



Universidad
Industrial de
Santander

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL PARQUE TEMÁTICO DEL
BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA, EN EL MUNICIPIO DE BARBOSA
SANTANDER**

DEISY JOHANA FAJARDO ANNEAR

KAROL LIZETH CASTAÑEDA ÁLVAREZ

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2017**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL PARQUE TEMÁTICO DEL
BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA, EN EL MUNICIPIO DE BARBOSA
SANTANDER**

**DEISY JOHANA FAJARDO ANNEAR
KAROL LIZETH CASTAÑEDA ALVAREZ**

Trabajo de Grado para optar al título de Profesional en Gestión Empresarial

**Director
GUILLERMO LEON CASTILLO ESTEVEZ
Economista**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2017**

DEDICATORIA

A Dios

Padre y Amigo incondicional,
Quien ha sido mi respaldo y fortaleza
durante toda la vida, a mis padres
por su apoyo incondicional,
el cual fue parte importante durante el
desarrollo de esta gran etapa.

Karol Lizeth Castañeda Álvarez

A mis Padres,

a quienes les debo toda mi vida,
les agradezco el cariño y su comprensión,
a ustedes quienes han sabido formarme
con buenos sentimientos, hábitos y valores,
lo cual me ha ayudado a salir adelante
buscando siempre el mejor camino;
a mi esposo e hijos mi mayor
motivación y que son el motor de mi vida

Deisy Johana Fajardo Annear

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo, Agradecemos a nuestro padre celestial por darnos la fortaleza, sabiduría y entendimiento en el desarrollo de esta etapa tan importante en nuestras vidas, por estar a nuestro lado acompañándonos en cada paso que damos, por haber puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido nuestro soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A nuestras familias por el apoyo incondicional durante el desarrollo de este proceso, sin su apoyo nada de esto hubiese sido posible.

A la universidad industrial de Santander por abrirnos sus puertas y brindarnos una excelente calidad en educación.

Al Director de proyecto Guillermo León Castillo y todos los docentes que tuvimos durante la carrera.

A la administradora Sandra Patricia Blanco por su colaboración en cuanto al paquete tecnológico.

A nuestros compañeros de semestre por sus aportes y vivencias durante esta gran etapa de aprendizaje.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN.....	20
1. GENERALIDADES.....	22
1.1 PANORAMA DEL SECTOR	22
1.1.1 Evolución y tendencias del sector turismo Colombia.....	22
1.1.2 Turismo Cultural	25
1.1.3 Parques temáticos a nivel global.....	26
1.1.4 Situación actual de los parques temáticos en Colombia	29
1.1.5 Contexto Regional y local del turismo cultural	32
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO	39
1.2.1 Municipio de Vélez	48
1.2.2 Municipio de Moniquirá.....	48
1.2.3 Ciudad de Bogotá.....	49
1.2.4 Ciudad de Tunja Boyacá	52
1.2.5 Ciudad de Duitama Boyacá.....	55
1.2.6 Ciudad de Sogamoso Boyacá	57
1.3 ASPECTOS LEGALES.....	58
2. ESTUDIO DE MERCADOS.....	64
2.1 OBJETIVOS	64
2.1.1 Objetivo general	64
2.1.2 Objetivos específicos.....	64
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	65
2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del servicio	65
2.2.1.1 Descripción.....	66
2.2.1.2 Especificaciones de los servicios del parque	66
2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio	76
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO.....	76
2.3.1 Mercado potencial	76
2.3.2 Mercado objetivo	76
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	78
2.4.1 La demanda	78
2.4.1.1 Descripción del problema de mercado.....	79
2.4.1.2 Necesidades de información.....	80
2.4.1.3 Ficha Técnica.....	81
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados	82
2.4.3 Estimación de la demanda	94
2.5 OFERTA O COMPETENCIA.....	96
2.5.1 Necesidades de información	97

2.5.2	Ficha técnica	97
2.5.3	Análisis de la Situación actual de la competencia	98
2.6	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	101
2.7	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	101
2.7.1	Estructura de los canales actuales	101
2.7.2	Ventajas y desventajas de los canales actuales de los parques temáticos	103
2.7.3	Selección de los Canales de Comercialización	103
2.8	PRECIO	105
2.8.1	Análisis de Precios de la competencia	105
2.8.2	Estrategias de Fijación de Precios	106
2.9	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	107
2.9.1	Objetivos	107
2.9.2	Logotipo.....	108
2.9.3	Slogan.	109
2.9.4	Análisis de medios.....	109
2.9.5	Selección de Medios	111
2.9.6	Estrategias publicitarias.....	111
2.9.7	Presupuesto de publicidad y promoción.....	112
2.9.7.1	De lanzamiento.....	112
2.9.7.2	De operación.....	113
3.	ESTUDIO TÉCNICO.....	114
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	114
3.1.1	Descripción del tamaño del proyecto.....	114
3.1.2	Factores que determinan el tamaño de un proyecto	114
3.1.3	Capacidad del proyecto.....	117
3.1.3.1	Capacidad total diseñada.....	117
3.1.3.2	Capacidad instalada.....	119
3.1.3.3	Capacidad utilizada y proyectada.....	120
3.2	LOCALIZACIÓN	121
3.2.1	Macro localización (Geográfica)	121
3.2.2	Micro localización	123
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	128
3.3.1	Ficha técnica del servicio del parque.....	128
3.3.2	Descripción técnica del proceso.....	129
3.3.3	Diagrama de prestación del servicio.....	133
3.3.4	Control de calidad.....	133
3.3.5	Recursos	136
3.3.5.1	Talento humano.....	136
3.3.5.2	Recurso físico.....	138
3.3.5.3	Recurso de insumos.....	143
3.3.6	Análisis de Proveedores.....	144
3.3.7	Distribución de planta.....	148

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	156
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	156
4.1.1 Tipo de empresa.....	156
4.1.2 Constitución de la empresa	156
4.1.3 Procedimiento para la constitución.....	156
4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL.....	161
4.2.1 Visión.....	161
4.2.2 Misión.	161
4.2.3 Objetivos	162
4.2.4 Políticas de la empresa	162
4.2.4.1 Políticas de Personal.....	162
4.2.4.2 Políticas de Compra.....	163
4.2.4.3 Políticas de venta.....	164
4.2.4.4 Políticas Ambientales.....	164
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	164
4.3.1 Organigrama	164
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	166
4.3.3 Asignación salarial.....	176
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	178
5.1 INVERSIONES	178
5.1.1 Inversión Fija	178
5.1.1.1 Terreno.....	179
5.1.1.2 Construcción.....	179
5.1.1.3 Maquinaria y equipo.....	180
5.1.1.4 Equipo de oficina (cómputo y telecomunicaciones).....	182
5.1.1.5 Herramientas.....	182
5.1.1.6 Total de inversión fija.....	183
5.1.2 Inversión diferida	184
5.1.3 Inversión de capital de trabajo.....	184
5.1.3.1 Costos de producción.....	184
5.1.3.2 Gastos de Administración y ventas	190
5.1.3.3 Gastos Financieros.....	192
5.1.3.4 Total Capital de Trabajo.....	193
5.1.4 Inversión total	193
5.1.5 Fuentes de financiación.....	194
5.2 COSTOS Y GASTOS	194
5.2.1 Costos y gastos fijos.....	194
5.2.2 Costos y gastos variables.....	195
5.2.3 Costo y gasto total unitario	195
5.3 PRECIO DE VENTA.....	196
5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS.....	196
5.4.1 Ingresos.....	196
5.4.2 Egresos	197
5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS	198

5.5.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años	198
5.5.2 Flujo de Caja Proyectado	199
5.5.3 Balance General inicial y proyectado	200
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	201
6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	201
6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL	203
6.2.1 Matriz de evaluación de impactos	203
6.2.2 Plan de mitigación	206
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	207
6.3.1 Valor presente neto	208
6.3.2 Tasa Interna Retorno TIR.....	209
6.3.3 Período de recuperación	209
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	212
7. CONCLUSIONES.....	214
8. RECOMENDACIONES.....	217
BIBLIOGRAFÍA.....	219
ANEXOS.....	221

LISTA DE FIGURAS

pág.

Figura 1. Logo corazón dulce y folclórico de Colombia.....	36
Figura 2. Ruta del bocadillo y el folclor 2012	37
Figura 3. Ruta feliz 2012.....	38
Figura 4. Mapa del área metropolitana de Barbosa, Santander	39
Figura 5. Eslabones de la cadena productiva de la caña panelera.....	43
Figura 6. Modelos de la cadena de la panela	44
Figura 7. Cadena Productiva Del Bocadillo	45
Figura 8. Cadena Productiva Del Bocadillo	46
Figura 9. Cadena Productiva Del Bocadillo	50
Figura 10. Importaciones de la región.....	51
Figura 11. Ciudad De Tunja, Boyacá	53
Figura 12. Concentración de población urbana de Boyacá 2005 y 2012.....	54
Figura 13. Participación comparativa de los sectores económicos.....	54
Figura 14. Mapa área metropolitana de Duitama, Boyacá	56
Figura 15. Mapa área metropolitana de Sogamoso, Boyacá	58
Figura 16. Ruta de la tradición bocadillera.....	68
Figura 17. Dulce senda de la caña panelera	69
Figura 18. Danzas típicas de la región del río suárez	70
Figura 19. Juegos autóctonos.....	71
Figura 20. Fonda de nuestra región.....	72
Figura 21. Corazón contento.....	72
Figura 22. Conformación de núcleo familiar	83
Figura 23. Realiza frecuentemente turismo en colombia	84
Figura 24. Turismo por medio de los parques temáticos	85
Figura 25. Frecuencia de uso del servicio	86
Figura 26. Precios del mercado	87
Figura 27. Medios publicitarios actuales	88
Figura 28. Interés por la cultura del bocadillo y la panela	89
Figura 29. Frecuencia De Uso Del Servicio	90
Figura 30. Disposición de pago por persona	91
Figura 31. Preferencia de acceso al servicio	92
Figura 32. Características Primordiales Del Parque Temático	93
Figura 33. Preferencia Publicitaria	94
Figura 34. Comercialización Directa	102
Figura 35. Comercialización Indirecta.....	102
Figura 36. Canal de comercialización directo	104
Figura 37. Canal indirecto.....	105
Figura 38. Logotipo	108
Figura 39. Mapa de Barbosa Santander	123

Figura 40. Plano casco urbano Barbosa	127
Figura 41. Flujograma general del proceso de prestación del servicio	134
Figura 42. Distribución plano de planta parque temático cultural	151
Figura 43. Distribución vista de la planta parque temático cultural	152
Figura 44. Plano estación 1 : “Bienvenida a la “Region del Rio Suarez”	152
Figura 45. Plano estación 2: “Tradicion Bocadojera” y estación 3.....	153
Figura 46. Plano estación 4: “Danzas típicas de la “Región del Rio Suarez”	153
Figura 47. Plano estación 5: “Juegos Autoctonos”	154
Figura 48. Plano estación 6: “Restaurante Tipico”	155
Figura 49. Plano estación 7: “Parada Dulce”	155
Figura 50. Estructura organizacional	165
Figura 51. Cálculo del punto de equilibrio en unidades y en pesos	213

LISTA DE TABLAS

pág.

Tabla 1. Inventario patrimonio cultural	47
Tabla 2. Ficha Técnica Del Servicio.....	75
Tabla 3. Personas De Los Estratos III, IV Y V	77
Tabla 4. Ficha técnica de la demanda	81
Tabla 5. Conformación de núcleo familiar.....	83
Tabla 6. Realiza frecuentemente turismo en Colombia	84
Tabla 7. Turismo por medio de los parques temát.....	84
Tabla 8. Frecuencia de realización de turismo cultural	85
Tabla 9. Precios del mercado	86
Tabla 10. Medios publicitarios actuales	87
Tabla 11. Interés por la cultura del bocadillo y la panela	89
Tabla 12. Frecuencia De Uso Del Servicio	90
Tabla 13. Disposición de pago por persona.....	90
Tabla 14. Preferencia de acceso al servicio	91
Tabla 15. Características Primordiales Del Parque Temático.....	92
Tabla 16. Preferencia Publicitaria	93
Tabla 17. Estimación de la demanda anual Parque Temático.....	96
Tabla 18. Proyección de demanda de servicios del Parque Temático Cultural	96
Tabla 19. Ficha técnica de la oferta de servicios fúnebres en Vélez	97
Tabla 20. Datos generales de los parques	99
Tabla 21. Matriz competitividad	100
Tabla 22. Ventajas y desventajas de los canales actuales	103
Tabla 23. Parques temáticos en la región.....	106
Tabla 24. Análisis de medio	110
Tabla 25. Presupuesto de publicidad de lanzamiento.....	113
Tabla 26. Presupuesto de publicidad y promoción de operación mensual	113
Tabla 27. Tamaño total del parque según espacio disponible	114
Tabla 28. Duración de recorrido por guía	118
Tabla 29. Capacidad Diseña.....	119
Tabla 30. Capacidad instalada.....	119
Tabla 31. Capacidad utilizada y proyectada	120
Tabla 32. Capacidad proyectada de ventas de pax por año	121
Tabla 33. Descripción de los predios	124
Tabla 34. Ponderación de factores críticos	126
Tabla 35. Determinación de la ubicación de la planta.....	127
Tabla 36. Ficha técnica del producto	128
Tabla 37. Personal operativo	137
Tabla 38. Personal administrativo.....	137
Tabla 39. Terrenos.....	138

Tabla 40. Maquinaria y equipos	139
Tabla 41. Equipos de cómputo y telecomunicaciones	140
Tabla 42. Herramientas	141
Tabla 43. Muebles y enseres generales	142
Tabla 44. Juegos típicos	142
Tabla 45. Materiales	143
Tabla 46. Insumos de aseo y mantenimiento	143
Tabla 47. Dotaciones personal operativo	144
Tabla 48. Análisis de proveedores.....	145
Tabla 49. Análisis de proveedores.....	146
Tabla 50. Medidas de distribución de planta.....	148
Tabla 51. Perfil y funciones del gerente.....	166
Tabla 52. Perfil y funciones del contador	167
Tabla 53. Perfil y funciones del auxiliar contable - secretaria	168
Tabla 54. Perfil y funciones del coordinador de servicio	169
Tabla 55. Perfil y funciones del guía turístico.....	170
Tabla 56. Perfil y funciones del asesor comercial.....	171
Tabla 57. Perfil y funciones del profesional comercial y marketing.....	172
Tabla 58. Perfil y funciones del cargo servicios generales	173
Tabla 59. Perfil y funciones del vigilante.....	174
Tabla 60. Perfil y funciones del auxiliar de mantenimiento	175
Tabla 61. Asignación salarial	176
Tabla 62. Cargos por prestación de servicios	176
Tabla 63. Prestaciones de ley.....	176
Tabla 64. Seguridad social	177
Tabla 65. Estructura salarial de los contratos a término fijo del parque.....	177
Tabla 66. Terrenos.....	179
Tabla 67. Construcción	179
Tabla 68. Maquinaria y equipo.....	180
Tabla 69. Muebles y enseres	181
Tabla 70. Equipo de oficina	182
Tabla 71. Herramientas	183
Tabla 72. Total de inversión fija	183
Tabla 73. Inversión diferida.....	184
Tabla 74. Materiales directos	185
Tabla 75. Nómina de mano de obra directa.....	186
tabla 76. Prestaciones sociales de mano de obra directa.....	186
Tabla 77. Nomina mano de obra indirecta	187
Tabla 78. Prestaciones sociales de mano de obra indirecta.....	187
Tabla 79. Elementos aseo e higi.....	188
Tabla 80. Servicios Públicos	188
Tabla 81. Depreciación de activos fijos.....	188
Tabla 82. Dotaciones del personal operativo	189
Tabla 83. Otros costos indirectos.....	189
Tabla 84. Resumen de costos del servicio	190

Tabla 85. Gastos de administración.....	190
Tabla 86. Nómina de personal administrativo	191
Tabla 87. Prestaciones sociales personal administrativo.....	191
Tabla 88. Personal prestación por outsourcing y prestación de servicios.....	192
Tabla 89. Gastos de servicios públicos.....	192
Tabla 90. Resumen gastos de administración y ventas.....	192
Tabla 91. Resumen capital de trabajo requerido	193
Tabla 92. Inversión total.....	193
Tabla 93. Fuentes de financiación	194
Tabla 94. Costos y gastos fijos	195
Tabla 95. Costos y gastos variables	195
Tabla 96. Costo y gasto total unitario.....	196
Tabla 97. Precio de Venta	196
Tabla 98. Ingresos por operaciones del parque.....	197
Tabla 99. Egresos por gastos	197
Tabla 100. Egresos por costos	197
Tabla 101. Estado de Resultados Proyectados a 5 años	198
Tabla 102. Flujo de Caja Proyectado.....	199
Tabla 103. Balance General inicial y proyectado	200
Tabla 104. Aplicación de los principios de responsabilidad social empresarial ...	202
Tabla 105. Calificación de matriz de evaluación de impactos.....	204
Tabla 106. Calificación de matriz de evaluación de impactos.....	205
Tabla 107. Plan de mitigación ambiental para el parque temático.....	206
Tabla 108. Flujos de efectivo del parque temático.....	208
Tabla 109. Valor presente neto con retorno de capital invertido	209
Tabla 110. Cálculo del punto de equilibrio en unidades y en pesos	212

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Encuesta demanda.....	221
Anexo B. Encuesta satisfacción del servicio.....	223
Anexo C. Cotizaciones.....	224
Anexo D. Ficha técnica.....	227
Anexo E. Formato control de asesoría.....	228
Anexo F. Contrato individual de trabajo a término fijo.....	230
Anexo G. Pasaporte (manilla).....	234

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL PARQUE TEMÁTICO DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA, EN EL MUNICIPIO DE BARBOSA SANTANDER¹

AUTOR: KAROL LIZETH CASTAÑEDA ALVAREZ, DEISY JOHANA FAJARDO ANNEAR**

PALABRAS CLAVES: Turismo, Cultural, Parques, Ley, Bocadoillo, Veleño, Panela.

DESCRIPCIÓN: El presente proyecto tiene como finalidad reconocer, valorar y exaltar la cultura de la Agroindustria del bocadoillo Veleño y la panela que son productos autóctonos de la “Región del Río Suarez”; dando a conocer la memoria histórica y la importancia de la “denominación de origen del bocadoillo veleño” y la panela como “bebida nacional”, así mismo degustar de la riqueza gastronómica de la región, a través de la creación de espacios de aprendizaje, cultura y entretenimiento.

Realizados los análisis concernientes al mercado, las necesidades técnicas, la estructura y enfoque organizacional, las finanzas y el impacto ambiental se encontró que es viable la creación y puestas en marcha del “Parque Temático Cultural del Bocadoillo Veleño y la Panela” en la medida que existe una demanda anual de 2.080.890 familias de los estratos III, IV, Y V que corresponden a las poblaciones de: Moniquirá, Vélez Barbosa, Tunja, Duitama, Sogamoso y Bogotá; dicho parque se ubicara en un lote de 2 hectáreas ubicado en la Finca la Mana en el Km 1 vía Barbosa; bajo este escenario se prevé satisfacer el 1.5% de la demanda correspondiente a 30.653 hogares. Legalmente la empresa se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S, para lo cual es necesario contar un capital de inversión de \$ 589.655.897 los cuales serán aportados por los socios accionistas.

Finalmente, en lo que concierne a la evaluación, desde el punto de vista social este parque es fuente de empleo y desarrollo empresarial; el impacto ambiental de su funcionamiento es moderado y se precisó un plan de mitigación para minimizar daños en el ambiente; y económicamente es viable porque con una TMAR de 10.9%, se tiene un VPN superior a cero, una TIR de 15,2% y un PRI de 4.4 años.

