiento anual de un 3%, tomando este valor mínimo por si en algún momento la economía del país, sufre un revés y se pueda prever y replantear situaciones de riesgo, que puedan tener incidencia en las finanzas del parque. Terminados los edificios y en plena operación, PACO abrirá sus puertas, y de esta manera se estima recaudar \$1.075´800.000 solo en

los ítems de entradas y servicios; así como 135´000.000 por la intermediación de los negocios inclusivos en alianza con los campesinos.

Para establecer un manual de funciones, el complejo pretende que al momento de su puesta en marcha, todos sus empleados, sepan cuál es su rol, cuál va a ser el objetivo y cuál será la razón de ser del parque, como dentro del negocio convergen varios grupos de interés, desde el inicio las personas tendrán la importancia requerida, por ello el manual de funciones que se escribirá será clave, esto con el fin, que se articulen los procesos y se tenga fluidez en los resultados y procesos de aprendizaje, en los cuellos de botella, con el fin de dar soluciones inmediatas y precisas, para que no se vuelvan a presentar.

6.3 Gastos de puesta en marcha

| GASTOS DE PUESTA EN MARCHA | |
|-----------------------------------|----------------|
| DETALLE | VALOR |
| PUBLICIDAD | \$ 70.394.400 |
| REGISTRO NACIONAL DE TURISMO | \$ 300.000 |
| FORMULARIO DE REGISTRO MERCANTIL | \$ 100.000 |
| MATRICULA DE COMERCIO | \$ 120.000 |
| ASESORIA JURIDICA | \$ 20.000.000 |
| ESTUDIO AMBIENTAL | \$ 50.000.000 |
| TOTAL | \$ 140.914.400 |

Los gastos de puesta en marcha del complejo, serán aproximadamente del 10% de las ventas en su primer año, lo que indica que serán bajos, pero con un alcance enorme dentro de la región donde tendrá incidencia el complejo, además luego de estudiar el entorno se puede deducir que este proyecto es altamente productivo no solo para el inversionista sino para las gentes que estarán a su alrededor.

6.4 Gastos de personal operativo

GASTOS DE PERSONAL OPERATIVO PACO

| CARGO | SALARIO MENSUAL | EMPLEADOS | TOTAL | CARGA LABORAL | TOTAL GASTO NOMINA | año 1 |
|-------------------------|-----------------|-----------|--------------|---------------|--------------------|-----------------------|
| PORTERIA Y TAQUILLA | \$ 589.500 | 2 | \$ 1.179.000 | \$ 583.605 | \$ 1.762.605 | \$ 21.151.260 |
| AUXILIAR PARQUEADERO | \$ 589.500 | 1 | \$ 589.500 | \$ 291.803 | \$ 881.303 | \$ 10.575.630 |
| SECRETARIA | \$ 589.500 | 1 | \$ 589.500 | \$ 291.803 | \$ 881.303 | \$ 10.575.630 |
| GUIA ESTABLOS | \$ 589.500 | 1 | \$ 589.500 | \$ 291.803 | \$ 881.303 | \$ 10.575.630 |
| ASEO Y MANTENIMIENTO | \$ 589.500 | 1 | \$ 589.500 | \$ 291.803 | \$ 881.303 | \$ 10.575.630 |
| AUXILIAR OFICIOS VARIOS | \$ 589.500 | 1 | \$ 589.500 | \$ 291.803 | \$ 881.303 | \$ 10.575.630 |
| CUIDADOR ANIMALES | \$ 589.500 | 1 | \$ 589.500 | \$ 291.803 | \$ 881.303 | \$ 10.575.630 |
| COREOGRAFOS | \$ 589.500 | 4 | \$ 2.358.000 | \$ 1.167.210 | \$ 3.525.210 | \$ 42.302.520 |
| GUIA CABALLOS | \$ 589.500 | 1 | \$ 589.500 | \$ 291.803 | \$ 881.303 | \$ 10.575.630 |
| GUIA SENDEROS | \$ 589.500 | 1 | \$ 589.500 | \$ 291.803 | \$ 881.303 | \$ 10.575.630 |
| VIGILANTES | \$ 589.500 | 2 | \$ 1.179.000 | \$ 583.605 | \$ 1.762.605 | \$ 21.151.260 |
| GUIA CUATRIMOTOS | \$ 589.500 | 1 | \$ 589.500 | \$ 291.803 | \$ 881.303 | \$ 10.575.630 |
| TOTAL PERSONAL | | | | | | \$ 179.785.710 |