¹Trabajo de grado

**Instituto de proyección regional y educación a Distancia, Director: Economista Guillermo León Castillo Estévez.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF THE THEME PARK OF BOCADILLO VELEÑO AND THE PANELA, IN THE MUNICIPALITY OF BARBOSA SANTANDER*

AUTHOR: KAROL LIZETH CASTAÑEDA ALVAREZ, DEISY JOHANA FAJARDO ANNEAR**

KEY WORDS: Tourism, Cultural, Parks, Law, Bocadoillo, Veleño, Panela.

SUMMARY: The present project aims to recognize, value and exalt the culture of Agroindustry of the Veleño sandwich and the panela that are native products of the "Region of the River Suárez"; Giving an insight into the historical memory and importance of the "Denomination of Origin of the Veal Sandwich" and the panela as "national drink", as well as tasting the region's gastronomic richness, through the creation of learning spaces, Culture and entertainment.

The analyzes related to the market, technical needs, structure and organizational approach, finances and environmental impact were found to be feasible the creation and implementation of the "Veleño and Panela Bocadoillo Cultural Theme Park" in The measure that there is an annual demand 2,080,890 families of strata III, IV, YV that correspond to the populations of: Monquirá, Vélez Barbosa, Tunja, Duitama, Sogamoso and Bogota; This park is located in a land of 2 hectares located in Finca la Mana in Km 1 via Barbosa; Under this scenario, it is expected to satisfy 1.5% of the corresponding 30,653 households. Legally the company is constitutive as a Company for Simplified Shares S.A.S, for which it is necessary to have an investment capital of \$ 589,655,897 which are contributed by the shareholders.

Finally, as far as the evaluation is concerned, from a social point of view this park is a source of employment and business development; The environmental impact of its operation is moderate and a mitigation plan was necessary to minimize damages to the environment; And economically it is viable because with a TMAR of 10.9%, it has a VPN above zero, a TIR of 15.2% and a PRI of 4.4 years.

*Degree Work

**Institute of regional projection and distance education. Director: Economist Guillermo León Castillo Estévez.

INTRODUCCIÓN

Este presente estudio de viabilidad se enfoca a la creación de una organización del sector turismo, específicamente un parque temático que se denominará “Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela” que por razones estratégicas estará ubicado en la población de Barbosa Santander, mediante el cual se busca fortalecer las agroindustrias de la panela y el bocadillo, en aras de potencializar la denominación de origen que se le ha dado al bocadillo veleño en esa región.

El documento consta de ocho capítulos que conforma el cuerpo del trabajo y son relevantes para poder identificar la viabilidad del proyecto; el primer o de ellos expone las generalidades del estudio, haciendo alusión al panorama del sector turismo y explícitamente parques temáticos, el contexto geográfico que analiza los lugares de localización y mercado; así mismo, se hace alusión a las leyes que regulan la creación y funcionamiento de centros turísticos temáticos como es el caso.

En el segundo capítulos se aborda el tema del mercado, para este fin se proponen unos objetivos que se enfocan lograr la identificación de las especificaciones del servicio y sus los atributos diferenciadores, el mercado potencial y objetivo, se investiga las necesidades y expectativas del mercado para estimar la demanda, se identifica la oferta o competencia del servicio, se analiza los canales de comercialización para elegiré los más adecuados, se establecen esta regias y lineamientos para el precio, y finalmente se hace alusión a la promoción y publicidad.

El tercer capítulo es el estudio técnico, el cual expone el tamaño del proyecto analizando los factores de impacto (demanda, insumos, tecnologías, localización,

financiación), así como las capacidades diseñadas, instalada y utilizada; también se refiere a la localización e ingeniería del proyecto que encierra la ficha técnica, diagramas, control de calidad, recursos, proveedores y distribución de la planta. El cuarto capítulo es el administrativo, en el cual se expone la forma de constitución de la empresa, la cultura organizacional, la estructura orgánica y funcional.

El quinto capítulo es el análisis financiero, este capítulo recoge la información del mercado, el área técnica y la administración, buscando cuantificar aquellos elementos que previamente descrito merecen o requieren ser valorados; así se establece las inversiones, los costos, los gastos, las ventas y los precios para finalmente poder estructurar unos estados financieros que dibujen la situación de la empresa en sus primeros cinco años.

El sexto capítulo refiere a la evaluación de impacto del proyecto, dicha evaluación implica el área social, el ambiental y la económica. Finalmente en los capítulos siete y ocho son las conclusiones y recomendaciones; de forma específica las conclusiones dan una visión generalizada y precisa sobre aspectos que son relevantes para saber si el proyecto es viable, mientras que las recomendaciones son apreciaciones propias de las autoras que se enfocan a mejorar el sector intervenido.

1. GENERALIDADES

1.1 PANORAMA DEL SECTOR

1.1.1 Evolución y tendencias del sector turismo Colombia. Desde inicios del siglo XX dio el primer paso a la identificación del sector turismo como una industria potencial para el crecimiento económico del país con la conformación de la oficina de turismo en 1931, sin embargo este sector solo tuvo el protagonismo que se pensaba hasta hace unos años atrás, fue en el año 2002 que el turismo realmente comenzó a desarrollarse y establecerse como un motor de crecimiento económico en Colombia, debido al fortalecimiento y presencia de las fuerzas militares.

Debido a lo anterior y a la recuperación de la confianza por parte de las personas y del gobierno, quienes han jugado un papel importante en todo este proceso, se ha logrado cambiar la percepción del país en el exterior. Por otro lado las ventajas creadas a través de los incentivos tributarios y la recuperación de la inversión extranjera, han sido aspectos claves en la transformación del turismo en Colombia. Como bien se sabe, Colombia cuenta con una gran biodiversidad de atractivos naturales y culturales, además de su cercanía con dos grandes mares, el Pacífico y el Atlántico, 53 áreas naturales (que hacen parte de una red de parques nacionales) entre otros atractivos, lo que ha contribuido a mejorar la oferta del turismo en diferentes aspectos o actividades para el turista nacional y extranjero ofreciendo turismo de playas, lugares históricos, cultura, agroturismo, ecoturismo, deporte, salud, ferias, negocios etc.

El país ha presentado una transformación que se ha venido evidenciando con la consolidación del turismo interno y el inicio de la recuperación del turismo receptivo, debido a que estos dos aspectos han ganado un espacio significativo en las expectativas del país, los cuales se han evaluado bajo unos indicadores

básicos, el primero, con base en las entradas de viajeros extranjeros, el segundo referente a los aportes al PIB y por último, la ocupación hotelera.²

En la actualidad, las personas buscan actividades culturales y de entretenimiento que les permitan compartir y disfrutar momentos de esparcimiento con sus familiares y amigos. Una de esas alternativas se encuentra en los parques temáticos, los cuales emergen como espacios en donde no solo se puede disfrutar de atracciones mecánicas y participar en dinámicas, sino también aprender, por medio de educación no formal, acerca de temáticas culturales, sociales e históricas que hacen parte de nuestra comunidad y que demandan ser transmitidas a personas de cualquier edad.

Más allá de la importancia cultural y educacional que caracteriza a los parques temáticos, estos lugares de entretenimiento contribuyen en gran proporción a la atracción de visitantes y, por ende, al incremento del turismo en un determinado territorio. En el caso colombiano, el sector turístico ha cobrado importancia en los últimos años, convirtiéndose en uno de los más importantes generadores de divisas después de la exploración y comercialización del petróleo y el carbón.³

Actualmente se desarrolla La Marca País Colombia, titulada “La respuesta es Colombia”; la cual asume las labores de promoción de la imagen del país, es una estrategia de competitividad del gobierno nacional que busca posicionar una imagen positiva del país en el extranjero la cual pretende atraer inversionistas, turistas y compradores de productos nacionales; cerrar la brecha entre la

² BRAVO MONTILLA, Ángela María y RINCÓN AMBROSIO David Ernesto. Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia. Trabajo de grado administrador de negocios internacionales. Bogotá: Universidad del Rosario, 2013. 99 p.

³ ARIZA P., Andrea. et. al. Parques temáticos en Colombia: Construyendo empresas perdurables que acepten el desafío de subirse a la montaña de la turbulencia global. Bogotá: Universidad del Rosario, 2011. 74 p.

percepción y realidad que se tiene de Colombia en el exterior, y, sobre todo, promocionar las buenas acciones que hacen los colombianos en el mundo.⁴

El Gobierno de Colombia auspició la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo (OMT) que congregó a Colombia de nuevo en el mapa del turismo mundial. Catalogada por la prensa internacional, como uno de los diez mejores destinos por conocer y el secreto mejor guardado del turismo mundial, Colombia ofrece a sus visitantes y residentes, diversidad de alternativas a nivel musical, gastronómico, turístico y artesanal, que durante los últimos años la han afianzado en el sector turístico.⁵

En el país los últimos años las zonas turísticas se han habilitado por cuenta del proceso de paz que adelanta el Gobierno con las Farc y las conversaciones con el ELN, son una de las razones del incremento, pues han impulsado la inversión en proyectos hoteleros y estimulado la apertura de rutas de vuelos. Al respecto, Francisco Malo, presidente de la marca de Hoteles Dann, aseguró que con la paz se espera una mayor inversión en infraestructura y la exploración de nuevos atractivos turísticos, lo que aumentará la demanda laboral y la competitividad en el sector hotelero.⁶

Desde el punto de vista estadístico, durante el mes de Diciembre de 2016 las llegadas de extranjeros crecieron 9,02% respecto al mismo mes del año anterior. En lo corrido del año aumentaron 13,32%, lo que implica un incremento de 304.715 viajeros. En lo corrido del año, Estados Unidos, Venezuela, y Brasil,

⁴ ECHEVERRI CAÑAS, Lina María. La imagen y la marca país: Propuesta de un modelo estratégico de proyección-país para Colombia. Bogotá: Universidad del Rosario, 2014. 410 p.

⁵ OVIEDO CARRILLO, Olga Lucía y PALENCIA PESTANA, Linda Patricia. Factibilidad para la creación de una empresa de turismo con destino a los lugares de los municipios de Santander. Trabajo de grado gestor empresa. Bucaramanga: Instituto de proyección regional y educación a distancia, 2010. 299. p.

⁶ GONZÁLEZ, María Camilo. Ingresos de divisas por turismo fueron récord el año pasado. [Citado el 14 de abril de 2017]. Disponible en internet: <<http://www.portafolio.co/economia/ingreso-de-divisas-por-turismo-sigue-marcando-record-505035>>

fueron los países con mayor contribución a las llegadas de extranjeros, participando con (19,2%), (13,6%) y (7,0%) respectivamente. Los viajeros clasificados como Extranjeros no residentes y Transfronterizos, son los más representativos para el periodo, participando con un 50,9% y 28,9% respectivamente; seguido de colombianos residentes exterior con 14,2%.⁷

1.1.2 Turismo Cultural. El turismo cultural es una herramienta de transformación social, ya que consolida los lazos que le son comunes a un pueblo en pro del progreso y el desarrollo del mismo, garantizando la permanencia de valores, identidad y las tradiciones, que proporcionarán no sólo un beneficio económico para la comunidad, sino también la sostenibilidad del patrimonio; Indígenas, mestizos, afrodescendientes, raizales, palenqueros, gitanos, campesinos e inmigrantes europeos y árabes, entre otros, hacen parte del mosaico cultural de Colombia. Al igual que los paisajes, las manifestaciones culturales en Colombia son infinitas. Pueblos costeros, de montaña, de llano y de selva muestran a los visitantes las costumbres que forman su identidad.

En todo el mundo, los sitios que pertenecen al patrimonio cultural y las ciudades de gran riqueza arquitectónica, histórica y cultural está convirtiéndose en destinos de elección para un número creciente de turistas. Si bien este tipo de turismo no es nuevo, su masificación progresiva se ha producido a finales del siglo XX, y es probable que siga incrementándose a un ritmo aún mayor en el nuevo siglo. Cada vez más ciudades y sitios culturales pueden obtener ahora beneficios económicos del turismo y destinarlos a mejorar la conservación de su patrimonio, ofreciendo al mismo tiempo a sus habitantes nuevas oportunidades de empleo y obtención de ingresos.

⁷ OFICINA DE ESTUDIOS ECONÓMICOS. MINCIT. Boletín mensual turismo octubre de 2016. Bogotá: Ministerio de Industria y Comercio, 2016, p. 19

Colombia posee amplias ventajas comparativas en los atributos y características relacionadas con los atractivos culturales, especialmente en cuanto a las expresiones del patrimonio intangible, los valores artísticos e históricos de algunas civilizaciones antiguas, del siglo XV al XIX, el estilo de vida contemporáneo y las culturas vivas tradicionales. Un importante número de los turistas que viajan en Colombia reconocen estar interesados en el patrimonio cultural del país, aunque su viaje no haya sido realizado por motivos estrictamente culturales. Para ellos las actividades relacionadas con el conocimiento de las culturas locales y el disfrute de su patrimonio son un componente muy importante para su satisfacción.⁸

Entre las actividades culturales más buscadas por los turistas de este segmento, se encuentran las ferias y fiestas, las expresiones religiosas, la gastronomía, la compra de artesanías y las visitas a monumentos arquitectónicos, arqueológicos, históricos y los museos, que si bien no figuran como los principales motivos para la elección de un destino, se convierten en actividades que contribuyen en gran medida a la satisfacción de los turistas. En este sentido, la diversificación y calidad de actividades culturales de un destino turístico determinará su oferta en un mayor grado de especialización hacia este tipo de turismo. El producto turístico cultural se desarrolla a partir de la integración de bienes y servicios cualificados como valor agregado al patrimonio que sustenta la actividad.⁹

1.1.3 Parques temáticos a nivel global. Los parques temáticos hacen parte del sector turístico en la categoría de turismo natural, pues allí se encuentra el agroturismo, ecoturismo, agro ecoturismo y parques temáticos. Adicionalmente, la relación entre el turismo y los parques está totalmente ligada, pues algunos de los

⁸ MINCULTURA. Política de Turismo Cultural. [Citado el 14 de febrero de 2016]. Disponible en internet: <http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/de-turismocultural/Documents/08_politica_turismo_cultural.pdf>

⁹ MINISTERIO DE CULTURA Y MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Política de Turismo Cultural. Bogotá: Mincultura, 2006. p. 11

planes turísticos que actualmente se venden incluyen entradas a parques temáticos en aras de satisfacer los productos y servicios que la demanda exige.¹⁰

Los parques temáticos se han popularizado en el mundo, tanto en países industrializados como en vías de desarrollo, porque atraen a una gran población, especialmente infantil y juvenil y son una oportunidad para adquirir conocimientos de forma didáctica. En consecuencia, los centros de entretenimiento y parques temáticos se vuelven una fuente generadora de empleo, principalmente en las temporadas altas, ya que se requiere de más personal de servicios para atender a la demanda en estas épocas del año; los colaboradores de los parques se incrementan en un 50 y 100%, y la mayoría son jóvenes entre 18 y 25 años.¹¹

En 1955, la apertura de Disney land en Estados Unidos marcó el inicio de parques temáticos que no solo comprendían atracciones mecánicas, restaurantes, tiendas de productos relacionados con la temática del parque, ambientación y escenografías acordes con la línea fundamental, sino también complejos tipo resort incluyendo así servicios de hospedaje. Actualmente existen parques con gran reconocimiento a nivel mundial como:¹²

- **El Parque Temático Disney's Animal Kingdom:** Uno de los 4 Parques Temáticos de Walt Disney World Resort, está repleto de atracciones, aventuras y entretenimiento que reflejan la dedicación de Walt Disney por la naturaleza y la conservación. Por lo tanto, el Parque es líder en el cuidado de los animales, la educación y la investigación.

¹⁰ ARIZA P., Andrea. et. al. Op. cit. p. 8.

¹¹ DAZA ENSUNCHO, Johanna y MERCADO TAPIA, Pedro M. Estudio de factibilidad para la creación del parque Científico Tecnológico de la Universidad de Cartagena. Trabajo de grado administración de empresas. Cartagena: Universidad de Cartagena, 2010. 171. p.

¹² ARIZA P., Andrea. et, al. Op. cit. p. 7.

• **Bateo Carrero World:** La diversión familiar en Brasil tiene un sinónimo indiscutible: Beto Carrero World. Con una extensión de 14 millones de metros cuadrados, este increíble parque multitemático es el mayor en su género en toda Latinoamérica y uno de los más grandes del mundo, equiparable a la célebre Disneylandia de Estados Unidos. Este paraíso del esparcimiento cuenta con atracciones y entretenimiento para todas las edades. Se localiza en el Municipio de Penha en Santa Catarina, accesible desde los principales centros turísticos regionales mediante la ruta BR 101.

• **SeaWorld:** es una compañía estadounidense dedicada a la explotación de varios parques temáticos relacionados con los animales marinos. Pertenece a Busch Entertainment Corporation, una división de Anheuser-Busch. Destacan los espectáculos relacionados con las orcas, los leones marinos y los delfines.

• **Futuros copé:** Crea una atracción temática de la mayor bolsa de basura del mundo. El parque temático quiere concienciar al mundo sobre el “Octavo continente”, una masa de residuos de plástico y desechos equivalente a un tercio de Europa que flota libremente por el Océano Pacífico. Fue descubierta a finales del siglo pasado y en un principio se estimó que allí había flotando tres millones de toneladas.

• **Le Puy du Fou:** Es un parque temático situado en un bosque de 50 hectáreas, al lado del castillo renacentista en ruinas de Puy du Fou (incendiado en parte durante la Guerra de Vendée), en el oeste de Francia, región de Países del Loira, en el pueblo de Les Epesses, entre Cholet y La Roche-sur-Yon. Los visitantes se ofrecen un viaje en el tiempo: grandes espectáculos de día como de noche, decenas de juegos y animaciones, pueblos de época, hoteles y el famoso espectáculo nocturno Cinéscénie.

1.1.4 Situación actual de los parques temáticos en Colombia. En Colombia, el fenómeno de los parques temáticos ha tomado fuerza a través de los años y cada vez son más en el territorio nacional. El primer parque que tuvo Colombia fue el Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos, el cual fue inaugurado el 9 de noviembre de 1960. Desde ese entonces el país ha inaugurado varios parques temáticos a lo largo del territorio nacional. Actualmente existen alrededor de 400 de ellos.¹³

Principales Parques Temáticos en Colombia:

- **Bioparque Los Ocarros:** Ubicado a tres kilómetros de Villavicencio, capital del departamento del Meta, en la vía al municipio de Restrepo, se encuentra el primer zoológico del país donde conviven unas 1.200 especies de fauna propia del llano. El bioparque Los Ocarros se creó con el objetivo de propiciar la conservación de la Fauna nativa regional de los Llanos Orientales Colombianos y de los ecosistemas o subsistemas donde se encuentran.

- **Ciudad Reptilita:** Un hermoso parque temático dedicado a la preservación de reptiles. Está ubicado a 15 minutos de la cabecera municipal de Melgar, departamento del Tolima, y es el más importante criadero de especies en vía de extinción en el país.

- **Eco Center - Tu Mundo Natural:** El Eco Center se encuentra ubicado a 250 metros del Zoológico Santacruz en San Antonio del Tequendama. Es un lugar ideal para el turismo de aventura y la práctica de deportes extremos como Canopy, Rappel, Escalada en Roca y Caminatas Ecológicas.

¹³ ARIZA P., Andrea. et. al. Parques temáticos en Colombia: Construyendo empresas perdurables que acepten el desafío de subirse a la montaña de la turbulencia global. Bogotá: Universidad del Rosario, 2011. p. 8

• **Eco parque Chinauta:** En el Eco parqué Chinauta, a sólo 45 minutos de Bogotá, se reúnen más de 60 razas de palomas venidas de lugares inimaginables, desde la más pequeña denominada figurita española de apenas 140 gramos hasta la Gigante Italiana de hasta 1500 gramos.

• **Eco parque El Gaitero:** Ubicado en el municipio de Santa Fe de Antioquia, distante de Medellín 54 Km. Cuenta con el clima propicio para descansar y disfrutar de un lugar rodeado de naturaleza y vida. Allí se disfruta de una experiencia única gracias al contacto con lo bello que tiene la región. Es un lugar pensado para rodearte de naturaleza y proponerte una aventura mientras disfrutas nuestras instalaciones adecuadas con zona de camping, lagos de pesca, restaurante tipo buffet, piscinas, granja y senderos ecológicos; y a la vez ofrecerte actividades como canopy, cabalgata, botes de remo, exfoliación con café, fogatas nocturnas y pesca deportiva.

• **Eco parque El Gaitero – Cundinamarca:** Fomentan la conservación de los recursos naturales y demostrar lo hermoso que tiene nuestra región a través de una gama amplia de productos con la cual nuestro público tenga la mejor opción del significado de turismo ecológico.

• **El Bosque que Camina:** Un lugar ideal para los amantes de las bondades del bambú y de la guadua. Este parque Eco Pedagógico y Turístico, se encuentra en el municipio de Sevilla, al norte del Valle del Cauca, a unos 10 minutos de la cabecera municipal, vereda Tres esquinas.

• **Huilafrika Salvaje:** Huilafrika Salvaje Parque Temático, es un parque que nació pensando la zootecnia de especies alternativas exóticas como son Avestruces, Chigüiros, Babillas, Pirarucú, Tortuga y Búfalos, con fines comerciales.

• **La Vía Láctea Parque Temático:** El Parque Temático La Vía Láctea se encuentra ubicado en el Municipio de San Pedro de los Milagros, a 44 km de la ciudad de Medellín en el departamento de Antioquia. Es una empresa agroturística, dedicada a la producción lechera, que por medio de un sistema de estabulación total de ganado e integrado con el turismo conforman un modelo único de gran productividad en un minifundio de tierra.

• **PANACA Quimbaya, Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria:** PANACA QUIMBAYA, la finca más grande de los colombianos, se encuentra ubicado a 7 kms del casco urbano del municipio de Quimbaya, vereda Kerman, en el departamento del Quindío.

• **Parque Ecológico y Recreativo La Culebra:** Este parque que se encuentra ubicado a orillas del embalse El Peñol-Guatapé, departamento de Antioquia, es una reserva ecológica rodeada de agua, animales y vegetación, de muchos paisajes en cercanías de la también atractiva Piedra del peñol.

• **Parque Las Malocas:** El parque temático Las Malocas es el lugar ideal para acercarse a la cultura de los llanos orientales, en un ambiente rodeado de la flora exótica de la región y una variada muestra de ejemplares bovinos, equinos y especies.

• **Parque Museo La Martinica:** Su entrada está ubicada sobre la variante de Ibagué, que lleva al occidente del país. Senderos de varios kilómetros le permiten al caminante observar todos los rincones de la ciudad y detallar el paisaje del bosque sub-andino en todo su esplendor.

• **Parque Nacional de las Heliconias:** El Centro de Educación Ambiental y Desarrollo Agroecoturístico Parque Nacional de las Heliconias de Caicedonia Valle

del Cauca, está ubicado en la vereda Limones, a 7 kilómetros de la cabecera municipal de esta localidad.

- **Parque Nacional del Café:** Este visitado parque temático fue el primero en su género que se construyó en el país. Cuenta con una numerosa cantidad de atracciones relacionadas con la cultura cafetera, además de diversos juegos.

- **Parque Nacional del Chicamocha – PANACHI:** El Parque Nacional del Chicamocha, consolidado como uno de los lugares turísticos más importantes de Colombia, ubicado en el lugar más imponente de Santander, el Cañón del Chicamocha. Es un majestuoso lugar en perfecta armonía con la naturaleza.

- **Santafé de los Guaduales:** Santafé de los Guaduales es un lugar dentro de Ibagué, Tolima, donde se logra una perfecta armonía entre la naturaleza, el ecoturismo y los sistemas de producción agropecuaria.

- **Zooparque Los Caimanes:** El Zooparque Los Caimanes, ubicado en el municipio de Buenavista, Córdoba, es un sitio donde puedes estar en contacto con todos los animales que has soñado. Es una oportunidad única y fascinante para interactuar con ellos y ayudar a preservar las especies en vía de extinción.

1.1.5 Contexto Regional y local del turismo cultural. Santander al igual que otras regiones colombianas conserva una gran biodiversidad de paisajes, lo mismo que recursos geográficos, que lo hacen atractivo para quien desee disfrutar a plenitud de su vida en contacto con la naturaleza-

Santander está creciendo y se está fortaleciendo el sector turístico porque la demanda esta aumentado debido al cambio de mentalidad que está teniendo la población, pues le resulta atractivo viajar en vacaciones, fines de semana y puentes a lugares de corto desplazamiento, ya que no se requiere de largas horas

de viaje para llegar al destino elegido. El australiano Shaun Clohesy viajó por todo el mundo, buscando un destino de aventura y lo encontró en Colombia y, más específicamente, en Santander.¹⁴

En cuanto a los recursos que sienten que tienen los santandereanos para poder desarrollar el turismo, se destacan los históricos y culturales, con una participación del 52%. Le sigue el tema de recursos naturales con una participación del 33%, pues se destaca el medio ambiente y los recursos naturales, y finalmente, un 15% se relaciona con los recursos humanos, representado en la calidez y hospitalidad de los santandereanos.¹⁵

Regionalmente en San Gil, se encuentra El centro histórico de esta población de calles empinadas y situada a orillas del río Fonce es Monumento Nacional. Uno de sus mayores atractivos es el parque El Gallineral, que ocupa una isla del río; el musgo que cuelga de los árboles y el rumor del agua lo hacen un sitio de visita obligada.¹⁶

Otros atractivos de San Gil son el parque ecológico Ragonessi, el balneario pozo azul, el cerro la Gruta, el cerro de La Cruz y la práctica de deportes de aventura como el canotaje, el andinismo, el ciclo montañismo y el motocross, entre otros. La Mesa de los Santos, es uno de los sectores con mayor desarrollo turístico de Santander. El encanto de su vegetación contrasta con la variada arquitectura de sus casas campestres y fincas recreativas, para crear un paisaje único en todo el nororiente del país. Su clima fresco, proporciona a los visitantes un cambio radical en sus momentos de descanso. La llegada del teleférico a la Mesa de los Santos genera una oferta turística, pero hay que sumar otros atractivos novedosos como

¹⁴ OVIEDO CARRILLO, Olga Lucia y PALENCIA PESTANA, Linda patricia. Op. Cit. p. 12

¹⁵ FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA. Plan de desarrollo turístico de Santander. Bogotá: Mincit, 2012. p.85

¹⁶ GEOPLACIT. San Gil. [citado el 12 de marzo de 2016]. Disponible en internet: <<https://www.goplacit.com/co/apartamento/venta/localidad/6879-san-gil>>

son los lugares cercanos a Bucaramanga y especialmente al Parque Nacional del Chicamocha, como Barichara, Guane, Socorro, San Gil, Curití, Páramo y próximamente la provincia veleña, entre otros, los cuales representan el patrimonio histórico y arquitectónico nacional impulsando el turismo de manera nacional e Internacional. Cabe destacar que el turismo genera para estos sectores empleo a las personas residentes y cercanas a los lugares de desarrollo turístico. El teleférico del Parque Nacional del Chicamocha fue un verdadero reto a la Ingeniería, tres estaciones, en el Parque Nacional del Chicamocha, en el río y la Mesa de los Santos conforman el sistema que transporta a 500 pasajeros comunicando a emblemáticos atractivos turísticos de Santander de talla mundial, como son el Cañón del Chicamocha, Parque Nacional y la Mesa de los Santos, definiendo un circuito turístico de resistible belleza e interés para los visitantes nacionales y extranjeros.¹⁷

Como se observa en la actualidad debido a la creación del Parque Nacional de Chicamocha y su atractivo principal el teleférico, Santander se perfila como uno de los departamentos de mayor atractivo turístico, que brinda descanso y diversión tanto a extranjeros como a turistas locales. Igualmente la comodidad de disfrutar en un día recorriendo varios lugares gracias a la cercanía entre los mismos, o si el turista prefiere puede tomar un plan de más de un día para hospedarse en posadas turísticas, hotel o fincas.

De otra parte se observa en los turistas interés en disfrutar de los sitios, la cultura y actividades propias de cada región, siendo un gran atractivo para el núcleo familiar, además porque permite dar a conocer estos maravillosos lugares a los familiares y amigos que llegan de visita en épocas vacacionales y decembrinas. Son varias las razones que motivan a los viajeros a disfrutar de espacios de sano esparcimiento, por lo que prefieren gozar de viajes de corto recorrido que les

¹⁷ LÓPEZ, Berenice. Santander. Guía Turística. [Citado el 12 de marzo de 2016]. Disponible en internet: <<http://santandergt.blogspot.com.co/>>

permitan pasar momentos agradables sin tener que preocuparse por conseguir un tiquete, una habitación o peor aún tener que manejar para llegar al destino de su preferencia y la de sus familiares, además de encontrar en los precios una oportunidad por ser asequible al presupuesto de la familia.

En los próximos meses, los atractivos turísticos de Santander estarán en los portafolios de productos y destinos turísticos de las más importantes agencias de viajes de Latinoamérica y, probablemente, de Norteamérica. Este prometedor panorama se vislumbra, debido al inusitado interés que el territorio santandereano ha despertado entre las agencias de viajes mayoristas de distintas partes del mundo. También colaboran con esta iniciativa la Cámara de Comercio de Bucaramanga, la Gobernación, alcaldías, agencias de viajes y gremios, entidades que trabajan mancomunadamente para desarrollar el turismo de Santander.¹⁸

En la Región del Río Suárez (provincia de Vélez en Santander y la zona del Bajo Ricaurte en Boyacá) donde se comparten un territorio y una historia común, que han tenido como centinela al gran río Suárez, referente geográfico principal que une este territorio, en el que la dulzura se ha posicionado a través de guayabales y cañaverales cultivados por su gente amable, que luego se convierten en deliciosos bocadillos y energética panela que alimenta y fortalece el espíritu colombiano. A lo anterior se suma la exuberancia natural existente, conformada por áreas de reserva como la Serranía de las Quinchas que conserva parte del tesoro de selva húmeda tropical aun existente en la zona del Carare, además de numerosos ríos entre ellos el minero, el Carare y el río Magdalena. Lo cual está dentro del Plan Regional de Turismo “Corazón dulce y folclórico de Colombia”.

¹⁸ OVIEDO CARRILLO, Olga Lucía y PALENCIA PESTANA, Linda Patricia. Op. Cit. p. 16

Figura 1. Logo corazón dulce y folclórico de Colombia



Fuente: MINISTERIO DE TRABAJO. Perfil productivo del municipio de Barbosa: Insumo para el diseño de las estrategias y alternativas para la generación de empleo a las víctimas de la violencia. Bogotá Colombia: RED ORMET 2013. p. 49

Con el objetivo de impulsar la actividad turística, se tiene como insumo los atractivos físicos, gastronómicos y culturales de la “Región del Río Suárez”. El agroturismo, ecoturismo y el turismo cultural son potencialidades identificadas en la región que, junto con la consolidación de una marca región que identifique al territorio, se constituyen como un complemento ideal en la consolidación de este sector.

El turismo articula actividades de hotelería, gastronomía, manifestaciones culturales y aprovechamiento de recursos naturales en una sola actividad. Hablando como región, el 50% de los hoteles esta en Barbosa, así como el mayor número de restaurantes. Cualquier fiesta realizada por municipios de la región, es Barbosa el que apoya con su infraestructura el hospedaje y alimentación de los visitantes. Dentro del plan regional de turismo se contemplan dos rutas en las cuáles hace parte Barbosa; estas rutas son:

Figura 2. Ruta del bocadillo y el folclor 2012



Fuente: MINISTERIO DE TRABAJO. Perfil productivo del municipio de Barbosa: Insumo para el diseño de las estrategias y alternativas para la generación de empleo a las víctimas de la violencia. Bogotá Colombia: RED ORMET 2013. p. 50

El trayecto conocido como Ruta del Bocadillo y del Folclor, ofrece expresiones culturales relacionadas con las músicas y danzas andinas (festivales culturales, presentaciones artísticas, elaboración de trajes típicos y de instrumentos musicales, tertulias, etc.), historia y arquitectura antigua presente principalmente en Vélez y Barbosa, visita a fábricas y tiendas de bocadillo, visita a museos, gastronomía típica, además de paisajismo, actividades Fuente: agropecuarias y entretenimientos en el marco de la naturaleza (senderismo, espelelismo, rapel, torrentismo, etc.)

Figura 3. Ruta feliz 2012



Fuente: VÉLEZ, Adel. Perfil productivo del municipio de Barbosa: Insumo para el diseño de las estrategias y alternativas para la generación de empleo a las víctimas de la violencia. Bogotá: RED ORMET, 2013. p. 50

La Ruta Feliz es un recorrido turístico organizado alrededor del eje vial o corredor turístico que va desde Bogotá-Tunja hacia la ciudad de Bucaramanga, pasando por el destino turístico de Socorro-San Gil Barichara-Parque Nacional Chicamocha. El municipio principal de esta ruta es Barbosa, dado su carácter de centro subregional de servicios, sitio mayormente poblado y puerto terrestre que permite la conectividad hacia la mayoría de municipios de la subregión. También se encuentra la mayor cantidad de hoteles y restaurantes, sumado a la oferta de otros. También se encuentra la mayor cantidad de hoteles y restaurantes, sumado a la oferta de otros servicios necesarios para el turismo (bancos, esparcimiento, comercio, etc.).¹⁹

¹⁹ MINISTERIO DE TRABAJO. Perfil productivo del municipio de Barbosa: Insumo para el diseño de las estrategias y alternativas para la generación de empleo a las víctimas de la violencia. Bogotá Colombia: RED ORMET 2013. p. 49-50

1.2.1 Municipio de Barbosa. El municipio de Barbosa está localizado en el extremo sur del departamento de Santander, en límites con el departamento de Boyacá, en la provincia de Vélez y Ricaurte, sobre la ribera del río Suárez entre las montañas que conforman la cordillera Oriental, a una distancia de la capital del país de 190 km y de Bucaramanga a 214 km.

Ubicación: Territorialmente posee una ubicación estratégica sobre la vía principal pavimentada nacional N° 45 que comunica a Bogotá con Bucaramanga, por lo que a Barbosa se le conoce como la “Puerta de Oro de Santander”. La cabecera municipal de Barbosa está localizada sobre la margen izquierda del río Suárez, presenta las siguientes coordenadas a los 05° 55' 57” de latitud Norte y 73° 37' 16” de longitud al Oeste del meridiano de Greenwich.

Población: El municipio posee un total de 27.877 habitantes, según las proyecciones del DANE, representando el 1.37% del total de la población del departamento; de ellos el 80% de la población está ubicada en la cabecera municipal y el 20% en el resto, lo que concuerda con la transición de actividad económica reportada, ya que pasó de una economía principalmente agrícola a una de servicios. La densidad poblacional es de 452,1 habitantes/km² (1.170,9 /sq mi).

Barbosa es considerada como un polo de desarrollo de la región del Río Suárez, pues es donde se concentra el sector financiero, el sector transporte y el comercio –tanto de textiles como de alimentos-. Además, el territorio es considerado como centro de abastecimiento de alimentos de los municipios aledaños, siendo la Plaza de mercado campesina el lugar donde se comercializan los productos de la región.

En el municipio de Barbosa se identifican actividades económicas en el sector extractivo, industrial y servicios (Plan de Desarrollo Municipal, 2012, pág. 37). No obstante, la actividad económica se concentra en el comercio al por menor y el

transporte de pasajeros, como consecuencia de la localización geográfica ventajosa con la que cuenta el municipio.

Actividades económicas: su economía se base en: fábrica de bocadillos, comercio, café, además se pudo establecer que un 97.3% de los establecimientos tendrían menos de 10 empleados y absorbían 81.3% del total del personal ocupado con 739 empleados y que tan solo el 2.7% de los establecimientos ocupaba entre 10 y menos de 49 empleados absorbiendo el 18.7% del total de empleo formal del municipio. Respecto a la forma de organización empresarial, cerca de un 83% de las unidades empresariales eran de propiedad individual, un 11% eran de sociedad limitada, un 3.3% de sociedad anónima y un 1.3 sociedad de hecho, las restantes eran empresas asociativas.²⁰

Cadenas productivas: Barbosa y la “Región del Río Suarez” cuenta con dos cadenas productivas que son la de Guayaba – bocadillo y la panela. El acompañamiento técnico para estas dos cadenas la realiza el Centro de Investigación CIMPA, ICA, SENA, UNAL, UIS, UPTC, la Corporación Colombia Regional – ONG y la Secretaría Técnica de la Guayaba.

Panela: La región del Río Suárez tiene aproximadamente 45.000 hectáreas de caña panelera; sin embargo, con cerca de 15 trapiches Barbosa es quizás el municipio de la región con menos vocación panelera, debido a su limitada extensión rural. No obstante, los rendimientos por unidad de área de caña panelera son de los mejores de la región. Barbosa, Vélez, Güepa y Santana tienen los mismos rendimientos, unos 15.000 kilogramos de panela por hectárea. Esto se da por condiciones climáticas favorables y porque los productores llevan a cabo un paquete de manejo agronómico ideal, que va desde la siembra, la buena semilla, el control fitosanitario, el buen plan de fertilización y el control de malezas.