7. Proyección de los estados Financieros

7.1 Balance inicial y proyectado

| Balance Inicial y Proyectado | | | | | | |
|---------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| BALANCE GENERAL | | | - | - | - | - |
| ACTIVO CORRIENTE | | | - | - | - | - |
| CAJA | | 829.204.360 | 870.664.578 | 914.197.807 | 959.907.697 | 1.007.903.082 |
| BANCOS | 256.085.600 | | - | - | - | - |
| CUENTAS POR COBRAR | | 374.151.467 | 392.859.040 | 412.501.992 | 433.127.092 | 454.783.447 |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | 256.085.600 | 1.203.355.827 | 1.263.523.618 | 1.326.699.799 | 1.393.034.789 | 1.462.686.529 |
| ACTIVO FIJO | | | - | - | - | - |
| EDIFICIOS MAQUINARIA Y EQUIPO | 455.000.000 | 455.000.000 | 477.750.000 | 501.637.500 | 526.719.375 | 553.055.344 |
| CONSTRUCCIONES | 118.000.000 | 118.000.000 | 123.900.000 | 130.095.000 | 136.599.750 | 143.429.738 |
| ADECUACION E INSTALACIONES | 130.000.000 | 130.000.000 | 136.500.000 | 143.325.000 | 150.491.250 | 158.015.813 |
| DEPRECIACIÓN (10%) | - | 45.500.000 | 47.775.000 | 50.163.750 | 52.671.938 | 55.305.534 |
| TOTAL ACTIVO FIJO | 703.000.000 | 657.500.000 | 690.375.000 | 724.893.750 | 761.138.438 | 799.195.359 |
| | | | - | - | - | - |
| CARGOS DIFERIDOS | 140.914.400 | 93.942.933 | 98.640.080 | 103.572.084 | 108.750.688 | 114.188.223 |
| | | | - | - | - | - |
| TOTAL OTROS ACTIVOS | 140.914.400 | 93.942.933 | 98.640.080 | 103.572.084 | 108.750.688 | 114.188.223 |
| TOTAL ACTIVOS | 1.100.000.000 | 1.954.798.760 | 2.052.538.698 | 2.155.165.633 | 2.262.923.915 | 2.376.070.111 |
| | | | - | - | - | - |
| PASIVO | | | - | - | - | - |
| CREDITO BANCOLDEX | 300.000.000 | 240.000.000 | 180.000.000 | 120.000.000 | 60.000.000 | - |
| IMPUESTOS POR PAGAR (EXENTOS POR LEY) | | 301.883.591 | 316.977.770 | 332.826.659 | 349.467.992 | 366.941.391 |
| DIVIDENDOS POR PAGAR | | | - | - | - | - |
| TOTAL PASIVOS | 300.000.000 | 541.883.591 | 568.977.770 | 597.426.659 | 627.297.992 | 658.662.891 |
| PATRIMONIO | 800.000.000 | 800.000.000 | 800.000.000 | 800.000.000 | 800.000.000 | 800.000.000 |
| APORTES CAPITAL | | | - | - | - | - |
| EXEDENTES NO REPARTIDOS | | 612.915.169 | 648.585.928 | 741.693.184 | 906.279.557 | 1.167.981.314 |
| TOTAL PATRIMONIO | 800.000.000 | 1.412.915.169 | 1.483.560.928 | 1.557.738.974 | 1.635.625.923 | 1.717.407.219 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 1.100.000.000 | 1.954.798.760 | 2.052.538.698 | 2.155.165.633 | 2.262.923.915 | 2.376.070.110 |

7.2 Estado de Resultados

| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | | |
|------------------------------------|-------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| P y G | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| INGRESOS / VENTAS | | 1.210.800.000 | 1.247.124.000 | 1.321.951.440 | 1.440.927.070 | 1.613.838.318 |
| COSTOS OPERACIONALES | | 281.681.280 | 295.765.344 | 310.553.611 | 326.081.292 | 342.385.356 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | 83.400.000 | 87.570.000 | 91.948.500 | 96.545.925 | 101.373.221 |
| GASTOS DE PERSONAL | | 500.911.710 | 525.957.296 | 552.255.160 | 579.867.918 | 608.861.314 |
| DEPRECIACION | | | | | | |
| UTILIDAD OPERATIVA | | 344.807.010 | 337.831.361 | 367.194.169 | 438.431.935 | 561.218.426 |
| GASTOS FINANCIEROS (INTERESES) | | 30.000.000 | 24.000.000 | 18.000.000 | 12.000.000 | 6.000.000 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | | 314.807.010 | 313.831.361 | 349.194.169 | 426.431.935 | 555.218.426 |
| IMPUESTOS (EXENTOS POR LEY) 33% | | 103.886.313 | 103.564.349 | 115.234.076 | 140.722.538 | 183.222.081 |
| UTILIDAD NETA | | 210.920.697 | 210.267.012 | 233.960.093 | 285.709.396 | 371.996.346 |

7.3 Costos operacionales

| COSTOS OPERACIONALES / PRODUCCION PARQUE PACO | | | Se toma un 5% de aumento estimado de los costos año a año | | | | |
|--|---------------|-------------------------|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| PRODUCTO / SERVICIO | % COSTO | INGRESOS | COSTOS AÑO 1 | COSTOS AÑO 2 | COSTOS AÑO 3 | COSTOS AÑO 4 | COSTOS AÑO 5 |
| PASEO EN CARROZA | 41% | \$ 43.200.000 | \$ 17.712.000 | \$ 18.597.600 | \$ 19.527.480 | \$ 20.503.854 | \$ 21.529.047 |
| ENSILLAR DE CABALLOS | 11% | \$ 25.920.000 | \$ 2.851.200 | \$ 2.993.760 | \$ 3.143.448 | \$ 3.300.620 | \$ 3.465.651 |
| ORDENO DE VACAS, CABRAS Y OVEJAS | 11% | \$ 64.800.000 | \$ 7.128.000 | \$ 7.484.400 | \$ 7.858.620 | \$ 8.251.551 | \$ 8.664.129 |
| PARQUEADERO | 6% | \$ 38.880.000 | \$ 2.332.800 | \$ 2.449.440 | \$ 2.571.912 | \$ 2.700.508 | \$ 2.835.533 |
| RUTA DE LA ARRIERIA | 11% | \$ 64.800.000 | \$ 7.128.000 | \$ 7.484.400 | \$ 7.858.620 | \$ 8.251.551 | \$ 8.664.129 |
| RUTA DEL AGUARDIENTE AMARILLO | 11% | \$ 51.840.000 | \$ 5.702.400 | \$ 5.987.520 | \$ 6.286.896 | \$ 6.601.241 | \$ 6.931.303 |
| SHOW INDIOS PANTAGORAS | 21% | \$ 51.840.000 | \$ 10.886.400 | \$ 11.430.720 | \$ 12.002.256 | \$ 12.602.369 | \$ 13.232.487 |
| TARDES PAISITAS (EXCLUSIVO NIÑOS) | 11% | \$ 51.840.000 | \$ 5.702.400 | \$ 5.987.520 | \$ 6.286.896 | \$ 6.601.241 | \$ 6.931.303 |
| CABALGATAS DEPORTIVAS/PASEOS | 20% | \$ 21.600.000 | \$ 4.320.000 | \$ 4.536.000 | \$ 4.762.800 | \$ 5.000.940 | \$ 5.250.987 |
| CUATRIMOTOS | 80% | \$ 21.600.000 | \$ 17.280.000 | \$ 18.144.000 | \$ 19.051.200 | \$ 20.003.760 | \$ 21.003.948 |
| MURO NATURAL DE ESCALADA | 18% | \$ 43.200.000 | \$ 7.776.000 | \$ 8.164.800 | \$ 8.573.040 | \$ 9.001.692 | \$ 9.451.777 |
| NOCHE PAISA | 12% | \$ 108.000.000 | \$ 12.960.000 | \$ 13.608.000 | \$ 14.288.400 | \$ 15.002.820 | \$ 15.752.961 |
| ZONA DE CAMPING | 6% | \$ 43.200.000 | \$ 2.592.000 | \$ 2.721.600 | \$ 2.857.680 | \$ 3.000.564 | \$ 3.150.592 |
| COLISEO DE FERIAS Y EXPOSICIONES | 6% | \$ 21.168.000 | \$ 1.270.080 | \$ 1.333.584 | \$ 1.400.263 | \$ 1.470.276 | \$ 1.543.790 |
| AVISTAMIENTO DE AVES | 15% | \$ 21.600.000 | \$ 3.240.000 | \$ 3.402.000 | \$ 3.572.100 | \$ 3.750.705 | \$ 3.938.240 |
| CABALGATA PASO FINO COLOMBIANO | 80% | \$ 43.200.000 | \$ 34.560.000 | \$ 36.288.000 | \$ 38.102.400 | \$ 40.007.520 | \$ 42.007.896 |
| ENTRADA AL COMPLEJO/INCLUYE SEGURO DE ASISTENCIA MEDICA | 20% | \$ 691.200.000 | \$ 138.240.000 | \$ 145.152.000 | \$ 152.409.600 | \$ 160.030.080 | \$ 168.031.584 |
| | 20,01% | \$ 1.407.888.000 | \$ 281.681.280 | \$ 295.765.344 | \$ 310.553.611 | \$ 326.081.292 | \$ 342.385.356 |

Costos operacionales Promedio 20,01%

Costos administrativos 4,00% aumento anual

Costos de personal 4,00% aumento anual

7.4 VPN

COSTO DE OPORTUNIDAD 17,00%

(703.000.000,00) INVERSION INICIAL

210.920.696,70 UTILIDAD AÑO 1

210.267.011,54 UTILIDAD AÑO 2

| | |
|----------------------|----------------|
| 233.960.092,91 | UTILIDAD AÑO 3 |
| 285.709.396,15 | UTILIDAD AÑO 4 |
| 371.996.345,52 | UTILIDAD AÑO 5 |
| VPN \$ 84.696.845,52 | |

7.5 TIR

| | |
|------------------|-------------------|
| (703.000.000,00) | INVERSION INICIAL |
| 210.920.696,70 | UTILIDAD AÑO 1 |
| 210.267.011,54 | UTILIDAD AÑO 2 |
| 233.960.092,91 | UTILIDAD AÑO 3 |
| 285.709.396,15 | UTILIDAD AÑO 4 |
| 371.996.345,52 | UTILIDAD AÑO 5 |
| TIR 22,40% | |

7.6 Diagnóstico financiero

El proyecto Paco, luego de ser analizados todas sus proyecciones arroja los siguientes resultados:

Se tiene un costo de oportunidad del 17,00% de manera que si el proyecto rentara por debajo de esta tasa sería poco interesante para el inversionista.

Si se toman los resultados de los estados financieros y flujos de caja proyectados se obtiene una TIR de 22,40%, dicha TIR o tasa interna de rentabilidad de la inversión, es superior a la tasa de descuento (WACC) 15,87% y al costo de oportunidad del inversionista por lo tanto se maximiza el costo de oportunidad.

Por otra parte se obtiene un VPN de **\$84.696.845,52** lo que significa que se están cubriendo los costos de inversión, operación y adicionalmente está generando una ganancia importante.

8. Análisis legal y de constitución

8.1 Constitución de la empresa y aspectos legales

La empresa será creada como una sociedad por acciones simplificada SAS, con las siguientes características principales (referidas por la Cámara de comercio de la Dorada - Caldas)

1. Podrán constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
2. Salvo lo previsto en el Artículo 42 de la presente Ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.
3. La naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.
4. Imposibilidad de negociar valores en el mercado público.
5. Se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.
6. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

7. La Sociedad por Acciones Simplificada no estará obligada a tener Junta Directiva, salvo previsión estatutaria en contrario.

Perfil: Persona Natural y Jurídica

Registro Mercantil del establecimiento, que contenga: Nombre establecimiento, objeto social y/o actividad comercial acorde con el tipo de prestador de servicios que se va a inscribir, dirección, ciudad, departamento, teléfono, correo electrónico, fax, precisar si es principal o sucursal y número de matrícula mercantil. (Original, Copia ó Fotocopia)

Carta de solicitud de Inscripción en el Registro Nacional de Turismo, la cual se encuentra en la página Web del Ministerio:

<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/Documentos/turismo/Tramites/Tramites2006/GuiaInscripcionRNT.pdf> (Original)

Certificado de existencia y representante legal (Original, Copia ó Fotocopia)

Al encontrarse el parque PACO, dentro de una empresa de emprendimiento, los tramites ante las diferentes entidades se describen a continuación:

CAMARA DE COMERCIO:

1. Verificar la disponibilidad del Nombre.
2. Diligenciar el formulario de Registro y Matricula.
3. Diligenciar el Anexo de Solicitud del NIT ante la DIAN.
4. Valor del formulario de Registro: \$6.300
5. Matricula \$182.000

ANTE LA NOTARIA:

Escritura Pública. (Presentada ante Cámara de Comercio en el momento del Registro)

Valor \$80.000

ANTE LA DIAN:

1. Inscribir el RUT (Registro Único Tributario). No tiene costo
2. Obtención del NIT (Numero de Identificación Tributaria).

ANTE LA SECRETARIA DE HACIENDA DE LA ALCALDIA:

1. Registro de Industria y Comercio.
2. Registro de Uso del Suelo, Condiciones Sanitarias y de Seguridad.

Valor: \$27.000

Grafico 7: Cuadro comparativo de tipos de societarios.