²⁰ ALCALDÍA DE BARBOSA SANTANDER. Nuestro Municipio. [Citado el 18 de febrero de 2016] Disponible en internet: <http://barbosa-santander.gov.co/informacion_general.shtml>

El área sembrada, la producción y el rendimiento han incrementado y estabilizado a partir del 2009, obteniendo como producto final la panela. Este cambio a partir del 2009 coincide con la llegada a Barbosa de Multingenios Makariza S.A., una empresa dedicada a la producción de panela pulverizada, entre otros productos derivados de la caña; lo cual ha contribuido a la consolidación del cultivo de la caña en el municipio.²¹

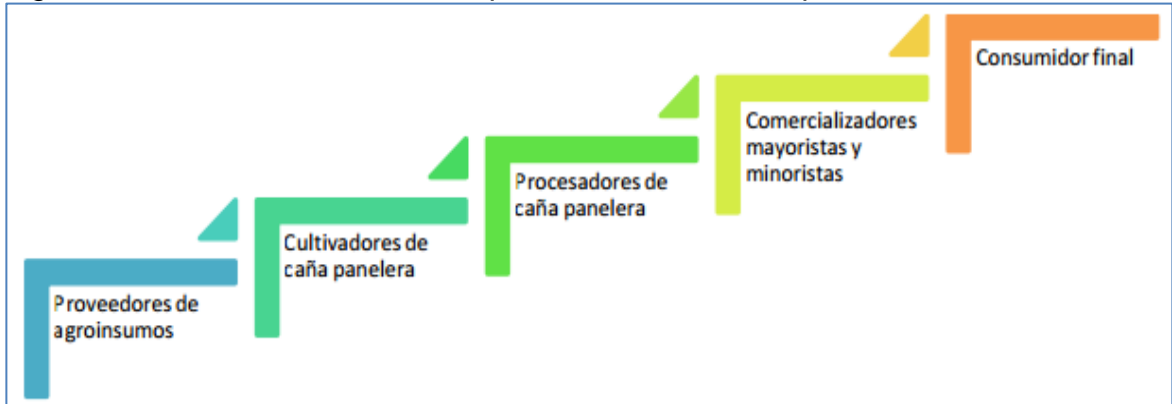
Cabe destacar la importancia de la panela en la economía colombiana y la canasta familiar como parte integral del patrimonio gastronómico y de la identidad cultural de la Nación en las regiones donde se lleva a cabo su producción. En la actualidad se implementa un proyecto de ley por medio del cual se declara “El agua de panela” como bebida nacional, símbolo de nutrición, salud y patrimonio gastronómico y cultural de la Nación.²²

La cadena productiva de la caña panelera está conformada por los siguientes eslabones:

²¹ MINISTERIO DE TRABAJO. Perfil productivo del municipio de Barbosa: Insumo para el diseño de las estrategias y alternativas para la generación de empleo a las víctimas de la violencia. Bogotá: RED ORMET, 2013. p. 30

²² CONGRESO DE COLOMBIA. Proyecto De Ley 122 De 2013 Senado. por medio de la cual se declara el agua de panela como bebida nacional, símbolo de nutrición, salud y patrimonio gastronómico y cultural de la Nación. [Citado el 18 de marzo de 2016]. Disponible en internet: <http://www.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=122&p_cosec=37843>

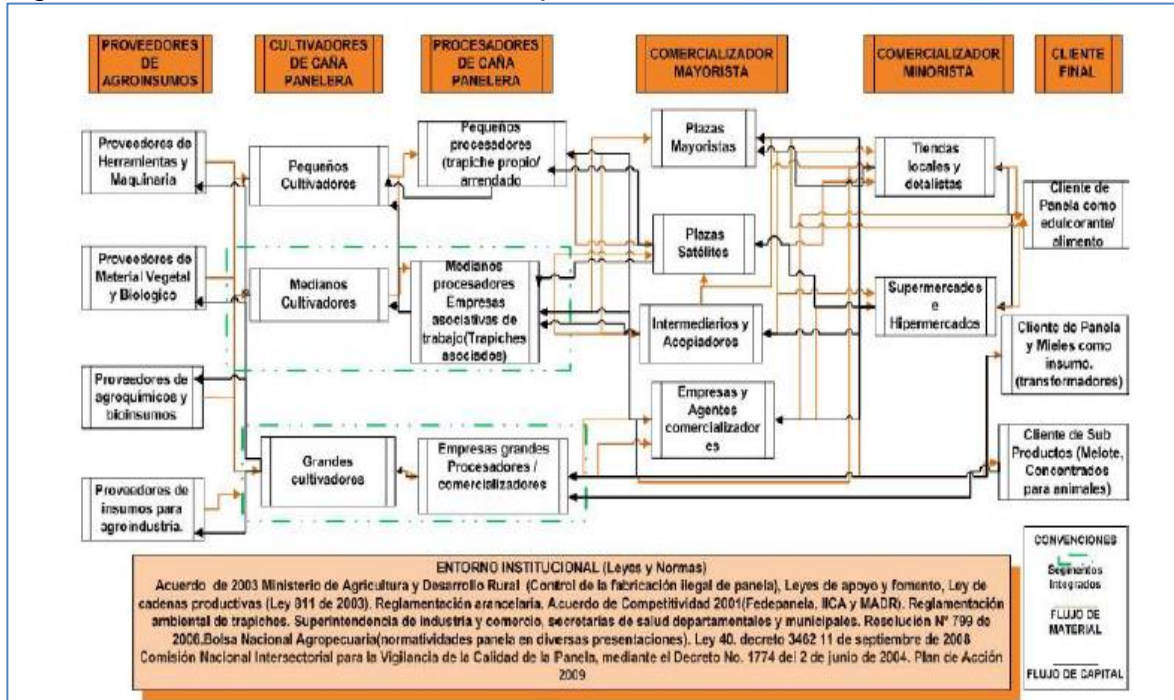
Figura 5. Eslabones de la cadena productiva de la caña panelera



Fuente: GRUPO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO EN GESTIÓN, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD. Agenda prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de la panela y su agroindustria en Colombia. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2009. 258 p.

La relación que se maneja entre los eslabones de la cadena y los miembros de cada eslabón, se muestran en la Figura 6. Esta cadena productiva se representa en el área rural de la “Región del río Suarez”, la cual produce el 40% del total de la panela comercializada en Colombia. Los municipios con mayor área cultivada de caña panelera son Chitara qué (Boyacá) y San Benito (Santander); también se destaca a Barbosa como uno de los municipios con mayor dinámica agrícola. Los municipios que venden la mayor parte de sus productos en otras ciudades son Santana (Boyacá) y Vélez (Santander). Entre los principales destinos se encuentran: Bogotá, Bucaramanga, Cúcuta, Villavicencio, y Medellín.

Figura 6. Modelos de la cadena de la panela



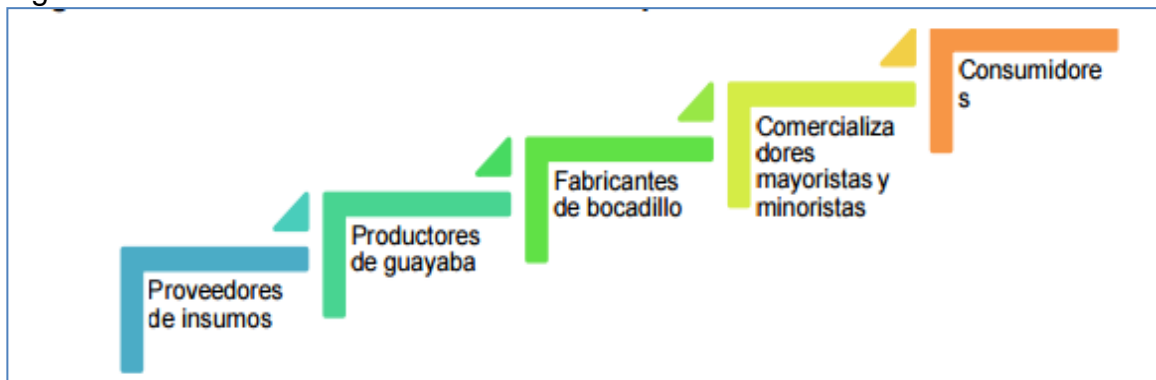
Fuente: GRUPO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO EN GESTIÓN, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD. Agenda prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de la panela y su agroindustria en Colombia. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2009. 258 p.

Guayaba – Bocado: En Barbosa y la región las fincas con cultivos de guayaba se ubican a una altitud de 1708 metros sobre el nivel del mar, con topografía de ondulada a quebrada y tienen un área de 3,83 hectáreas, permitiendo catalogarlas como pequeños predios. Se dedican 1,46 35 hectáreas a la producción de guayaba, lo cual representa menos de la mitad del área total de las fincas. De otro lado, en cada finca hay 213 árboles de guayabo, dividiéndolas por el área de cada finca, presenta un promedio de 146 árboles por hectárea, un porcentaje significativamente bajo teniendo en cuenta que la densidad recomendada para una producción óptima es de 400 árboles por hectárea. Además de la marca territorial que se relaciona con la fabricación del bocado veleño, este producto contará con “denominación de origen”, la cual otorga potencialidad tanto en el mercado nacional como en el internacional. Esta certificación fue un proyecto

desarrollado en convenio con el Gobierno Suizo, la Gobernación de Santander, las asociaciones de productores de bocadillo y la cadena productiva de la guayaba. A nivel nacional existen 200 fábricas de bocadillo, de esas, 130 están en 4 municipios: Vélez, Barbosa, Guavatá y Moniquirá.

La cadena productiva de la guayaba – bocadillo está conformada por los siguientes eslabones:

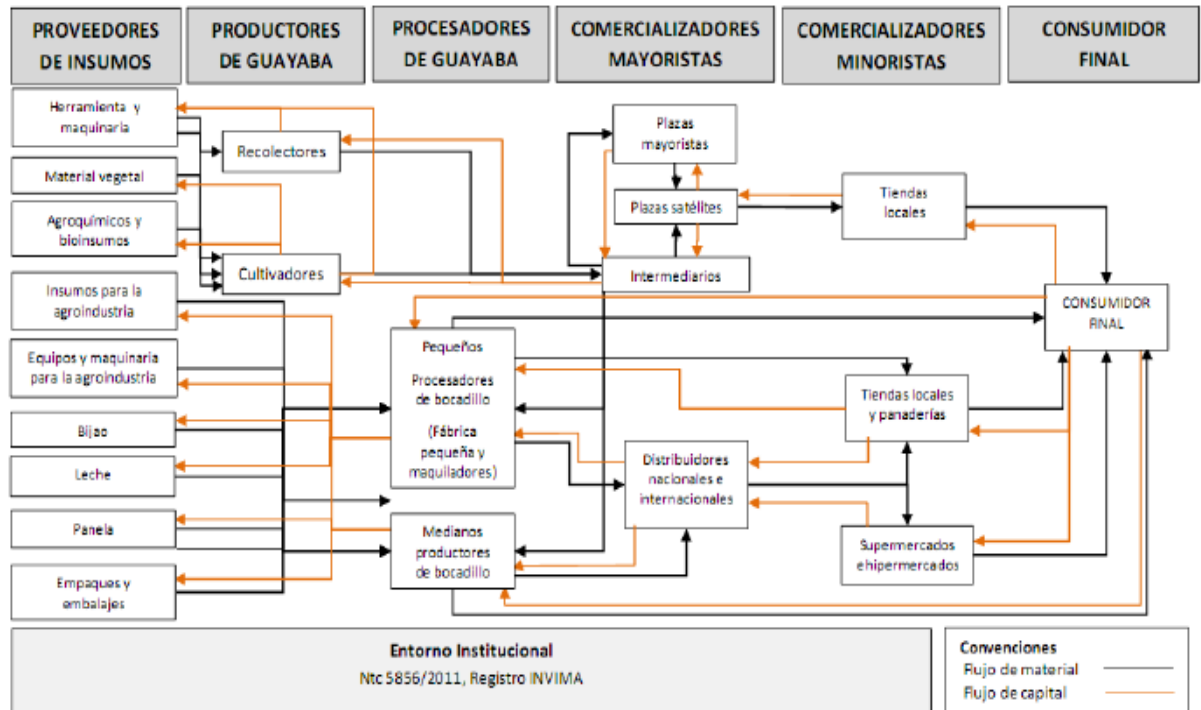
Figura 7. Cadena Productiva Del Bocadillo



Fuente: GRUPO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO EN GESTIÓN, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD. Agenda prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de la panela y su agroindustria en Colombia. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2011. 234 p.

La relación que se maneja entre los eslabones de la cadena y los miembros de cada eslabón, se muestran en la siguiente ilustración.

Figura 8. Cadena Productiva Del Bocado



Fuente: GRUPO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO EN GESTIÓN, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD. Agenda prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de la panela y su agroindustria en Colombia. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2011. 234 p.

Bocado: La organización de la cadena de la Guayaba – Bocado, desarrolla el proyecto de la denominación de origen del Bocado Veleño, además sea declarado como el dulce típico nacional de Colombia. Los mayores beneficios de que ello ocurra son los productores de las regiones de Vélez (Santander) y Ricaurte (BOYACA), pues son las zonas en donde se concentran la producción en Colombia. En el 2014 en el país se vendieron 128.200 toneladas de guayaba, de las cuales 63.000 49% provenían de Boyacá y Santander. De las 250 fábricas de bocado que existían a nivel nacional, para dicho año, 131 se localizaban en la Región del río Suarez. Esas 131 empresas, generaron 7.000 empleos.

Los principales productos de esta cadena son: Guayaba roja y blanca regional, panela en grano, bocado (de guayaba, de guayaba combinado con arequipe,

veleñita, espejuelo, rollitos herpos, combinados), panelitas cortadas o melochudas, bocadillos de frutas, bocadillos de café y copitos.

En Barbosa, actualmente, existe en el sector primario la iniciativa productiva de Aceites Esenciales encaminada a diseñar y construir un equipo de destilación industrial para la extracción de aceites esenciales por el método de arrastre, el cual se instalará en la UIS seccional Barbosa (ejecutor del proyecto). La financiación de este proyecto está a cargo de Colciencias con un estimado de dos mil millones de pesos y las asociaciones beneficiarias son ASPROCED y SAPAM SAT. Las especies vegetales con las que se implementa este proyecto son: el geranio, el cidrón, pronto alivio y la salvia, a partir de las cuales se pretende aprovechar al máximo este recurso natural generando aceites esenciales y otros subproductos con una producción a gran escala y con un valor agregado que posicione la agroindustria de aceites esenciales en Colombia, aprovechando la demanda interna y externa para la industria de alimentos, cosmética, farmacéutica y otras. El inventario de sitios de interés cultural al interior del municipio de Barbosa, que atrae a los visitantes son: ²³

Tabla 1. Inventario patrimonio cultural

Patrimonio Cultural Material Inmueble	Patrimonio Cultural Material Mueble	Patrimonio Cultural Inmaterial	Sitios Naturales
1. Antigua Estación del ferrocarril	1. Parque de la locomotora	1. Festival Facundo Moraita	1. Cascada Real
2. Coeducadores		2. Festival Río Suárez	2. Quebrada la Sierra
3 Iglesia Nuestra Señora del Rosario de Cite		3. Festival Regreso a casa	3. Cueva Santa Rosa
4. Corregimiento de Cite		4. Festival de Cometas	4. Cueva la Polvorearia
		5. Festival de Orquídeas	

²³ MINISTERIO DE TRABAJO. Perfil productivo del municipio de Barbosa: Insumo para el diseño de las estrategias y alternativas para la generación de empleo a las víctimas de la violencia. Bogotá Colombia: RED ORMET 2013. p. 34-39

1.2.2 Municipio de Vélez. Es reconocido por las Ferias, fiestas, desfiles y exposiciones, como el Festival Nacional de la Guabina y el Tiple, el Desfile de las Flores, la Exposición Nacional del Bocadoillo, la Exposición Nacional Equina Grado A y diversas exposiciones regionales agropecuarias se realizan allí. Es sitio para disfrutar de su paisaje, cultura, la iglesia atravesada, turismo gastronómico, agroecoturismo y espeleología.

Cuenta con infraestructura en hospedajes y restaurantes. Vélez es conocido mundialmente por la calidad de sus bocadoillos de guayaba, industria que cuenta con más de 75 fábricas. Igualmente, por su folclor centenario y auténtico, pues la mayor parte de los veleños son ejecutores del tiple y el requinto. Aquí se han hecho famosos los cantos de guabina, los bailes del torbellino y la copla picaresca popular.²⁴

1.2.3 Municipio de Moniquirá. La ciudad dulce de Colombia, es un sitio turístico por excelencia, pues ofrece diversidad de programas recreativos para todos los gustos, su gente es muy agradable y su infraestructura suficiente para ser elegido como un destino preponderante. Hoy, Moniquirá es un municipio que se destaca por su clima cálido por su producción de guayaba y sus muchas fábricas de dulces derivados de esta fruta que le ha dado fama y el remoquete de “Ciudad Dulce de Boyacá”²⁵

²⁴ COTELCO. Vélez Santander. [Citado el 18 de marzo de 2016]. Disponible en internet: <<http://cotelcosantander.org/2017/03/21/conoce-la-iglesia-atravesada-de-colombia/>>

²⁵ Viaja Colombia. Moniquirá: La Ciudad Dulce de Colombia. [Citado el 18 de marzo de 2016] Disponible en internet: <http://www.viajaporcolombia.com/sitios-turisticos/boyaca/moniquira-la-ciudad-dulce-de-colombia_255>

1.2.4 Ciudad de Bogotá. Bogotá, capital de la República de Colombia, se enmarca generalmente dentro de los límites de la fundación de Santafé de Bogotá, el 6 de agosto de 1538, por Gonzalo Jiménez de Quesada, hasta la actualidad. El área, sin embargo, estuvo poblada por los muiscas desde el 800 a. C. La capital del zipazgo se encontró probablemente en las cercanías de Funza. Junto con Tunja, la ciudad fue uno de los principales escenarios de la lucha por la Independencia del país.

Gran parte de los documentos históricos de la ciudad fueron destruidos en el incendio de las Galerías Arrubla, donde actualmente se ubica el Palacio Liévano, ocurrido el 20 de mayo de 1900. El siglo XX estuvo marcado por El Bogotazo y sus consecuencias, así como por un desarrollo urbano poco regulado, con altos niveles de especulación inmobiliaria y con una clara tendencia de crecimiento hacia el norte y el occidente de la Sabana. En los años cincuenta se conformó el Distrito Especial.¹ En el pasado la ciudad presentó problemas de abastecimiento de agua y de alcantarillado problemas que han sido substituidos por notables dificultades de movilidad. Es la principal economía de Colombia, y la novena de América Latina. En la actualidad, su área metropolitana es la mayor del país y la octava mayor de América.²⁶

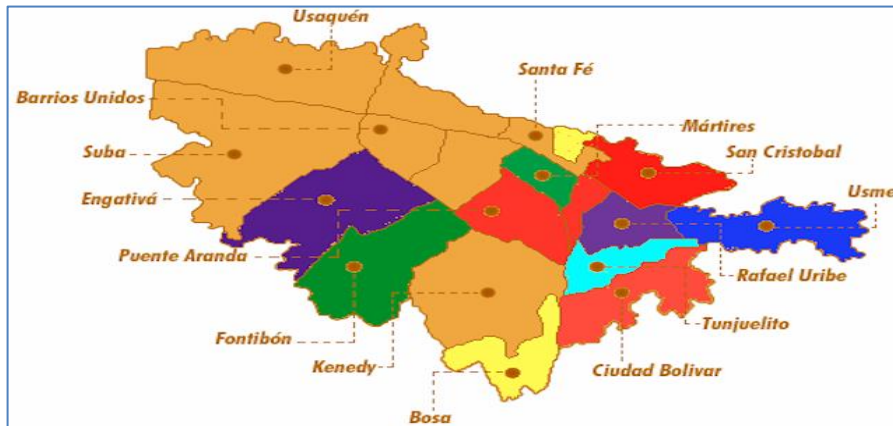
Economía Bogotá es la ciudad con la mayor participación en la producción del país (24,7%). Supera a Antioquia y Valle, incluso a la suma de las dos (22,4%). Con Cundinamarca aportan casi una tercera parte del PIB de Colombia (29,7%).

Los bienes de consumo lideraron la producción industrial, seguidos por los bienes intermedios y de capital. De las 248 mil empresas con que cuenta Bogotá, el 78 % se encuentran vinculadas a actividades de servicios, contribuyendo con el 76 % del empleo y el 79 % del PIB. Las localidades en las cuales se concentra el mayor

²⁶ VASCO, Bernardo. Historia de Bogotá. Apuntes de la historia de Bogotá. [Citado el 16 de mayo de 2016]. Disponible en internet: <<http://www.archivobogota.gov.co/la-historia-de-bogota>>

número de establecimientos industriales son Puente Aranda, Fontibón, Kennedy, los Mártires, Engativá y Barrios Unidos (en ese orden), donde se destacan los sectores industriales de alimentos, química, farmacéutica, textil, editorial y metalmeccánica. También en 2005, la localidad con mayor productividad laboral fue Tunjuelito, seguida por Chapinero y Teusaquillo. Bogotá es el principal destino turístico del país, lo que reviste una particular importancia tomando en cuenta el crecimiento positivo de ese sector a nivel nacional durante años recientes. Otro sector industrial que ha crecido es el de la construcción, contribuyendo directamente a reactivar la actividad económica de la capital.²⁷

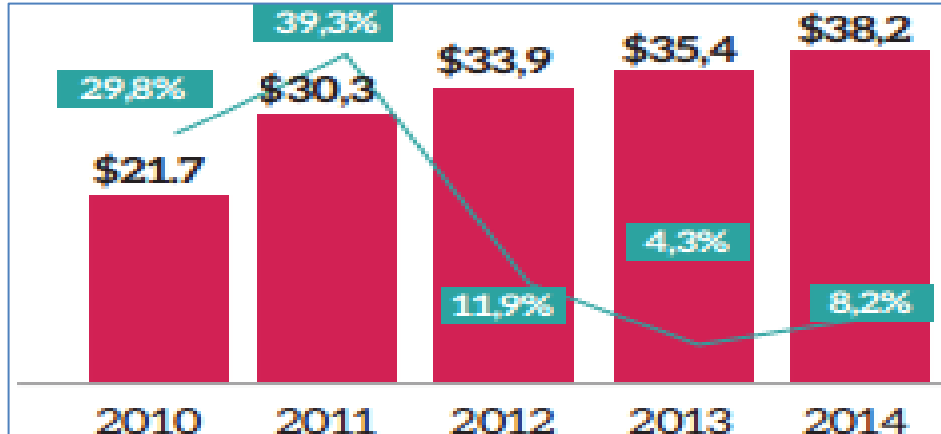
Figura 9. Cadena Productiva Del Bocadillo



Fuente: Página oficial colombia aprende.

²⁷ CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Comportamiento de la actividad productiva y del entorno competitivo y empresarial. Bogotá: Observatorio Económico la Región Cundinamarca, 2016. p. 7

Figura 10. Importaciones de la región



Fuente: FEDESARROLLO. Encuesta de opinión empresarial. Bogotá: Dirección de gestión de conocimiento, 2014. 10 p.

Población: Según cifras del DANE, en el año 2010 Bogotá contaba con una población de 7 363 782 habitantes, con proyección en el 2015 de 7.878.783 habitantes, que alcanzan en su área metropolitana los 9 285 331 habitantes. Tiene una densidad poblacional de aprox. 4321 habitantes por kilómetro cuadrado. Solo 15.987 habitantes se ubican en la zona rural del Distrito Capital. El 47,8 % de la población son hombres y el 52,2 % mujeres. La ciudad cuenta con la tasa de analfabetismo más baja del país con tan sólo 3,4 % en la población mayor de 5 años de edad.²⁸

Aspectos físicos y geográficos de Bogotá:²⁹

Clima: Bogotá tiene un clima promedio de 14° C, siendo variable entre los 9° y 20° C. Las épocas lluviosas están distribuidas a lo largo del año.

²⁸ DANE. Población total según sexo y grupos quinquenales de edad. [Citado el 18 de marzo de 2016]. Disponible en internet: <<https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/pob.html>>

²⁹ PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA. Vicerrectoría de Extensión y Relaciones Interinstitucionales. Datos generales de Bogotá. [Citado el 16 de mayo de 2016]. Disponible en internet: <<http://www.javeriana.edu.co/documents/16817/2650239/infobogotaopt.pdf/fcf5aabc-dfa2-4d01-accb-e8ee25399e49>>

Altitud: 2.640 m.s.n.m.

Ubicación geográfica: Bogotá está en el centro del país, en la meseta Cundiboyacence en la ramificación oriental de la Cordillera de los Andes.

Límites: Al sur con el municipio de Soacha, al norte con el municipio de Chía, al occidente con el Río Bogotá y al oriente con los cerros orientales, siendo los más importantes Guadalupe y Monserrate.

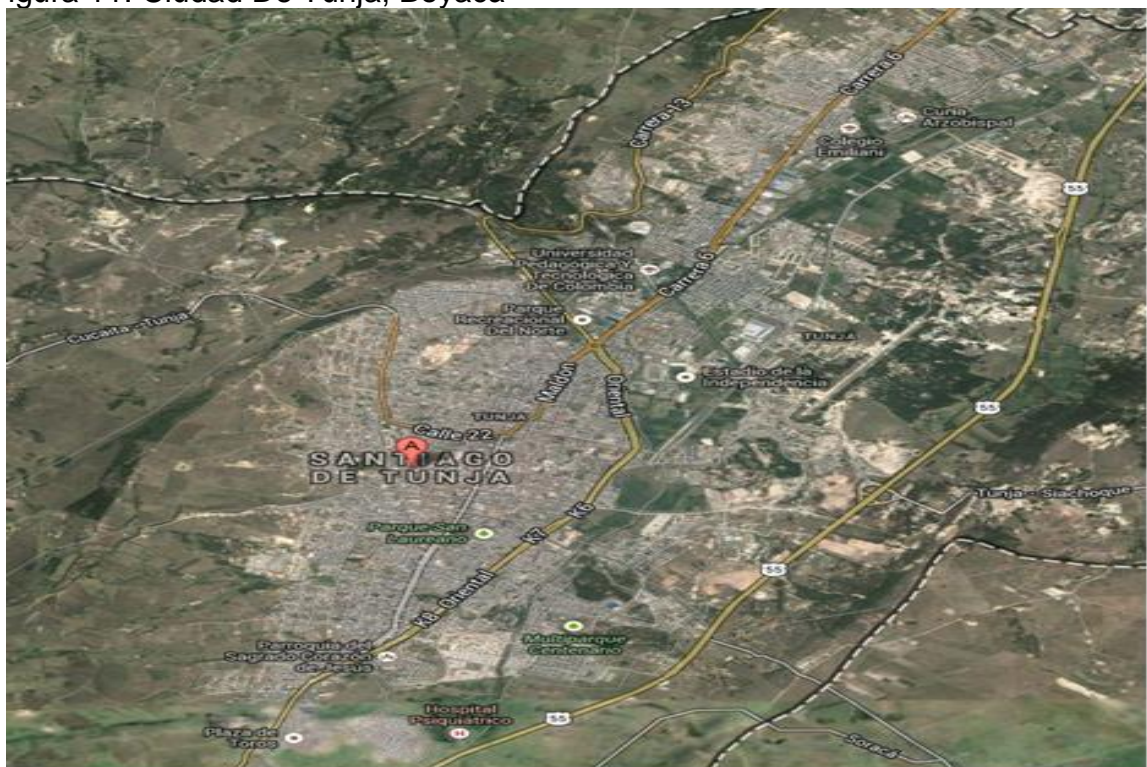
1.2.5 Ciudad de Tunja Boyacá. Tunja es una ciudad y municipio de Colombia, capital del departamento de Boyacá. Cuenta con una población estimada para 2013 de 181.407.3 Fue la capital de la república homónima creada en la Constitución de Tunja el 9 de diciembre de 1811.³⁰

Contexto regional de Tunja, situado en la zona centro oriental del territorio
Caracterización demográfica Caracterización socio-económica de Tunja y de la
región central Convenio interadministrativo 010 de 2012, Alcaldía Mayor de Tunja
– UPTC 14 nacional, posee 123 municipios. Aunque la distribución espacial de la
población, conserva una tradición rural, en los últimos años se ha dado un proceso
de urbanización continuo. Es así como se pasó de un registro, en 2005, de 51,4%
de población urbana, a 55,2% en 2012. De acuerdo con las proyecciones del
DANE, esta tendencia se mantendrá y hacia 2015 se tendrá un 56,6% de
población en las áreas urbanas y en 2019 un 58,3%. La estructura de la población
de Boyacá entre 1964 y 2005 ha seguido un proceso de transformación
demográfica caracterizado por la disminución de la población infantil, un aumento
de la población joven y un ligero aumento de la cúspide de la pirámide.

³⁰ GIRALDO, Michel. Departamento Boyacá-Colombia. [Citado el 16 de mayo de 2016]. Disponible en internet: <<http://boyaca-tierraquerida.blogspot.com.co/p/municipios.html>>

Es decir, Boyacá pasó de un perfil demográfico expansivo en 1964 a un perfil regresivo en el 2005. Sin embargo, en cuanto a la distribución demográfica, es clara la concentración de la población en las cuatro ciudades principales: Tunja, Sogamoso, Duitama y Chiquinquirá, presentando un panorama poli céntrico en cuanto a su configuración urbana. Para el 2005, de los 646.412 habitantes de áreas urbanas de Boyacá, el 59% se localizaba en estos municipios; en 2012 esta cifra registra el 60,1%. Tunja y Duitama continúan ganando participación, pues pasaron del 23% y el 14% respectivamente en 2005, al 24,2 y al 14,8% en 2012. Por su parte Sogamoso rezagó su crecimiento, luego de que en 2005 concentraba el 15% de la población urbana del departamento, en el 2012 registra el 14,2%.³¹

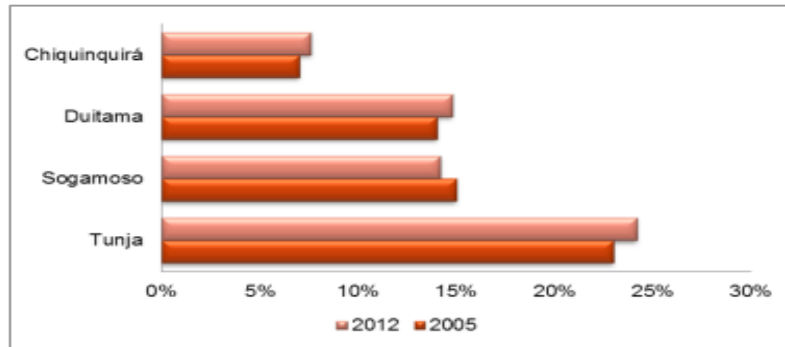
Figura 11. Ciudad De Tunja, Boyacá



Fuente: Mapas satelitales de google earth

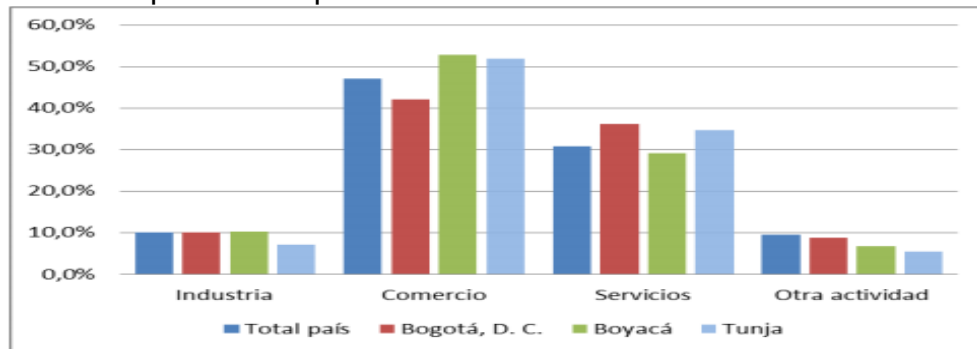
³¹ ENCUENTRO REGIONAL DE INVESTIGACIÓN EN CONTADURÍA PÚBLICA. (Noviembre de 2005) Tunja: Memorias. Universidad Santo Tomas.

Figura 12. Concentración de población urbana de Boyacá 2005 y 2012



Actividades Económicas: Boyacá hace énfasis en las actividades del sector terciario.

Figura 13. Participación comparativa de los sectores económicos



Fuente: DANE. Censo Nacional de Hogares del 2005. Disponible en internet: < <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-general-2005-1>>

Festividades: dentro de las festividades más relevantes de la ciudad de Tunja se cuentan:

Festival Internacional de la Cultura de Boyacá: una semana entre agosto y septiembre. Evento que se encarga de exaltar la riqueza cultural del mundo, en especial la del "País Invitado" (nación que cambia anualmente y al cual se le hace un mayor énfasis durante este encuentro cultural); durante su celebración se enmarcan actividades como el *Festival Internacional de Cine Alternativo de Tunja*,

Bienal de Artesanías de Colombia, Encuentro Nacional Indígena, Danza, Música, Teatro, Pintura, Escultura, Historia, Academia y Conciertos de artistas internacionales.

Aguinaldo Boyacense: del 16 al 24 de diciembre de cada año. La Fiesta de Boyacá para Colombia, Actividad Cultural. Como evento principal esta una serie de conciertos con artistas reconocidos y con figuras en progreso, la cual tiene lugar cada noche del aguinaldo.

La celebración de Semana Santa: es una de las más tradicionales del país. Año tras año, la capital de Boyacá conmemora de manera muy especial la «Semana Mayor» con múltiples actos culturales que complementan las actividades religiosas. Durante esta época en Tunja es posible asistir a conciertos de música sacra, conferencias, exposiciones de arte religioso, misas pontificales y procesiones de niños.

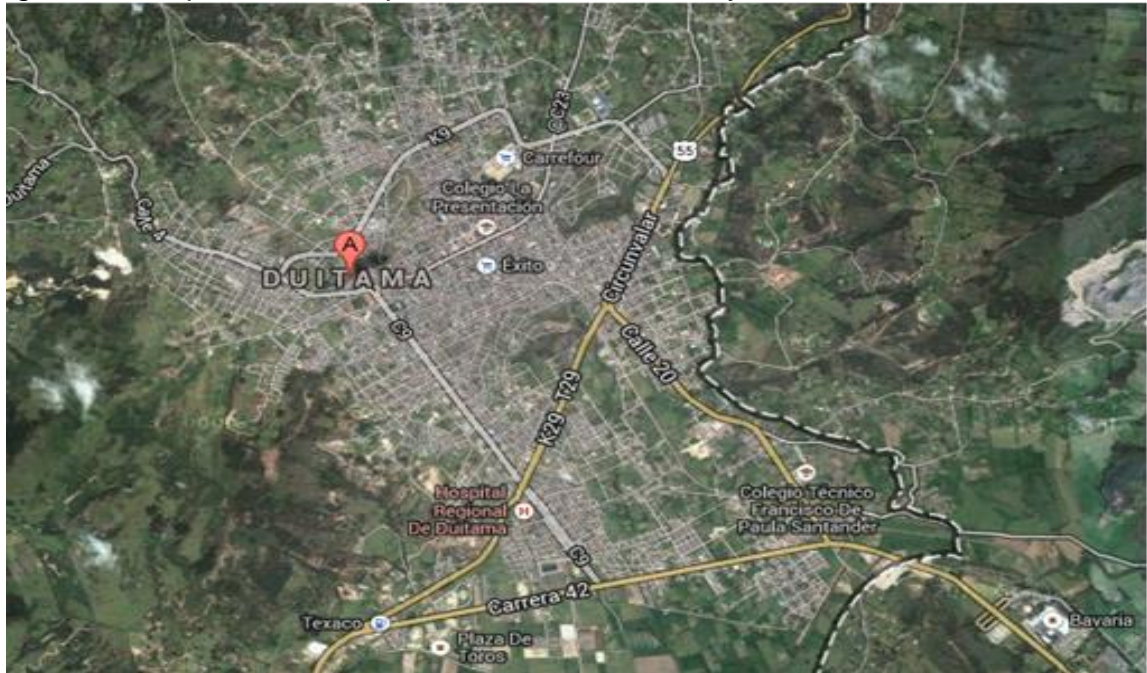
Además de participar en retiros espirituales y realizar recorridos por templos e iglesias.

Aniversario de la fundación española de Tunja: 06 de agosto. Actividades Juveniles e Históricas, Serenata a la ciudad, Festival de las Artes (junio), Festival de Música Carranguera "La Cucharita de Oro", Festival del libro infantil.

1.2.6 Ciudad de Duitama Boyacá. Este municipio está situado en el hermoso valle del río Chicamocha, rodeada por cuatro (4) colinas que se divisan desde la ciudad y brindan un bello espectáculo, El Calvario, La Tolosa, La Alacranera y el Cargua. Limita al norte con el departamento de Santander, por el sur con Paipa y Tibasosa, Por el Oriente con Santa Rosa de Viterbo y Floresta y por el Occidente con Paipa. Hay modernos barrios y amplias avenidas. El municipio tiene una

extensión de 190 Km² y cuenta con 111367 habitantes distribuidos así sector rural cuenta con 101.047 habitantes y sector urbano cuanta con 10.320 habitantes.

Figura 14. Mapa área metropolitana de Duitama, Boyacá



Fuente: Mapas satelitales de google earth

Duitama es uno de los centros Industriales y Artesanales de la región, famosa por los huertos frutales de manzana, peras, duraznos, curubas, y ciruelas. En sus tierras también se cosechan; papa, trigo, maíz, frijoles, cebada y hortalizas. Como cabecera de la provincia del Tundama, Duitama es reconocida por sus talleres artesanales que producen desde finas y elaboradas cestas, pasando por los pañolones de macramé hasta mobiliario de estilo rústico colonial. El empuje de sus industrias ha hecho de esta ciudad una de las más importantes en la construcción y ensamble de carrocerías, siendo reconocidas y premiadas en el ámbito nacional e internacional por su excelente calidad. El sector comercio forma parte importante para el abastecimiento de la región, teniendo la más alta productividad por personas ocupadas. Las industrias dedicadas a la laminación reportan un índice significativo de lesiones por accidentes de trabajo;

circunstancias que junto con la alta accidentalidad en las carreteras incide notoriamente en los determinantes de salud. Un factor importante de la economía local es el transporte. El municipio es punto convergente de las vías de comunicación con diferentes poblaciones del Departamento y fuera de él; es centro y despegue de las diversas carreteras del Oriente Colombiano. El parque automotor que posee la ciudad se cataloga como el mejor del departamento y uno de los primeros en el ámbito nacional. El transporte de carga es coordinado por las empresas con sede de jurisdicción de Boyacá y Casanare.³²

1.2.7 Ciudad de Sogamoso Boyacá. Está ubicado en el centro oriente, en la provincia de Sugamuxi del departamento de Boyacá, en la República de Colombia. Se encuentra a una altitud cercana a los 2.600 metros sobre el nivel del mar. El municipio limita al norte con los municipios de Nobsa y Tópaga; al oriente con los municipios de Tópaga, Monguí y Aquitania; al sur con los municipios de Aquitania, Cuitiva e Iza; y al occidente con los municipios de Tibasosa, Firavitoba e Iza. Tiene una extensión total de 208.54 Km², cuenta con 117.094 habitantes.³³

La ubicación geográfica de Sogamoso define, en gran medida, su posicionamiento como centro comercial y prestador de servicios, tanto a los municipios aledaños pertenecientes a la Provincia de Sugamuxi, como al departamento de Boyacá en orden a una serie de proyectos de carácter estratégico, y al departamento de Casanare, con el cual se mantienen múltiples nexos económicos, sociales y culturales. Su actividad productiva se soporta en un amplio aparato que comprende actividades industriales, mineras y particularmente, de comercio y prestación de una amplia gama de servicios sociales, personales y comunitarios.³⁴

³² ALCALDÍA DE DUITAMA BOYACÁ. Nuestro Municipio. [Citado el 01 de mayo de 2015]. Disponible en internet: <http://www.duitama-boyaca.gov.co/informacion_general.shtml>

³³ ALCALDÍA DE SOGAMOSO BOYACÁ. Nuestro Municipio. [Citado el 01 de mayo de 2015]. Disponible en internet: <http://sogamoso-boyaca.gov.co/informacion_general.shtml>

³⁴ SECRETARIA LOCAL DE SALUD Y SEGURIDAD SOCIAL. Plan territorial de salud 2010-2011. Sogamoso: Oficina asesora de planeación municipio de Sogamoso, 2010. p. 12

Figura 15. Mapa área metropolitana de Sogamoso, Boyacá



Fuente: Mapas satelitales de google earth

1.3 ASPECTOS LEGALES

- **EL COMPES 3659**, “Política nacional para la promoción de las industrias culturales en el país”, con el objetivo de aprovechar su potencial competitivo, aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo nacionales, y alcanzar elevados niveles de productividad. Se estructura en cinco líneas estratégicas orientadas a superar los obstáculos identificados en la esfera de la circulación de bienes y servicios de las industrias culturales – especialmente para las empresas de menor tamaño del sector-, y a ampliar el acceso al financiamiento y a los instrumentos públicos de desarrollo empresarial. Se enfatiza también en el componente de formación del capital humano de la industria, y en la promoción del uso de nuevas tecnologías. Por último, se propone una línea estratégica orientada a reducir la concentración regional de las industrias culturales, mediante el

aprovechamiento del potencial local y de experiencias piloto que en ese sentido actualmente se están desarrollando en diferentes regiones del país.