8. Cuadro comparativo de tipos societarios

| Constitución y Funcionamiento | | | | |
|---|--|--|---|---|
| | Sociedad de Responsabilidad Limitada | Sociedad Anónima | Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada | Sociedad por Acciones Simplificada |
| Proceso de constitución | Escritura pública inscrita en el registro mercantil. | Escritura pública inscrita en el registro mercantil. | Documento privado, inscrito en el registro mercantil (si los aportes iniciales incluyen bienes inmuebles, se requiere escritura pública). | Documento privado, inscrito en el registro mercantil (si los aportes iniciales incluyen bienes inmuebles, se requiere escritura pública). |
| Pluralidad de socios | Mínimo: 2 socios Máximo: 25 socios. | Mínimo: 5 accionistas Máximo: infinito | Máximo: 1 titular | Mínimo: 1 accionista Máximo: infinito |
| Acuerdos de accionistas | Limitada al monto de los aportes, salvo en los siguientes casos: a) Obligaciones laborales, b) Obligaciones tributarias, c) Capital social no ha sido íntegramente pagado, d) La sociedad no se identifica con la sigla Ltda., y e) Sobrevaloración de aportes en especie y f) Ciertas hipótesis de concurso (ver anotaciones en la sección de la sociedad anónima). | Limitada al monto de los aportes, en los siguientes casos: a) Responsabilidad por obligaciones insolutas de una firma concursada, si las actuaciones de la matriz dieron lugar a la insolvencia de la filial. b) Actuaciones de los socios o culpables que desmejoren la prenda común de los acreedores (la acción solo puede intentarse en desarrollo de un proceso concursal) y c) Sobrevaloración de aportes en especie. | Limitada, salvo en casos de fraude a la ley o abuso de la empresa unipersonal en perjuicio de terceros. | Limitada, al monto de los aportes, salvo en casos de fraude a la ley o abuso de la SAS en perjuicio de terceros. |
| Régimen de aportes | Pago íntegro de los aportes debe efectuarse al momento de la constitución o al aumentarse el capital. | Posibilidad de pagar 1/3 del valor del aporte al momento de la suscripción; el remanente (2/3) del valor del aporte) puede diferirse hasta por un año. | Pago íntegro de los aportes debe efectuarse al momento de la constitución o al aumentarse el capital. | Pago de los aportes puede diferirse hasta por un plazo máximo de dos años. |
| Posibilidad de establecer montos máximos y mínimos de capital | No es posible | No es posible | No es posible | Es factible crear reglas estatutarias en este sentido, así como las consecuencias previstas en caso de su incumplimiento. |

Aparte tomado del libro "SAS La sociedad por Acciones Simplificada," Francisco Reyes Villamizar, Ed Legis, 1ª Edición, 2009º

Una de las ventajas de esta sociedad, es como se aprecia en el cuadro comparativo, la posibilidad de establecer montos máximos o mínimos de capital, para las SAS, se puede realizar mediante estatutos o reglas internas.

9. Análisis de innovación

Se tiene en cuenta, como lo afirma CECODES, en el libro “Negocios Inclusivos. Una estrategia empresarial para reducir la pobreza” (2010) que, la sostenibilidad de una organización constituye un nuevo enfoque empresarial que crea valor para los accionistas a largo plazo al aprovechar las oportunidades y gestionar los riesgos derivados del desarrollo ambiental, social y económico; además que el desafío más importante para la sostenibilidad del planeta, es la disolución de la pobreza, las empresas se suman al esfuerzo de todos los sectores para su superación participando en un ejercicio en el cual los Objetivos de Desarrollo del Milenio se constituyen en el reto mundial” (p. 18).

Por otra parte es relevante considerar que:

“el liderazgo empresarial se enfoca en la innovación y en la creación de nuevas estrategias para contribuir con la promoción del desarrollo, en busca de un mundo donde la mayor parte de habitantes del planeta pueda tener acceso a nuevas oportunidades para el mejoramiento de su calidad de vida. Además, (...) la nueva realidad que enfrenta el mundo de hoy presenta un creciente interés global por lograr un desarrollo sostenible que permita condiciones homogéneas de progreso en los diversos niveles de la sociedad y muestra a los negocios como parte fundamental de esta relación. Así, sociedad, gobierno y empresa privada trabajan conjuntamente por objetivos comunes buscando mejores condiciones sociales y ambientales para los más de 6.500 millones de habitantes del planeta, en especial para los de menores ingresos.” (CECODES, 2010. Pp.18, 19)

La idea de crear éste parque temático, es bastante innovadora porque actualmente en Colombia no se tiene un modelo similar; a partir de éste se creará una red donde se tendrá en cuenta y se involucrara en un 100% a un grupo de campesinos previamente, agremiados y organizados, para que hagan parte integral del proyecto.

Más allá de ser una iniciativa novedosa en el parque PACO, los visitantes podrán contar con una experiencia única, entre otras podrá escuchar música y sonidos alusivos a los típicos generados en una región llena de encantos naturales, los paisajes y las labores cotidianas de los campesinos, serán visualizadas en un 100% por los visitantes, interactuando en un extenso jardín botánico y con construcciones hechas con la misma arquitectura del entorno campesino, permitiendo así que el turista se acople fácil y armoniosamente a dichas costumbres. También habrá espacio para la recreación y las aventuras extremas.

10. Análisis de impacto social

La generación de empleo será uno de los puntos importantes en esta idea. El oriente de caldas a través de los años ha sido una región que ha trascendido en el país, sin ayuda del gobierno local, con muchos contratiempos sobretodo en la presentación de proyectos de envergadura, sin embargo han sobrevivido gracias al tesón de su gente, por lo cual, la preocupación es mayor sabiendo que a las generaciones futuras se les puede dejar de herencia una región muy próspera, con una eficiencia innovadora y que le apunte a la generación de empleo, para así contribuir a crear 30 puestos de trabajo en el primer año de funcionamiento.

11. Plan de implementación

- ✓ Luego de que el proyecto del parque nacional de los campesinos, sean aprobado y de conseguir los recursos, se inicia la fase de:
 - ✓ Compra de lotes
 - ✓ Inicio construcción
 - ✓ Inauguración y abrir puertas al publico
 - ✓ Proyectar nuevas atracciones

12. Bibliografía

ARIZA A. et al. (2011) Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Facultad de Administración, Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad (CEEP), línea de Investigación: Estrategia. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, ISSN: 0124-8219.

BELLO. I. et. al. (2010) Negocios Inclusivos una estrategia empresarial para reducir la violencia: avances y lineamientos. CECODES. Colombia.

CUERVO P., A. (2009) Una mirada ética y del bienestar a los negocios inclusivos. Una alternativa socialmente responsable para la política social en Colombia [Tesis. Recurso electrónico]. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.

KOTLER, P. (2001) Dirección de Marketing. La edición del milenio. Ed. Prentice Hall, México.