- **LA LEY GENERAL DE CULTURA**, establece como uno de sus principios el estímulo a los proyectos y actividades culturales, la valoración, protección y difusión del patrimonio cultural de la Nación, la infraestructura artística y cultural, la interacción con la cultura universal y la democratización en el acceso a los bienes y servicios de la cultura

- **POLÍTICA DE TURISMO CULTURAL, IDENTIDAD Y DESARROLLO COMPETITIVO DEL PATRIMONIO**", que traza unos lineamientos estratégicos para articular las iniciativas de los sectores turístico y cultural de manera sostenible, fortaleciendo la gestión y promoción turística cultural; así como la organización y mejora de la oferta, diseñando productos de turismo cultural atractivos y diferenciados, que sean el mejor vehículo de comunicación de la enorme riqueza cultural del país. Una de las estrategias que promueve esta política se enuncia como "Fortalecimiento de los destinos turísticos culturales"

A nivel nacional para el desarrollo de parques temáticos existe una ley para el Control y vigilancia; es la ley 1225 del 2008:

- **Ley 1225 del 2008 (Julio 16)** por la cual se regulan el funcionamiento y operación de los parques de diversiones, atracciones o dispositivos de entretenimiento, atracciones mecánicas y ciudades de hierro, parques acuáticos, temáticos, ecológicos, centros interactivos, zoológicos y acuarios en todo el territorio nacional y se dictan otras disposiciones.

Para tener en cuenta si se desea la creación de un parque temático se debe tener en cuenta lo siguiente:

- **Artículo 2-** parques temáticos son aquellos que se instalan en un sitio de carácter permanente o no permanente. Su principal característica se centra en el manejo del entorno o ambientación que tiene carácter muy definido. Son comunes el manejo de temas como sitios geográficos, pre-historia, cuentos infantiles o juegos de destreza.

- **Artículo 5-** estándares de operación de atracciones o dispositivos de entretenimiento.

- **Ley Mipyme:** la Ley marco en la que se suscribe la política estatal para la promoción de la creación de la empresa en Colombia es la Ley 590 del 10 de Julio de 2.000.

- **Decreto 504 de 1997 Nivel Nacional.** Se reglamenta el Registro Nacional de Turismo, respecto del objeto del registro de los prestadores de servicio turístico, art. 1. Funciones del Registrador, art. 2. Publicidad, formalización, art. 3 y 4. Contenido del formulario de inscripción y actualización, art. 5. Plazo para registrar o devolver la solicitud, devolución, art. 6 y 7 Procedimiento de inscripción, art. 8 a 18. Requisitos y condiciones generales para la inscripción en el Registro Nacional de Turismo, art. 19 y 20. Requisitos y condiciones específicos, art. 21 a 32. Actualización de Registro, art. 33. Incumplimiento de obligaciones, Cancelación, Alcance, tarifas, y actualización, art. 33 a 37. Plazo para organizar el Registro Nacional de Turismo, art. 38. Vigencia, art. 39.

- **Ley 1101 de 2006 Nivel Nacional.** Modifica la Ley 300 de 1996, Ley General del Turismo. Señala que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, podrá delegar en las Cámaras de Comercio el Registro Nacional de Turismo, en el cual deberán inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos contemplados en el artículo 12 de esta ley, que efectúen sus operaciones en Colombia y el recaudo de la contribución parafiscal de que trata el artículo 1 de la presente ley. El Ministerio de

Comercio, Industria y Turismo determinará la remuneración que las Cámaras de Comercio percibirán por concepto de dicho recaudo.

PROYECTO DE LEY NÚMERO 122 DE 2013 SENADO. Por medio de la cual se declara el agua de panela como bebida nacional, símbolo de nutrición, salud y patrimonio gastronómico y cultural de la nación.

Artículo 1°. Declaratoria. Declárese como bebida nacional, símbolo de nutrición, salud y patrimonio gastronómico y cultural de la nación, el agua de panela; por medio de esta declaratoria se busca la adopción de medidas para la protección, mejoramiento, promoción y desarrollo de este producto y sus derivados.

Parágrafo único. Reconózcase la importancia de la panela en la economía colombiana y la canasta familiar como parte integral del patrimonio gastronómico y de la identidad cultural de la Nación en las regiones donde se lleva a cabo su producción.

Artículo 2°. El Ministerio de Cultura, de conformidad con sus funciones constitucionales y legales contribuirá económicamente con el fomento nacional para el consumo, la promoción turística, la protección y conservación del producto de la panela con el fin de implementar el desarrollo de los valores gastronómicos y culturales que se originan a su alrededor y que han hecho tradición en la cultura alimentaria de la Nación.

Artículo 3°. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, pondrá en marcha a partir de la vigencia de la presente ley un proyecto estratégico para la formalización del sector panelero, consolidar la generación de empleo y el crecimiento económico y sostenido de los productores de Panela en los departamentos donde se da origen a este producto.

Parágrafo. A través de Proexport se liderará una estrategia para la promoción de los productos derivados de la panela en los mercados internacionales.

Artículo 4°. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural promoverá instrumentos y estimulará el consumo y comercialización de la panela y sus derivados a través de estrategias de capacitación a los productores, buenas prácticas agrícolas y de manufactura, asistencia técnica, investigación, transferencia de tecnología y mercadeo.

Artículo 5°. Inclúyase la panela como alimento básico en los programas nutricionales, compras estatales y de seguridad alimentaria que ejecuten las entidades del orden nacional y territorial.

Artículo 6°. El Gobierno Nacional queda autorizado para impulsar y apoyar ante otras entidades públicas o privadas, nacionales o internacionales, la obtención de recursos económicos adicionales o complementarios a las que se autorizaren apropiar en el Presupuesto General de la Nación de cada vigencia fiscal, en cumplimiento y de conformidad con los artículos 150 numeral 9, 288, 334, 339, 341, 345 y 366 de la Constitución Política de Colombia, las competencias establecidas en la Ley 715 de 2001 y sus Decretos Reglamentarios y la Ley 819 de 2003 y/o a través del Sistema Nacional de Cofinanciación por conducto del Ministerio de Agricultura, destinadas al objeto que se refiere la presente ley.

Artículo 7°. Las autorizaciones otorgadas al Gobierno Nacional en virtud de esta ley, se realizarán, en primer lugar, atendiendo las políticas ya establecidas y reasignando los recursos hoy existentes en cada órgano ejecutor, sin que ello implique un aumento del presupuesto. En segundo lugar, de acuerdo con las disponibilidades que se produzcan en cada vigencia fiscal.

Artículo 8°. La presente ley rige a partir de su sanción y promulgación. Con el propósito de dar cumplimiento a lo establecido al artículo 182 de la Ley 5ª de 1992, me permito presentar el texto definitivo aprobado en sesión Plenaria del Senado de la República el día 13 de diciembre de 2013, al Proyecto de ley número 122 de 2013 Senado, por medio de la cual se declara el agua de panela como bebida nacional, símbolo de nutrición, salud y patrimonio gastronómico y cultural de la nación, y de esta manera continúe su trámite legal y reglamentario en la honorable Cámara de Representantes.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo general. Realizar un estudio de mercados que identifique y analice las variables más representativas del entorno como: producto, precio, plaza y promoción, la cuales son concluyentes para la creación y funcionamiento de un parque temático cultural del bocadillo veleño y la panela en el municipio de Barbosa Santander, que promueva la identidad de la región como un destino de turismo cultural a nivel nacional e internacional.

2.1.2 Objetivos específicos

- Definir el servicio que se ofrecerá en el parque temático cultural, así como sus atributos diferenciadores y formas de negociación.
- Realizar una investigación de mercados para comprobar la aceptación del parque temático cultural en el municipio de Barbosa Santander.
- Determinar la demanda actual y futura del servicio, así como las características preferenciales de los posibles clientes.
- Identificar la oferta de los parques temáticos, para obtener información que permita realizar una proyección del mercado insatisfecho en la región.
- Identificar los canales de comercialización que se implementaran, determinar los más adecuados para la prestación del servicio y ponerlo a disposición de los clientes.

- Realizar un análisis de precios del servicio para su posterior fijación y la capacidad económica de los posibles clientes.
- Analizar la estrategia de promoción y publicidad más conveniente para dar a conocer el servicio y lograr un acercamiento con el cliente.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del servicio. Los servicios ofrecidos se integran dentro del sector turismo de la economía de Colombia, entendiéndose que este hace alusión a “todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente. El turismo puede presentar muchas variantes ya que hay diferentes tipos de turismo: turismo cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación. Del mismo modo, también hay diferentes personas que realizan diversos tipos de turismo: turismo de jóvenes, de familias, de la tercera edad, de parejas, de amigos, entre otros.³⁵

Para el caso se refiere al turismo cultural el cual se enfoca en “la valoración del patrimonio cultural y el entorno natural, este tipo de turismo busca preservar lo que nos distingue y se ofrece al mundo y que se debe reconocer para su apreciación. Así, el turismo cultural es una aventura para el conocimiento que permite junto con el disfrute, conocer nuestro pasado, las tradiciones, así como también de la gastronomía y la artesanía entre otras actividades que entran en nuestro patrimonio cultural”.³⁶

³⁵ IMPORTANCIA.ORG. Importancia del turismo. [Citado el 01 de mayo de 2016]. Disponible en internet: <<http://www.importancia.org/turismo.php>>

³⁶ SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN PATRIMONIAL. Socializa e patrimonio de tu familia en tu barrio. [Citado el 01 de mayo de 2016]. Disponible en internet: <<http://www.portalpatrimonio.cl/programas/turismo/>>

2.2.1.1 Descripción. Puntualiza con en *los parques temáticos*, estos son espacios de sano esparcimiento donde se maneja, como su nombre lo dice una temática, brindando espacios para educación, Cultura, entretenimiento, normalmente organizados en torno a una línea argumental que les sirve de inspiración. Para el caso el “*parque temático-Cultural del Bocado Veleño y la Panela*” busca exaltar la cultura de la Agroindustria del bocado Veleño y la panela que son productos autóctonos de la “Región del Rio Suarez”; dando a conocer la memoria histórica y la importancia de la “denominación de origen del bocado veleño y la panela” como “bebida nacional”, así mismo degustar de la riqueza gastronómica de la región como son: Mute Santandereano, pepitoria, cabrito, Carne Oreada, Hormigas culonas, el piquete veleño, el balay y dulces típicos como el Bocado, las melcochas, batidillos y expresiones culturales, de la Guabina, bambucos, el torbellino, tiple y el requinto así mismo exhibición de trajes típicos donde a través de espacios de aprendizaje y diversión las familias colombianas podrán disfrutar de una inolvidable experiencia. Con esto se busca reconocer, valorar y exaltar la importancia de la cultura del bocado y la panela, a través de la creación de espacios de aprendizaje, de cultura y entretenimiento.

Se pretende que “El Parque Temático - Cultural del Bocado Veleño y la Panela” tenga gran acogida en el mercado y un amplio impacto en el mercado global, logrando así brindar conocimiento a las personas sobre la cultura de la “Región del Rio Suarez”, sus grandes atractivos, su amplia diversidad y sus diversas riquezas.

2.2.1.2 Especificaciones de los servicios del parque. El “Parque Temático-Cultural del Bocado y la Panela”, estará ubicado en el municipio de Barbosa Santander el cual estará abierto al público los días miércoles, jueves, viernes, sábado, Domingo y Lunes Festivo. El servicio del parque temático se brindará a través de un plan llamado “pasaporte Mi Cultura” que se describe a continuación:

✚ **PASAPORTE “MI CULTURA”:** Nuestro pasaporte **“Mi Cultura”** esta compuesto por una ruta que contempla un recorrido dentro del parque, compuesto por diferentes estaciones cada una con su respectivo nombre alusivo a la cultura de la “Region del Rio Suarez” ; cada estacion incluye diferentes actividades y presentaciones:



- **Estación 1 :** “Bienvenida a la “Region del Rio Suarez”.
- **Estación 2:** “Tradicion Bocadojera”.
- **Estación 3:** “Dulce senda panelera”.
- **Estación 4:** “Danzas tipicas de la “Región del Rio Suarez”.
- **Estación 5:** “Juegos Autoctonos” .
- **Estación 6:** “Restaurante Tipico”.
- **Estación 7:** “Parada Dulce”

Estación 1 : “Bienvenida a la Region del Rio Suarez”

Actividades: Se inicia con una gran bienvenida y apertura a la enriquecedora experiencia que ofrece el “Parque Tematico Cultural del Bocadojera y La Panela”. Seguido la Presentación del respectivo Guia quien va a dirigir al cada grupo de visitantes por el recorrido de cada estación, se realiza entrega de un mapa que contiene las estaciones del Parque el cual servira de ubicación y detalle de cada una de las estaciones del parque, se da inicio de la gran aventura.

Estación 2: “Ruta de la tradición Bocadojera”

Figura 16. Ruta de la tradición bocadojera



TRADICIÓN BOCADILLERA

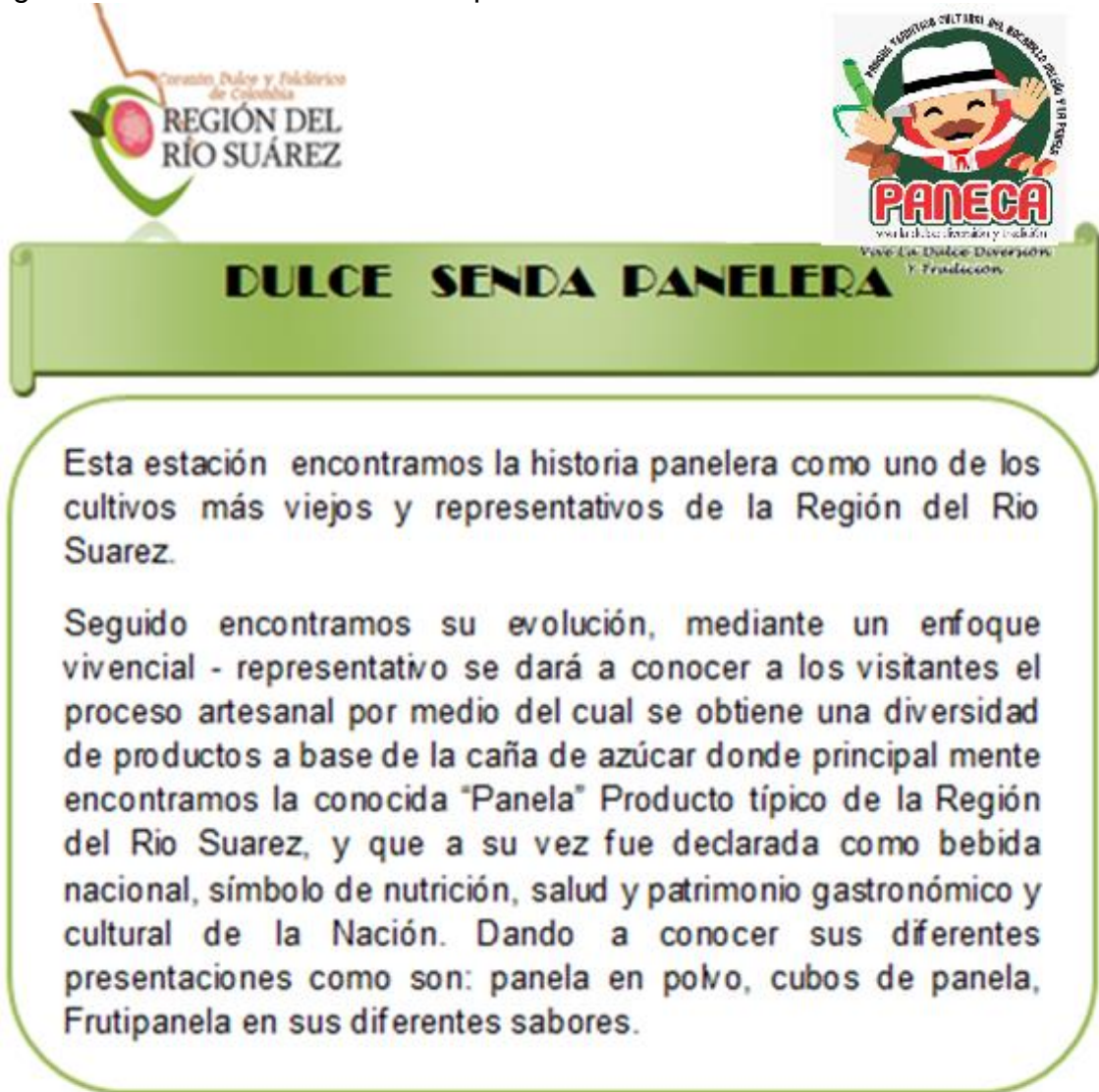
Esta es una parada en la cual los visitantes del “Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la panela” evidenciarán:

La pasión y la entrega que los productores le profesaron a su elaboración y que lo convirtieron en uno de los pilares económicos y culturales más fuertes de la “Región del Río Suárez”; Enseñar vivencialmente la producción de este manjar, se convierte en una actividad altamente enriquecedora para los visitantes ya que pueden tocar oler y pisar la tierra de un verdadero dulce típico colombiano.

Indudablemente los orígenes de la guayaba se entrelazan con la producción del tradicional bocado veleño, dulce típico de Colombia, originario de la región de Vélez, Santander y el cual contara con “denominación de origen”.



Estación 3: “Dulce senda panelera”

Figura 17. Dulce senda de la caña panelera



Estación 4: “Danzas típicas de la Region del Rio Suarez”

Figura 18. Danzas típicas de la región del río suárez



Danzas típicas de la Región del Río Suarez

El grupo de danza folclórica del “Parque temático Cultural del Bocadillo y la panela” le presenta a todos los visitantes una muestra de ritmos y danzas que rescatan la tradición, la identidad y la cultura de la “Región del Río Suarez” entre las que tenemos:

Festival Nacional de la Guabina y el Tiple donde se muestra lo más autóctono del folclor Colombiano, con las diferentes danzas, como lo son el baile del torbellino, el moño, el tres, el baile de la copa; y el canto de la Guabina que representa el lamento de los campesinos en sus cotidianidad, de igual manera la interpretación del torbellino acompañado de instrumentos de percusión como las carracas, los queridillos, el alfandoque, el chucho, las esterillas, la guacharaca, la sambumbia, las cucharas, hacen de este aire musical una expresión rica en armonía ancestral.