OSTERTAG. C. (2007) Mecanismos de articulación de pequeños productores rurales a empresas privadas en Colombia. CIAT.

OSTERWALTER A., Pigneur Y. (2011) Generación de Modelos de Negocio. Deusto. España.

STERIMBERG y ZEA (2011) La comunidad Wayúu como Negocio Inclusivo. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá

Páginas Web

DANE. Censo 2005 con proyección al 2010. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. En: http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=307&Itemid=124. Fecha de consulta: Agosto de 2012.

La Patria [negocios] 2013. Oriente de Caldas moldea la producción de madera ¶ Fecha de consulta Abril 15 de 2013

El tiempo [Publicación: Sección Cultura y entretenimiento] 18 de julio de 2009.¶) Fecha de consulta: abril de de 2013.

Encuesta de percepción turística. Disponible en: www.e-encuesta.com

Ministerio de comercio, industria y turismo, Pagina web. En: www.mincomercio.gov.co. Fecha de consulta: Agosto de 2012

Página Corporativa de Disney. En: <http://corporate.disney.go.com>. Fecha de consulta: Agosto de 2012

Panaca. En: www.panaca.com.co Fecha de consulta: Agosto de 2012

Parque Mundo Aventura. Página web oficial. En: www.mundoaventura.com.co Fecha de consulta: Agosto de 2012

Parque Nacional del café, Página web oficial. En: <http://www.parquenacionaldelcafe.com/> Fecha de consulta: Agosto de 2012

Planes de desarrollo: Nacional 2010 – 2014, Departamental 2012- 2015, Plan de desarrollo Municipal Manzanares – Caldas 2012 – 2015.

13. Anexos.

Anexo 1

Anexo 2

INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE

Departamento de Caldas

CORREDOR VIAL: CARACAS – BOGOTÁ – PACÍFICO
CHOCOANO: Estratégico corredor vial nacional para la competitividad y la integración binacional con Venezuela, orientado hacia la inserción con el comercio de los países del Asia – Pacífico, soportado en la construcción de un puerto de aguas profundas en la ensenada de Tribugá en el departamento del Chocó, utilizando la Ruta del Sol entre la Costa Atlántica y Bogotá, la carretera Bogotá – Honda – Manizales, las Autopistas del Café entre Manizales y Pereira y el mejoramiento y terminación de la carretera Pereira – Nuquí (costa pacífica del Chocó).

CORREDOR VIAL: CARACAS – BOGOTÁ – PACÍFICO

LOCALIZACIÓN



Mapa de Carreteras entre Bogotá y el Océano Pacífico

- Nueva ruta Pereira - Nuquí (carretera al mar)
- Ruta actual Bogotá-Buenaventura
- Autopistas del Café
- Ruta del Sol: Bogotá – Santa Marta
- Carretera Honda – Mariquita - Manizales

Tomada de: www.mincomercio.gov.co

TURISMO

Ministerio de Comercio
Industria y Turismo
República de Colombia

| Indicadores de Turismo Caldas y Total Nacional | Caldas | | Nacional | | Últimos Periodos Disponibles |
|--|----------------|------------|----------------|------------|------------------------------|
| | Acumulado 2012 | Crec 12/11 | Acumulado 2012 | Crec 12/11 | |
| Viajeros extranjeros no residentes en Colombia * | 2.826 | -11,5% | 756.572 | 3,2% | Junio |
| Pasajeros aéreos internacionales** | 745 | 9,7% | 1.423.034 | 12,1% | Mayo |
| Pasajeros aéreos Nacionales* | 42.710 | -0,3% | 5.906.241 | 9,9% | Mayo |
| Salidas Pasajeros Terminal de Transporte** | 1.266.631 | 4,0% | 48.826.648 (2) | 0,1% (2) | Junio |
| Ocupación Hotelera*** | 43,5 (Cotelco) | | 52,7 (Dane) | | Enero - Mayo |

Fuentes: Das; Parques nacionales; Terminales de transporte; Cotelco.
 *Caldas ** Manizales
 *** zona cafetera(
 2) cifras para 25 terminales de transporte
 2011 cifras provisionales

Tomada de: www.mincomercio.gov.co

Anexo 3



CENSO GENERAL 2005 - RESULTADOS ÁREA METROPOLITANA DE BOGOTÁ¹

| | |
|------------------------|-----------|
| Personas | 7,881,156 |
| Hogares | 2,262,251 |
| Unidades Económicas | 410,117 |
| Unidades Agropecuarias | 27,496 |

¹ Bogotá D.C.; Soacha; Facatativa; Zipaquirá; Chia; Mosquera; Madrid; Funza; Cajicá; Sibate; Tocancipá; La Calera; Sopó; Tabio; Tenjo; Cota; Gachancipá; Bojacá

Anexo 4

Perfil
Departamental
CUNDINAMARCA

Director Departamento
Héctor Maldonado
Gómez

Subdirector
Carlos Eduardo
Sepúlveda Rico

Director de Censos y
Demografía
Bernardo Guerrero
Lozano

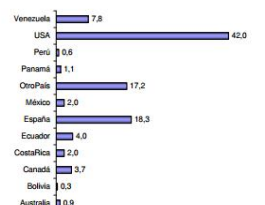


Hogares según número de personas



Aproximadamente el 70,6% de los hogares de CUNDINAMARCA tiene 4 o menos personas.

Personas viviendo en el exterior



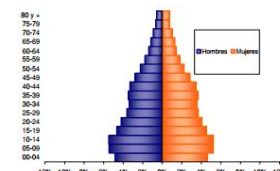
3. Módulo de Personas

Población por sexo



Del total de la población de CUNDINAMARCA el 50,0% son hombres y el 50,0% mujeres.