Estación 5: “Juegos Autoctonos”

Figura 19. Juegos autóctonos



JUEGOS AUTOCTONOS

Este escenario, busca fomentar la actividad física, el rescate, conocimiento, divulgación y práctica de los juegos tradicionales de la “Región del Río Suárez”, como lo son: Trompo, canicas, carreras de sacos, rana y demás, mostrando un mundo olvidado de alternativas frescas y competitivas para los hijos de los hijos de los que tanto lo disfrutaron. Este es el espacio ideal para reencontrar a los visitantes con aquellos niños que aún conservan dentro de ellos.

Estación 6: “Fonda de Nuestra Region”

Figura 20. Fonda de nuestra región



Restaurante Típico

El “Parque Temático Cultural del Bocadillo y la Panela lleva sus visitantes a una fonda típica de la Región de paso obligado, es un lugar de encuentro, comunicación y descanso, donde podrá degustar de la riqueza gastronómica de la Región como son: Mute, pepitoria, cabrito, Carne Oreada, Hormigas culonas, piquete veleño, balay, el tradicional sancocho de gallina, deliciosas picadas y sin duda alguna sus tradicionales bebidas y manjares.

Figura 21. Corazón contento



CORAZON CONTENTO

En este paso por el “Parque Temático Cultural del Bocadillo y la Panela” los visitantes podrán deleitar un delicioso, cremoso y fresco dulce de la tradición de la “Región del Río Suárez” como lo son el Bocadillo en sus diferentes presentaciones: Tumes, tradicional en hoja de bijao, herpos, las tradicionales panelitas Moniquireñas, panelitas saborizadas; además de las melcochas, batidillos, entre otros.

Actividades a desarrollar durante el recorrido en el “Parque Temático del Bocado y la Panela”

1) Bienvenida al parque temático

2) Paseo por la ruta de la Cultura Bocado y la Panela. Esta actividad incluye:

- Historia del Bocado
- Importancia del Bocado en la “Región del Río Suárez”
- Demostración del proceso de elaboración
- Usos
- Presentaciones de los productos derivados de la guayaba

3) Paseo por la dulce senda panelera. Esta actividad incluye:

- Historia de la panela
- Importancia de la panela en la “Región del Río Suárez”
- Demostración del proceso y transformación de elaboración de la panela
- Usos
- Presentaciones de los productos derivados de la guayaba









4) Danzas típicas de la región del río Suárez. En este recorrido se podrá apreciar las diferentes muestras culturales de la Región, Como: Bambuco, Torbellino, Guabina, Pasillo, entre otros.

5) Restaurante típico: Los visitantes degustaran de los más exquisitos platos de la “Región del Río Suárez” como el piquete veleño, mute, Carne oreada, el balay, sancocho de gallina, picadas, entre otros.

6) Juegos autóctonos: Será un espacio de unión familiar y de recuento con la cultura de la región se podrá disfrutar de juegos como el tejo, el trompo, el mararay, la rana entre muchos otros que serán de gran diversión.

7) Corazón contento: Este es un espacio de deleite para los visitantes podrán degustar los diferentes dulces típicos de la “Región del Río Suarez” como el copete, melcochas, panelitas saborizadas, bocadillo veleño panelitas de leche Moniquireñas.

Tabla 2. Ficha Técnica Del Servicio

PARQUE TEMÁTICO - CULTURAL DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA	
	
Producto Principal	Promoción de la cultura de la “Región del Rio Suarez”.
Diseño	<p>El parque temático-Cultural ha diseñado de acuerdo a su capacidad y necesidades del cliente, unas tarifas donde se ofrecerá un pasaporte que incluye diferentes actividades en un ambiente de conocimiento.</p> <p>Para la tarifa de cada pasaporte se tuvo en cuenta que la mayoría de la población viaja en familia, por ello las actividades van dirigidas hacia la integración de la misma.</p>
Producto principal	Promoción de la cultura de la Región del Rio Suarez.
Especificaciones del servicio	<p>Servicio todos los días para desarrollo de las actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none">  Ruta de la tradicion Bocadoillera  Dulce senda de la caña panelera  Danzas típicas de la Región del Rio Suarez  Restaurante Típico  Juegos Autoctonos de la Región  Dulces Típicos
Vida útil	Por ser un servicio la vida útil se acaba cuando es disfrutado.
Servicio principal	Ofrece un recorrido en el cual encontrara toda la magia y la historia de la cultura del bocadoillo veleño y la panela costumbres de una tradición que se ha extendiendo por toda la “Región del rio Suarez”, marco de un destino turístico - cultural que ofrece a los visitantes un espacio de sano esparcimiento.
Normatividad	-Política de Turismo Cultural de Colombia y CONPES 3659.
Especificaciones técnicas	<p>Conocimientos generales sobre la Cultura Regional.</p> <p>Conocimientos generales sobre la función del guía de turismo cultural:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Conocimiento de legislación Turística. -Conocimiento del mercado Turístico. -Conocimiento sobre patrimonio cultural. -Habilidad para comunicar, orientar e informar. -Habilidad para conducción de grupos.

2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio. Los servicios y productos que se ofrecerán en el parque temático tendrán una ventaja competitiva y un valor diferencial que se materializa en aspectos como:

- Cuenta con atractivos novedoso, que generan experiencias enriquecedoras a los visitantes, en la medida que no solo aprenden sobre procesos productivos sino que conocen y disfrutan de la gastronomía y las costumbres de la región.
- Es in lugar para enaltecer y fortaleces los aspectos culturales y económicos del municipio de Barbosa Santander y en general de la “Región del Rio Suarez”.
- En Santander ni en Colombia existe un parque temático de enfoque agropecuario en donde se busque enaltecer la cultura productiva del bocadillo y de la panela, los cuales son productos típicos del país.
- En parque puede servir como una vitrina turística para el municipio de Barbosa Santander, debido a que resalta elementos propios de su cultura.
- El parque contribuye a fortalecer la agroindustria tanto de la guayaba como del bocadillo, dado que permite promocionar y publicitar

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. El mercado potencial está conformado por los núcleos familiares de los municipios pertenecientes al departamento de Santander, Boyacá y Cundinamarca, posteriormente a nivel nacional e internacional.

2.3.2 Mercado objetivo. El mercado objetivo corresponde a las personas pertenecientes a los estratos III, IV y V, de las ciudades de Barbosa, Vélez,

Moniquirá, Tunja, Duitama, Sogamoso y Bogotá conformadas por una población de 770.346 familias.

Tabla 3. Personas De Los Estratos III, IV Y V existentes en las ciudades de Barbosa, Vélez, Moniquirá, Tunja, Duitama, Sogamoso Y Bogotá

Participación del estrato	III	IV	V	Total
	34,40%	11%	7,10%	
Barbosa	2.781	889	574	4.245
Vélez	1.809	578	373	2.761
Tunja	19.219	6.145	3.967	29.331
Moniquirá	2.034	650	420	3.104
Duitama	10.554	3.375	2.178	16.107
Sogamoso	11.036	3.529	2.278	16.843
Bogotá, D.C.	794.221	253.966	163.923	1.212.110
TOTAL POBLACIÓN				1.284.500

Características de la población objetivo:

- **Sector:** Urbano y Rural.
- **Edad:** 6 – 80 años
- **Género:** Personas
- **Estrato:** III, IV y V
- **Ingresos:** 2 S.M.M.L.V en adelante
- **Estilo de vida:** Saludable y tranquilo.
- **Beneficios deseados:** crear un espacio idóneo para que los visitantes enriquezcan su cultura y tengan sano esparcimiento.
- **Perfil del consumidor:** El producto va dirigido a las familias que deseen Pasar Tiempo valioso con sus seres queridos y conocer la cultura de la “Región del Rio Suarez”.

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1 La demanda. Según la OMT, la demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Así, el concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.³⁷

Más de 5,4 millones de personas visitan por lo menos una vez al año un parque de diversiones. Un estudio de 2012 de los parques vinculados a la Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones, Acolap, estimó que para 2015, más de 23 millones de personas visitaron estos lugares. Así se tiene un crecimiento de 130% en el número de visitantes, pues la industria del entretenimiento en el país se ha tomado este mercado en serio para seguir creciendo. De acuerdo con Ángela Díaz, directora de Acolap, en el país se tienen parques de todas las categorías: acuáticos, temáticos, atracciones mecánicas, diversiones, centros de entretenimiento familiar, lo que convierte al sector en un referente interesante. “Si bien no existe una cifra oficial de cuánto mueve este negocio, un 70% de las compañías asociadas al gremio generan ventas entre \$5.000 millones y \$15.000 millones, cada una”, estima Ángela Díaz, quien añade que se trata de una industria muy sensible a los movimientos económicos y factores como el clima, que también incide en el sector³⁸

³⁷ OMT. Introducción al Turismo. [Citado el 11 de abril de 2017]. Disponible en internet: <<http://www.utntyh.com/alumnos/wp-content/uploads/2015/08/Demanda-oferta-y-mercado-tur%C3%ADstico-Unidad-2.pdf>>

³⁸ HERNÁNDEZ, Roberto. Parques de diversiones en Colombia reciben más de 23 millones de visitantes. [Citado el 11 de abril de 2017]. Disponible en internet: <<https://www.elheraldo.co/mas-negocios/parques-de-diversiones-en-colombia-reciben-mas-de-23-millones-de-visitantes-317663>>

2.4.1.1 Descripción del problema de mercado. La información cultural, científica e histórica existente en torno al patrimonio debe transmitirse en un lenguaje comprensible para todos los tipos de turistas. El mensaje debe ser adaptado, interesante, preciso, fácil de memorizar y que respete el principio de autenticidad del patrimonio; debe motivar a la visita turística y tener un enfoque dinámico. Para tal fin, se implementaran planes de interpretación turístico-cultural para los principales destinos y sitios de este tipo de turismo.

El factor cultural como elemento de diferenciación, se puede convertir en un motivo para decidir entre Colombia y otros destinos competidores que ofrecen productos similares que satisfagan en la motivación principal de estos turistas

Para el diseño del producto de turismo cultural, de conformidad con las vocaciones regionales definidas por las entidades territoriales y su potencialidad según las investigaciones de mercados específicas, se deben identificar los productos básicos o imágenes de los destinos y promover su integración con los servicios turísticos complementarios. Se realizará un diseño que ponga en práctica las bases de sostenibilidad turística para proteger, conservar, difundir el patrimonio cultural tangible e intangible a través del turismo respetuoso de su entorno.³⁹

Para la Promoción Turística, se debe realizar material promocional especializado para el turismo cultural, tales como guías especializadas de destinos, rutas, regiones del país que cuenten con importante preferencia turística o desarrollos competitivos en esta temática.

La inversión publicitaria es indispensable para el desarrollo y crecimiento de la empresa. Saber el rublo exacto que se ha de disponer y los medios publicitarios a utilizar, son factores clave para garantizar los propósitos de la empresa.

³⁹ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Política de turismo cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio. Bogotá: Mincult, 2007. p. 18.

El parque temático-Cultural es un proyecto enfocado a exaltar la cultura de la Agroindustria del bocadillo y la panela que son productos autóctonos de la Región del Rio Suarez; dando a conocer la memoria histórica y la importancia de la “Denominación de origen del bocadillo veleño”, y la panela como “bebida nacional”, donde a través de espacios de aprendizaje y diversión las familias colombianas podrán disfrutar de una inolvidable experiencia.

2.4.1.2 Necesidades de información

- **Del producto:** Conocer si la población objetivo acostumbra a visitar parques temáticos culturales, que clase de temáticas prefiere y que necesidades busca satisfacer.
- **Del mercado:** Determinar la cantidad de personas de las ciudades de Bogotá, Tunja, Sogamoso y Duitama, prefieren en sus tiempos de esparcimiento visitar parques Temáticos Culturales.
- **Demanda:** Conocer las características y costumbres de las personas de las ciudades de Bogotá, Tunja, Sogamoso y Duitama, al momento de elegir sitios de libre esparcimiento.
- **Oferta:** Conocer la cobertura de los Parques actuales que prestan un servicio similar, con sus respectivas características de servicio y su comercialización y precios que manejan, existentes en el mercado en el área urbana de las ciudades de Bogotá, Tunja, Sogamoso y Duitama, al momento de elegir sitios de libre esparcimiento.
- **Comercialización:** Determinar el medio más adecuado para dar a conocer el “Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela” al cliente final; para ello es necesario conocer los gustos y preferencias del consumidor al momento elegir sitios de libre esparcimiento.

2.4.1.3 Ficha Técnica

Tabla 4. Ficha técnica de la demanda

Tipo de investigación	de	El tipo de investigación desarrollada es exploratoria y descriptiva debido a que mediante estas fue posible identificar características del mercado objetivo y disponibilidad de adquisición del servicio.				
Método de investigación	de	El método de investigación es el inductivo, el cual se inicia con la observación de situaciones características y conducen a conclusiones específicas				
Fuentes de información	de	Primarias: Familias pertenecientes a los estratos III, IV y V, de las ciudades de Tunja, Duitama, Sogamoso y Bogotá. Secundarias: Se utilizara como fuente de información herramientas importantes como leyes, libros locales, páginas de internet, boletines de entidades oficiales, datos estadísticos.				
Técnicas de investigación	de	La técnica a utilizar es la encuesta, adaptada a un vocabulario sencillo y entendible, con el fin de conocer la viabilidad de mercados que pueda tener el proyecto.				
Instrumento para la recolección de información	de	El instrumento físico a utilizar para la recolección de la información, es el cuestionario. (ver Anexo)				
Modo de aplicación		Directa				
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	de	Población: familias pertenecientes a los estratos III, IV, de las ciudades de Barbosa, Vélez, Moniquirá, Duitama, Sogamoso, Tunja y Bogotá.				
		Participación del estrato	III	IV	V	
			34,40%	11%	7,10%	Total
		Barbosa	2.781	889	574	4.245
		Vélez	1.809	578	373	2.761
		Tunja	19.219	6.145	3.967	29.331
		Moniquirá	2.034	650	420	3.104
		Duitama	10.554	3.375	2.178	16.107
		Sogamoso	11.036	3.529	2.278	16.843
		Bogotá, D.C.	794.221	253.966	163.923	1.212.110
		TOTAL POBLACIÓN				1.284.500

Tabla 4. (Continuación)

<p>Proceso de muestreo</p>	<p>Para el cálculo de la muestra se tiene en cuenta la siguiente información:</p> $Muestra n = \frac{N(z^2) pq}{[(N-1)e^2] + (z^2 pq)}$ $= \frac{1.284.500 (1,96)^2 (0,50)(0,50)}{[(1.284.500 (-1) (0,05)^2] + [(1,96)^2 (0,50)(0,50)]}$ <p>Muestra n = 384 familias</p> <table data-bbox="621 619 933 861"> <tr><td>Barbosa</td><td>1</td></tr> <tr><td>Vélez</td><td>1</td></tr> <tr><td>Tunja</td><td>9</td></tr> <tr><td>Moniquirá</td><td>1</td></tr> <tr><td>Duitama</td><td>5</td></tr> <tr><td>Sogamoso</td><td>5</td></tr> <tr><td>Bogotá, D.C.</td><td>362</td></tr> </table> <p>Dónde: n= población p= posibilidad de éxito q= probabilidad de fracaso e= margen de error z= desviación estándar normal</p>	Barbosa	1	Vélez	1	Tunja	9	Moniquirá	1	Duitama	5	Sogamoso	5	Bogotá, D.C.	362
Barbosa	1														
Vélez	1														
Tunja	9														
Moniquirá	1														
Duitama	5														
Sogamoso	5														
Bogotá, D.C.	362														
<p>Alcance</p>	<p>La cobertura geográfica son las ciudades de Barbosa, Moniquirá, Vélez Tunja, Duitama, Sogamoso y Bogotá, cuya población de interés es 1.284.500 familias de los estratos III, IV, V.</p>														
<p>Tiempo de aplicación</p>	<p>El tiempo total que se utilizara es de 384 encuestas en 30 días.</p>														

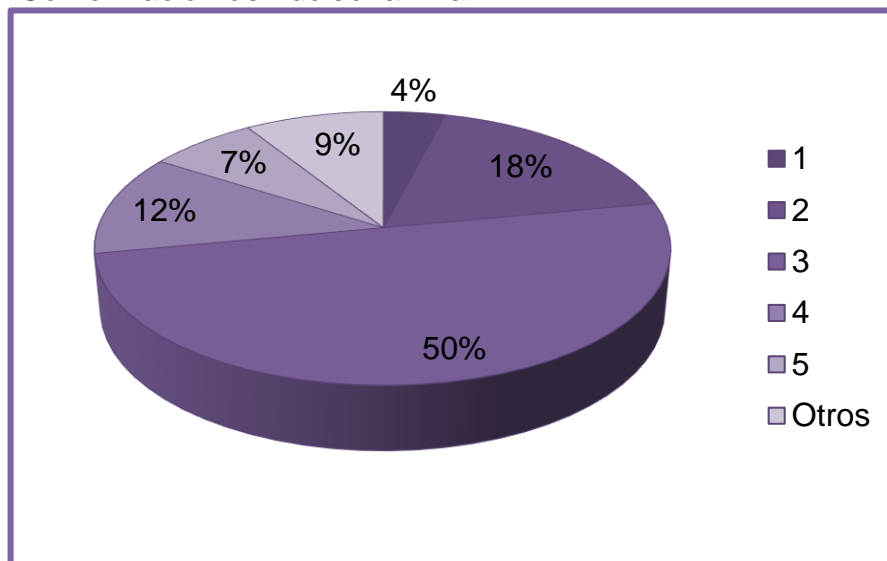
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados. Encuesta realizada por Johana Fajardo y Karol Castañeda, estudiantes de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander, Según los resultados obtenidos de la encuesta aplicada de manera aleatoria a personas pertenecientes a los estratos III, IV y V, de las ciudades de Barbosa, Moniquirá, Vélez Tunja, Duitama, Sogamoso y Bogotá, la muestra obtenida es de 384 familias.

Pregunta 1: ¿Por cuantas personas está conformado su núcleo familiar?

Tabla 5. Conformación de núcleo familiar

CONCEPTO	# RESPUESTAS	% PORCENTAJE	PROMEDIO
1	15	4%	0,04
2	69	18%	0,36
3	192	50%	1,5
4	46	12%	0,48
5	27	7%	0,35
Otros	35	9%	0
TOTAL	384	100%	3

Figura 22. Conformación de núcleo familiar



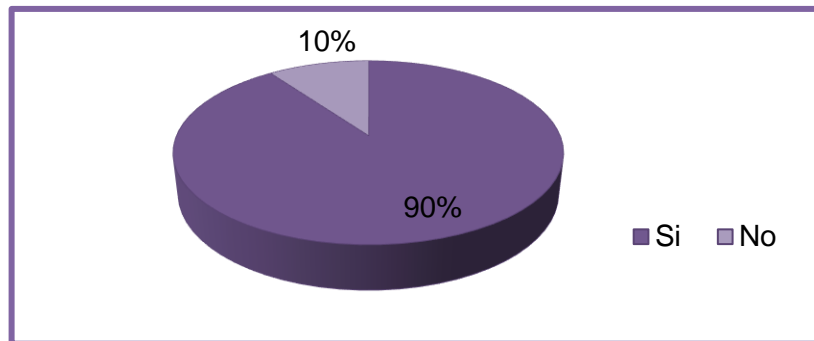
Análisis: sobre la conformación del núcleo familiar se pudo determinar que la mayoría de familias están conformadas por tres integrantes establecido por un 50% de los encuestados, así mismo se estableció que seguido de este se encuentran las familias conformadas por dos personas correspondientes a un 18% de las personas encuestadas, de esta forma se define un promedio aproximado de 3 integrantes por familia. Esta información permitirá determinar la demanda que corresponde al proyecto.

Pregunta 2. ¿Realiza frecuentemente turismo en Colombia?