Estructura de la población por sexo y grupos de edad



Pertenencia étnica

Anexo 5

Perfil
Departamental
ANTIOQUIA

Director Departamento
Héctor Maldonado
Gómez

Subdirector
Carlos Eduardo
Sepúlveda Rico

Director de Censos y
Demografía
Bernardo Guerrero
Lozano



Viviendas, Hogares y Personas

| Área | Viviendas Censo 2005 | Hogares General 2005 | Personas 2005 | Proyección Población 2010 |
|--------------|----------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| Cabecera | 1.159.110 | 1.153.166 | 4.340.744 | 4.688.529 |
| Resto | 346.051 | 305.027 | 1.260.763 | 1.377.317 |
| Total | 1.505.161 | 1.458.193 | 5.601.507 | 6.065.846 |

Personas en NBI (30 Junio 2010)

| Área | Prop (%) | Cve (%) |
|--------------|--------------|-------------|
| Cabecera | 15,90 | 1,36 |
| Resto | 47,50 | 0,57 |
| Total | 22,97 | 0,78 |

(*)El guión (-) significa que al 100% de las personas se les aplicó esta pregunta por tanto no tiene Cve.

1. Módulo de Viviendas

Tipo de vivienda



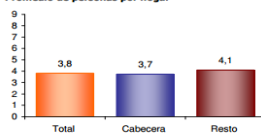
Servicios con que cuenta la vivienda



En ANTIOQUIA el 95,0% de las viviendas tiene conexión a Energía Eléctrica .
El 14,1% tiene conexión a Gas Natural .

2. Módulo de Hogares

Promedio de personas por hogar



El Promedio de personas por hogar en ANTIOQUIA es de 3,8.

Hogares Con actividad Económica

Anexo 6

Perfil
Departamental
TOLIMA

Director Departamento
Héctor Maldonado
Gómez

Subdirector
Carlos Eduardo
Sepúlveda Rico

Director de Censos y
Demografía
Bernardo Guerrero
Lozano



Viviendas, Hogares y Personas

| Área | Viviendas Censo 2005 | Hogares General 2005 | Personas 2005 | Proyección Población 2010 |
|--------------|----------------------|----------------------|------------------|---------------------------|
| Cabecera | 242.875 | 244.871 | 887.689 | 932.770 |
| Resto | 120.762 | 107.453 | 424.615 | 454.871 |
| Total | 363.637 | 352.324 | 1.312.304 | 1.387.641 |

Personas en NBI (30 Junio 2010)

| Área | Prop (%) | Cve (%) |
|--------------|--------------|-------------|
| Cabecera | 19,68 | 2,40 |
| Resto | 50,92 | 0,69 |
| Total | 29,85 | 1,14 |

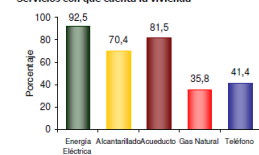
(*)El guión (-) significa que al 100% de las personas se les aplicó esta pregunta por tanto no tiene Cve.

1. Módulo de Viviendas

Tipo de vivienda



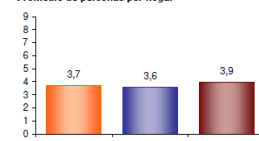
Servicios con que cuenta la vivienda



En TOLIMA el 92,5% de las viviendas tiene conexión a Energía Eléctrica .
El 35,8% tiene conexión a Gas Natural .

2. Módulo de Hogares

Promedio de personas por hogar



El Promedio de personas por hogar en TOLIMA es de 3,7.

Anexo 7

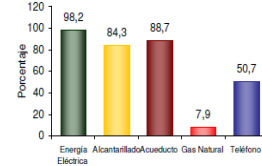


| Perfil Departamental CALDAS | | Viviendas, Hogares y Personas | | | | |
|-----------------------------|-----------------|-------------------------------|----------------|---------------------------|--|--|
| Área | Viviendas Censo | Hogares General | Personas 2005 | Proyección Población 2010 | | |
| Cabecera | 185.075 | 180.469 | 646.728 | 689.883 | | |
| Resto | 71.457 | 64.216 | 251.762 | 288.479 | | |
| Total | 256.532 | 244.685 | 898.490 | 978.362 | | |

| Personas en NBI (30 Junio 2010) | | |
|---------------------------------|--------------|-------------|
| Área | Prop (%) | Cve (%) |
| Cabecera | 13,29 | 3,56 |
| Resto | 29,18 | 1,74 |
| Total | 17,76 | 2,07 |

(*El guión (-) significa que al 100% de las personas se les aplicó esta pregunta por tanto no tiene Cve.

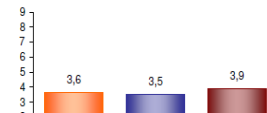
Servicios con que cuenta la vivienda



En CALDAS el 98,2% de las viviendas tiene conexión a Energía Eléctrica. El 7,9% tiene conexión a Gas Natural.

2. Módulo de Hogares

Promedio de personas por hogar



Anexo 8

| Perfil Departamental RISARALDA | | Viviendas, Hogares y Personas | | | | |
|--------------------------------|-----------------|-------------------------------|----------------|---------------------------|--|--|
| Área | Viviendas Censo | Hogares General | Personas 2005 | Proyección Población 2010 | | |
| Cabecera | 179.953 | 183.188 | 665.104 | 717.861 | | |
| Resto | 50.795 | 47.344 | 194.562 | 207.244 | | |
| Total | 230.748 | 230.532 | 859.666 | 925.105 | | |

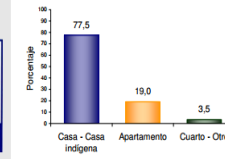
| Personas en NBI (30 Junio 2010) | | |
|---------------------------------|--------------|-------------|
| Área | Prop (%) | Cve (%) |
| Cabecera | 13,06 | 3,24 |
| Resto | 32,06 | 2,06 |
| Total | 17,47 | 2,06 |



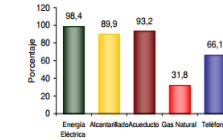
(*El guión (-) significa que al 100% de las personas se les aplicó esta pregunta por tanto no tiene Cve.

1. Módulo de Viviendas

Tipo de vivienda



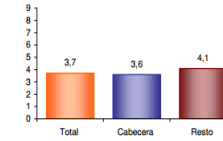
Servicios con que cuenta la vivienda



En RISARALDA el 98,4% de las viviendas tiene conexión a Energía Eléctrica. El 31,8% tiene conexión a Gas Natural.

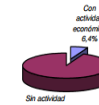
2. Módulo de Hogares

Promedio de personas por hogar



El Promedio de personas por hogar en RISARALDA es de 3,7.

Hogares Con actividad Económica



Anexo 9



INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

| | | |
|-----------|--------------------|--|
| Depto | 17 - Caldas | Seleccione el departamento en la celda a la izquierda. |
| Municipio | 17433 - Manzanares | A continuación seleccione el municipio en la celda a la izquierda. |

| | | |
|---------------------------|--|------------------------------|
| PERIODO REQUERIDO: | Desde el año: 2012 | Hasta el año: 2020 |
| GRUPOS DE EDAD | Desde la Edad: 0 - Menores de un (1) Año | Hasta la Edad: 80 Años y Más |

PROYECCIONES DE POBLACIÓN 2012 - 2020 TOTAL POR SEXO Y GRUPOS DE EDAD (00 - Menores de un (1) Año hasta 80 Años y Más).

| Año | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Total | 23.805 | 23.624 | 23.447 | 23.274 | 23.112 | 22.947 | 22.781 | 22.623 | 22.457 |
| Hombres | 12.072 | 11.956 | 11.846 | 11.747 | 11.647 | 11.549 | 11.446 | 11.352 | 11.252 |
| Mujeres | 11.733 | 11.668 | 11.601 | 11.527 | 11.465 | 11.398 | 11.335 | 11.271 | 11.205 |

Anexo 10: Encuesta

1 - ¿Vive usted en Manzanares?

| | Respuestas total | Porcentaje |
|-------|------------------|------------|
| Si | 0 | 0,00% |
| No | 95 | 99,99% |
| Total | 95 | |

2 - ¿Qué clase de turismo practica?

| | Respuestas total | Porcentaje |
|----------------------------------|------------------|------------|
| Ecoturismo y Agroturismo | 22 | 33,90% |
| Aventura | 23 | 20,34% |
| Religioso | 7 | 3,39% |
| Arquitectura | 3 | 1,69% |
| Playa | 8 | 8,47% |
| Cultural | 17 | 10,17% |
| Acuaturismo (piscina, río, lago) | 25 | 22,03% |
| Total | 95 | |

3- ¿Durante el último año, cuántos viajes de turismo realizó?

| | Respuestas total | Porcentaje |
|----------|------------------|------------|
| 1 | 10 | 10% |
| 2 | 28 | 38,33% |
| 3 | 10 | 18,33% |
| 4 | 10 | 11,67% |
| 5 | 15 | 5% |
| Más de 5 | 10 | 13,33% |
| Ninguno | 5 | 3,33% |
| Total | 80 | |

4 - ¿La última vez que fue de vacaciones iba acompañado de?

| | Respuestas total | Porcentaje |
|--------|------------------|------------|
| Pareja | 26 | 27,59% |

| | | |
|---------------|----|--------|
| Hijos | 22 | 20,69% |
| Padres | 10 | 10,34% |
| Sólo | 6 | 5,17% |
| Otro pariente | 9 | 6,90% |
| Amigos | 22 | 29,31% |
| Total | 95 | |

5 - ¿Cuánto dinero promedio diario, gasto por persona en sus últimas Vacaciones?

| | Respuestas total | Porcentaje |
|-----------------------------------|------------------|------------|
| Menos de 20 mil pesos por persona | 3 | 1,75% |
| Entre 20 y 40 mil pesos | 11 | 12,28% |
| Entre 40 y 60 mil pesos | 21 | 21,05% |
| Entre 60 y 80 mil pesos | 52 | 64,91% |
| Total | 87 | |

6- ¿Visito en algún momento alguno de los siguientes parques?

| | Respuestas total | Porcentaje |
|-----------|------------------|------------|
| Panachi | 4 | 2,17% |
| Panaca | 17 | 21,74% |
| PNC | 30 | 54,35% |
| Cat. Sal | 9 | 8,52% |
| H Napoles | 6 | 10,87% |
| Total | 86 | |

7 - ¿Para su próximo viaje de turismo, Qué atractivos quisiera encontrar?

| | Respuestas total | Porcentaje |
|-------------------------|------------------|------------|
| Paisaje | 25 | 33,33% |
| Lugares históricos o de | 9 | 10% |

| | | |
|------------|----|--------|
| relevancia | | |
| Religiosa | | |
| o | | |
| ancestral | | |
| Cultura | 2 | 1,67% |
| Un evento | 9 | 10% |
| especial | | |
| (fiestas, | | |
| concierto) | | |
| Compras | 0 | 0% |
| Visitar | 7 | 6,67% |
| amigos/pa | | |
| rientes | | |
| Participar | 3 | 3,33% |
| en | | |
| eventos | | |
| deportivos | | |
| Descanso | 9 | 13,33% |
| y relax | | |
| Comida y | 1 | 1,67% |
| bebida de | | |
| la zona | | |
| Teatro u | 0 | 0% |
| Ópera | | |
| Aventura | 14 | 20% |
| o deportes | | |
| extremos | | |
| Total | 80 | |

8 - ¿Qué actividad o actividades le gustaría hacer una vez esté allí?

| | Respuesta | Porcentaje |
|------------|-----------|------------|
| | s total | |
| Alquilar | 5 | 3,39% |
| bicicletas | | |
| o patines | | |
| Acampar | 18 | 18,64% |
| Hacer | 6 | 6,78% |
| fotos | | |
| Visitar | 4 | 3,39% |
| museos e | | |
| iglesias | | |
| Visitas | 6 | 5,08% |
| guiadas | | |
| Avistamie | 0 | 0% |
| nto de | | |

| | | |
|------------|----|--------|
| aves | | |
| Nadar en | 9 | 11,86% |
| rio o lago | | |
| Compras | 0 | 0% |
| Relax | 6 | 8,47% |
| Caminatas | 24 | 37,29% |
| por el | | |
| bosque | | |
| Rumba y | 1 | 5,08% |
| fiesta | | |
| Total | 79 | |

9 - ¿Sobre qué aspectos le gustaría aprender durante su próximo recorrido Turístico?

| | Respuesta | Porcentaje |
|-------------|-----------|------------|
| | s total | |
| Historia | 8 | 8,62% |
| Tradicione | 19 | 24,14% |
| s | | |
| Mitos y | 15 | 18,97% |
| Leyendas | | |
| Arquitectu | 3 | 1,72% |
| ra | | |
| Ecología | 9 | 12,07% |
| Agricultura | 9 | 12,07% |
| Fauna | 4 | 3,45% |
| Conservac | 5 | 6,90% |
| ión | | |
| Gastrono | 4 | 8,62% |
| mía | | |
| Ninguno | 2 | 3,45% |
| Total | 78 | |

Anexo 11

Parque Nacional de los Campesinos PACO

Contenido

1. portería y parqueadero
2. stand productos agrícolas
3. stand productos artesanales
4. parcelas negocios inclusivos
5. establo de producción panelera
6. establo de producción maderera
7. piscina natural
8. Zonas de snack y restaurante
9. establos diferentes animales
10. coliseo de ferias, exposiciones

11. zona de cabalgatas
12. paseos y senderismo
13. zona de camping
14. zona bbq
15. zona de juegos (niños)
16. parque indios pantagoras
17. pista cuatrimotos
18. muro natural de escalada y de arboles
19. ruta de la arriería
20. ruta del aguardiente amarillo
21. avistamiento de aves



Anexo 12 Tarjeta de presentación



Anexo 13 Cotización ARCOTEK

Bogotá, 29 de abril de 2013

COTIZACION 13578



Sr. JULIAN GOMEZ CORTES CEL 3138249673
Parque Nacional de los campesinos PACO
Manzanares-Caldas

| COTIZACION 001 | | | |
|----------------|--|----------------|----------------|
| ITEM | DETALLE | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| 1 | ESTUDIOS, DISEÑO Y CONSTRUCCION PARQUE PACO EN MANZANARES CALDAS, A TODO COSTO | \$ 543.000.000 | \$ 543.000.000 |

| ALCANCE DE LA OFERTA | |
|----------------------|---|
| A | REMOCION DE DEL MANTO EXISTENTE |
| B | ALISTAMIENTO DEL TERRENO (MOVIMIENTO DE TIERRAS, DILATACION Y NIVELADO) |
| C | REVISION DE AGUAS |
| D | APLICACION DE EMULSION ASFALTICA - PRIMERA FASE ACCESO Y PARQUEADEROS |
| E | INSTALACION DE MANTO ASFALTICO CON FOIL DE ALUMINIO 3mm (TERMOAPLICACION) |
| F | SEÑALIZACION DE ZONAS DE CIRCULACION |
| G | LIMPIEZA GENERAL Y TRASCIEGO DE ESCOMBROS |
| H | REPARACION DE DAÑOS OCASIONADOS DURANTE LA ACTIVIDAD |

| OBSERVACIONES | |
|--|--|
| PRECIOS NO INCLUYEN I.V.A. | |
| PROPUESTA INCLUYE SUMINISTRO DE MATERIALES Y MANO DE OBRA | |
| FORMA DE PAGO: 50% ANTICIPO, CORTES QUINCENALES SEGÚN AVANCE DE OBRA | |
| TIEMPO DE ENTREGA: 180 DIAS SEGÚN PROGRAMACION DE ENTREGA Y CONDICIONES CLIMATICAS | |
| TIEMPO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA: TREINTA (30) DIAS | |
| ENTREGA DE MANUAL DE GARANTIA | |

Atentamente,

Arq. LEYDI JOHANNA SIERRA
Gerente de Proyectos
Cel.: 300 3825252

RICARDO ANDRES JARAMILLO TORO
Director Ejecutivo
Cel.: 310 375 68 04

T. 7531329
D. Trv. 88 No. 19 A - 50 Interior 1 - 101
Bogotá, D.C. - Colombia



Contenido

| | |
|---|----|
| 1. Resumen Ejecutivo..... | 6 |
| 2. Análisis de productos y servicios | 8 |
| 2.1 Productos..... | 8 |
| 2.2 Servicios..... | 9 |
| 2.3 Proveedores | 12 |
| 3. Análisis de mercados | 13 |
| 3.1 Estudio de la industria | 13 |
| 3.1.1 Competencia indirecta..... | 17 |
| 3.2 Investigación de mercados | 18 |
| 3.2.1 Análisis del sector del turismo en el departamento de caldas..... | 18 |
| 3.2.2 Visión turística y de infraestructura del departamento de caldas..... | 19 |
| 3.2.3 Transporte de pasajeros | 20 |
| 3.2.4 Mercado total | 20 |
| 3.2.5 Mercado meta..... | 21 |
| 3.3 Segmentación del parque | 22 |
| 3.4 Estrategia de mercados..... | 23 |
| 3.4.1 Diferenciación de productos..... | 23 |
| 3.5 Producto y precio..... | 24 |
| 3.6 Plaza..... | 24 |
| 3.6.1 Terreno | 25 |
| 3.7 Promoción..... | 25 |
| 3.8 Canal de distribución | 26 |
| 4. Análisis organizacional | 26 |
| 4.1 Organigrama..... | 26 |
| 4.2 Gastos de personal | 27 |
| 4.3 Valores | 27 |
| 4.4 DOFA..... | 28 |
| 4.5 Entes gubernamentales..... | 29 |
| 5. Plan de Operaciones..... | 30 |

| | |
|---|----|
| 5.1 Ficha técnica | 30 |
| 5.2 Necesidades y requerimientos | 30 |
| 6. Análisis financiero..... | 31 |
| 6.1 Costos de montaje y financiación | 31 |
| 6.2 Fuentes de ingresos y egresos | 32 |
| 6.2.1 Ingresos del parque | 32 |
| 6.2.2 Proyección de ventas a cinco años..... | 32 |
| 6.3 Gastos de puesta en marcha..... | 33 |
| 6.4 Gastos de personal operativo..... | 34 |
| 7. Proyección de los estados Financieros..... | 34 |
| 7.1 Balance inicial y proyectado | 34 |
| 7.2 Estado de Resultados..... | 35 |
| 7.3 Costos operacionales | 35 |
| 7.4 VPN..... | 35 |
| 7.5 TIR | 36 |
| 7.6 Diagnóstico financiero | 36 |
| 8. Análisis legal y de constitución..... | 37 |
| 8.1 Constitución de la empresa y aspectos legales | 37 |
| 9. Análisis de innovación | 40 |
| 10. Análisis de impacto social..... | 41 |
| 11. Plan de implementación | 42 |
| 12. Bibliografía..... | 42 |
| 13. Anexos. | 44 |