Tabla 6. Realiza frecuentemente turismo en Colombia

CONCEPTO	# DE RESPUESTAS	% PORCENTAJE
Si	346	90%
No	38	10%
TOTAL	384	100%

Figura 23. Realiza frecuentemente turismo en colombia



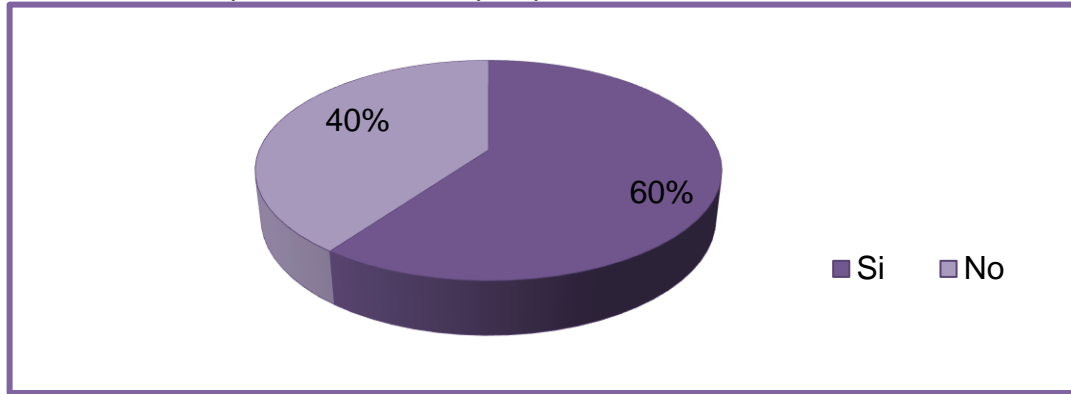
Análisis: Esta información nos permite conocer que actualmente el 90% de las personas encuestadas realizan frecuentemente turismo en Colombia, esto se toma como positivo ya que el “Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y La Panela” se encuentra ubicado en el país y además hace parte de los atractivos turísticos de la región.

Pregunta 3. ¿Realiza turismo cultural por medio de los parques temáticos?

Tabla 7. Turismo por medio de los parques temát

CONCEPTO	# DE RESPUESTAS	% PORCENTAJE
Si	208	60%
No	138	40%
TOTAL	346	100%

Figura 24. Turismo por medio de los parques temáticos



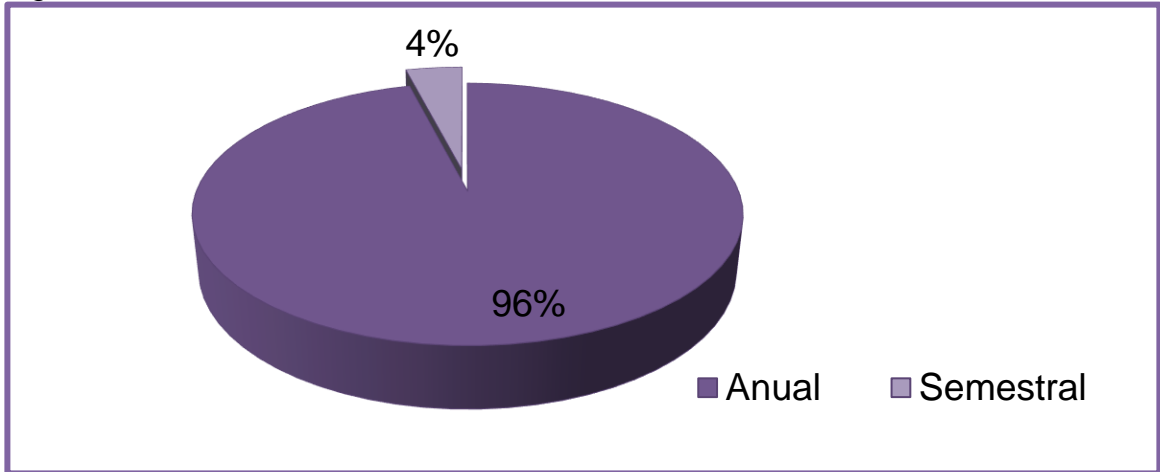
Análisis: Se pudo apreciar que el 60% de los encuestados realizan turismo cultural por medio de los parques temáticos existentes actualmente en el mercado, lo que representa gran aceptación por parte de las personas hacia este tipo de lugares de atracción turística; el resultado es benéfico ya que se pretende crear un parque temático cultural y este porcentaje de aceptación estaría representando la demanda del servicio que se desea brindar.

Pregunta 4. ¿Con que frecuencia realiza turismo cultural por medio de los parques temáticos?

Tabla 8. Frecuencia de realización de turismo cultural por medio de los parques temáticos

RESPUESTAS	# RESPUESTAS	%
Anual	114	96%
Semestral	94	4%
TOTAL	208	100%

Figura 25. Frecuencia de uso del servicio



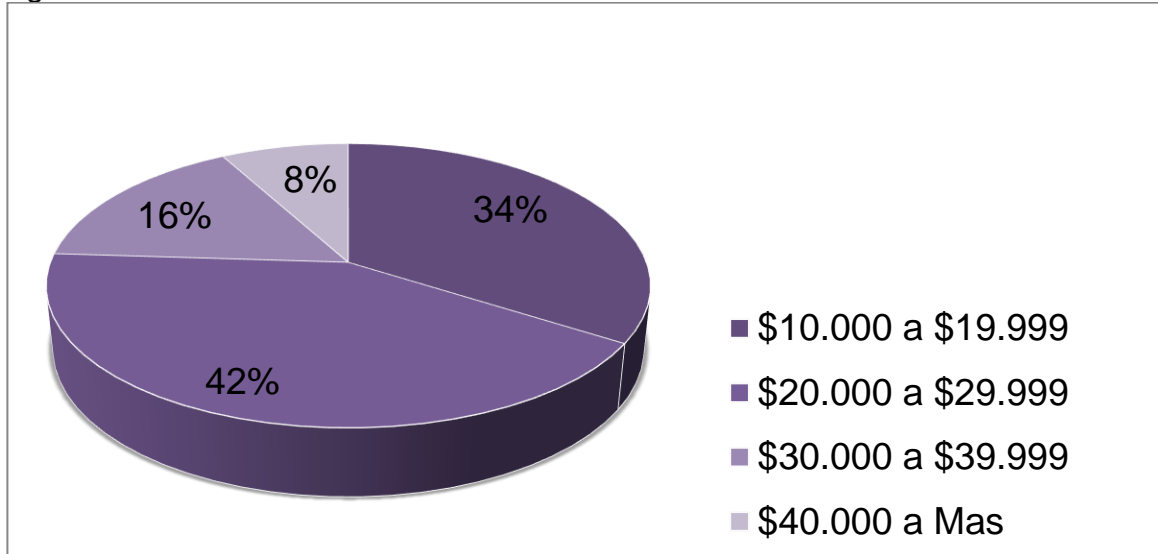
Análisis: De lo anterior se pudo determinar que el 96% correspondiente a 114 personas encuestadas, realizan turismo cultural de forma anual, esta información permite concluir que se deben diseñar estrategias promocionales cada año ya que es cuando existe mayor disposición de asistencia de los hogares, así, esta información permite determinar y proyectar la demanda de pasaportes.

Pregunta 5. ¿Precios pagado por persona en una visita a un parque temático?

Tabla 9. Precios del mercado

CONCEPTO	MARCA CLASE (MC)	NUMERO DE RESPUESTAS	%	PROMEDIO
\$10.000 a \$19.999	\$ 15.000	71	34%	\$ 5.100
\$20.000 a \$29.999	\$ 25.000	87	42%	\$ 10.500
\$30.000 a \$39.999	\$ 35.000	33	16%	\$ 5.600
\$40.000 a Mas	\$ 40.000	17	8%	\$ 3.200
TOTAL		208	100%	\$ 24.400

Figura 26. Precios del mercado



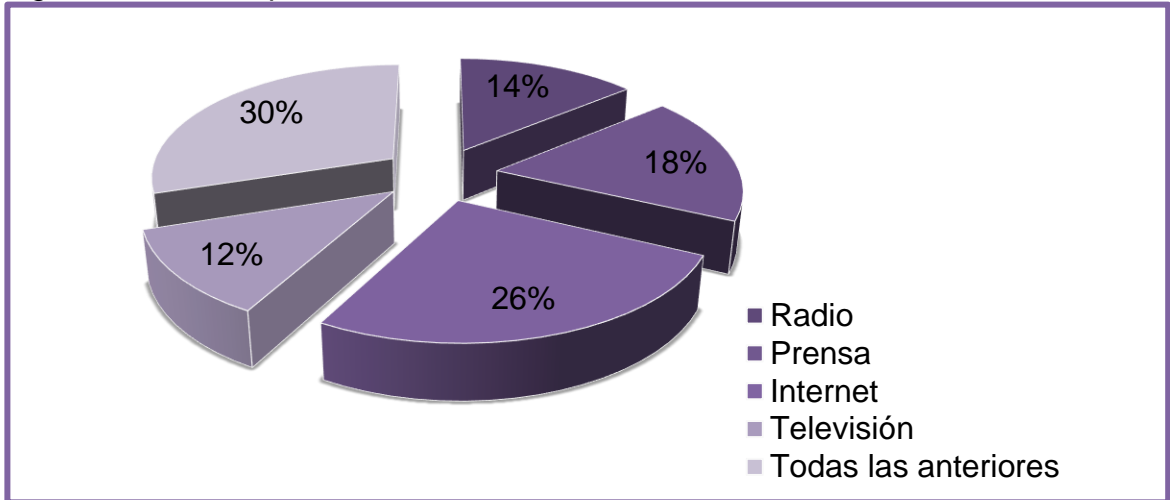
Análisis: Según los datos obtenidos el 34% de los encuestados manifiesta que ha cancelado entre \$10.000 y \$19.999, el 42% entre \$20.000 y \$29.000, el 16% entre \$30.000 y \$39.999, el 8% de \$40.000 a más por servicio de visita a parque temático, encontrándose que en promedio gastan \$24.400. Esta información es relevante ya que da un punto de partida para definir el precio del pasaporte de tal forma que este sea competitivo en el mercado.

Pregunta 6. ¿Actualmente mediante cual medio publicitario recibe información de turismo cultural?

Tabla 10. Medios publicitarios actuales

CONCEPTO	# RESPUESTAS	% PORCENTAJE
Radio	30	14%
Prensa	37	18%
Internet	54	26%
Televisión	25	12%
Todas las anteriores	62	30%
TOTAL	208	100%

Figura 27. Medios publicitarios actuales



Análisis: se determinó que actualmente la población objetivo recibe información acerca del turismo cultural a través de diferentes medios de comunicación, como lo son: radio, prensa, internet, televisión; observándose que el medio más influyente es el internet, con un 26% de la población encuestada. Se puede establecer que la publicidad por medio de páginas web, redes sociales, es lo que más se está utilizando en el mercado.

PREGUNTAS REALIZADAS DESPUÉS DE DAR A CONOCER EL SERVICIO

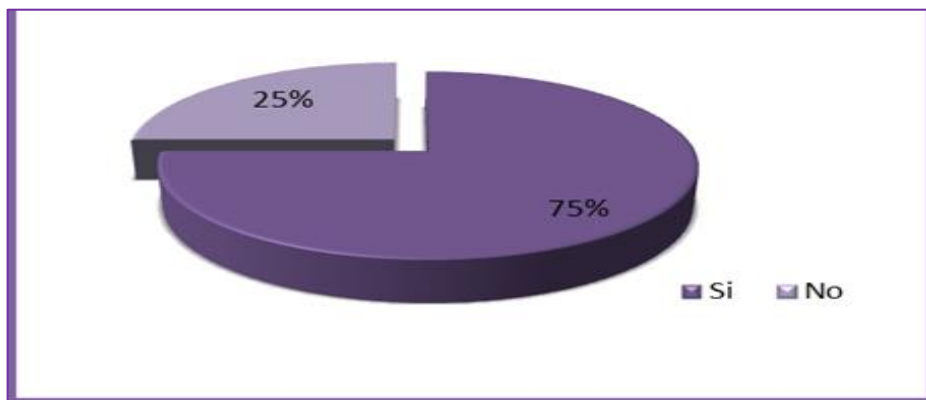
Para este fin se ofrece un plegable cuyo contenido da a conocer información acerca de la Cultura del Bocado Veleño y La Panela, su significado, historia, importancia, además breve descripción acerca del presente proyecto a desarrollar, “Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y La Panela”, dando a conocer la propuesta.

Pregunta 1. ¿Le interesa conocer la cultura del bocadillo Veleño y la cultura de la panela por medio del parque temático?

Tabla 11. Interés por la cultura del bocadillo y la panela por medio del parque temático

CONCEPTO	# RESPUESTAS	%
Si	156	75%
No	52	25%
TOTAL	208	100%

Figura 28. Interés por la cultura del bocadillo y la panela por medio del parque temático



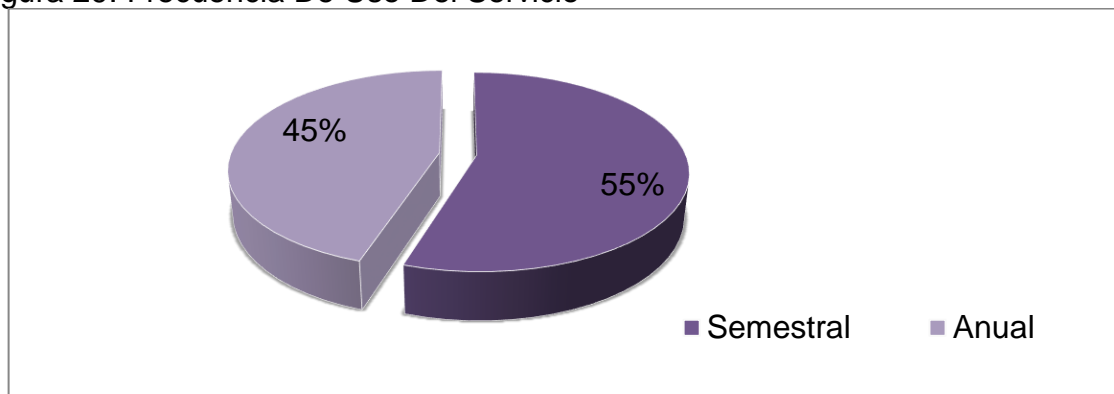
Análisis: El 75% de las personas manifestó gran interés acerca de la cultura del Bocadillo y la panela por medio del Parque Temático Cultural del Bocadillo veleño y la Panela, lo cual permite apreciar que a futuro estos serían clientes potenciales del Parque temático. El 25% manifestó no interesarle la cultura del Bocadillo y la Panela lo cual dice que se deben diseñar estrategias de conquista y así generar interés en estas personas.

Pregunta 2. ¿Con que frecuencia estaría dispuesto a asistir al “Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela”?

Tabla 12. Frecuencia De Uso Del Servicio

RESPUESTAS	# RESPUESTAS	%
Anual	86	96%
Semestral	70	4%
TOTAL	156	100%

Figura 29. Frecuencia De Uso Del Servicio



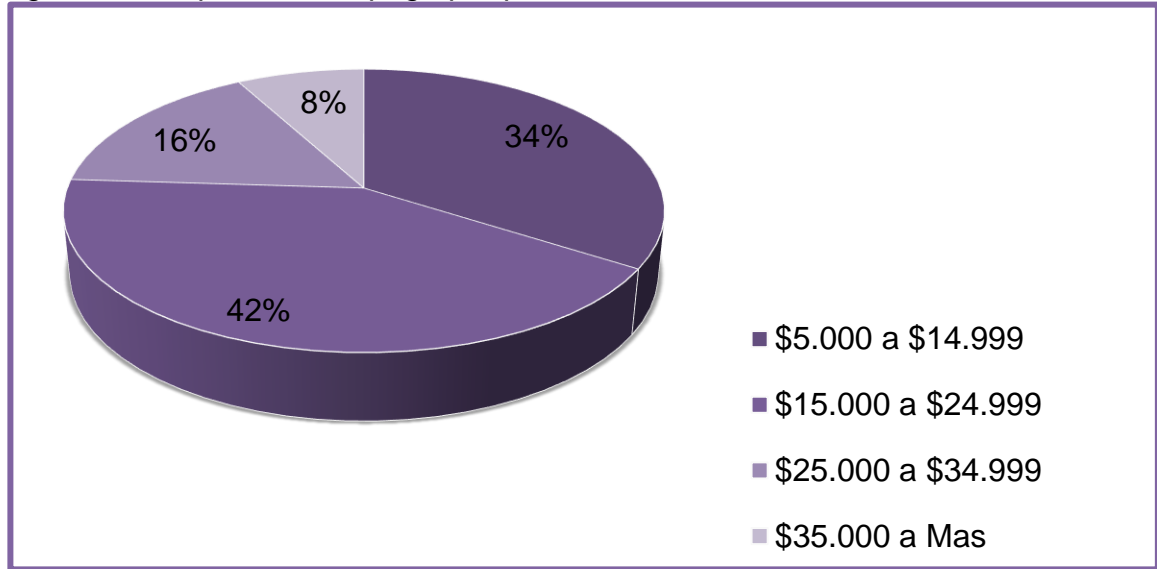
Análisis: según respuestas las visitas a parque serian anualmente como lo afirma el 96% de los encuestados. Los resultados llevan a establecer que las estrategias se podrían implementar cada año para hacer más novedosa y atractiva la visita al parque, ya que sería el ciclo de posible retorno de los interesados.

Pregunta 3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por concepto de la entrada al Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela?

Tabla 13. Disposición de pago por persona

CONCEPTO	MARCA CLASE	# RESPUESTAS	%	PROMEDIO
\$5.000 a \$14.999	\$ 10.000	53	34%	3.400
\$15.000 a \$24.999	\$ 20.000	66	42%	8.400
\$25.000 a \$34.999	\$ 30.000	25	16%	4.800
\$35.000 a Mas	\$ 35.000	12	8%	2.800
TOTAL		156	100%	19.400

Figura 30. Disposición de pago por persona



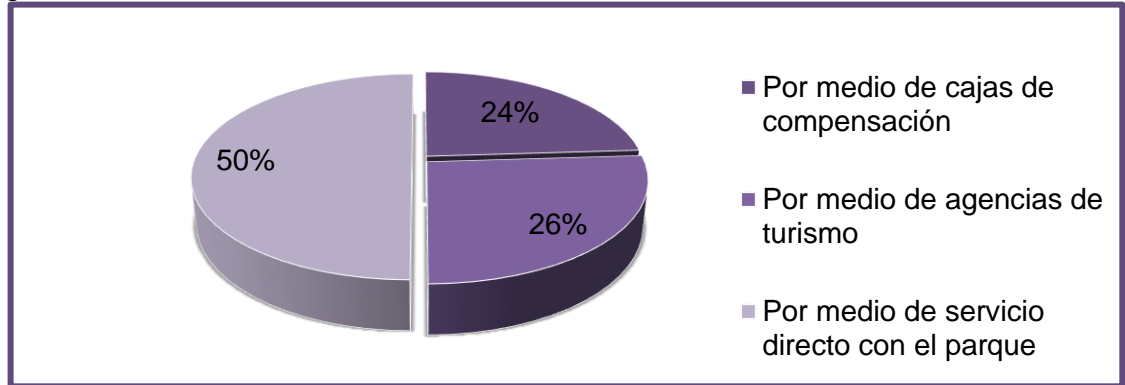
Análisis: Según los datos obtenidos se pudo determinar que, el 34% está dispuesto a pagar entre \$5.000 y \$14.999, el 42% de las personas podrían pagar por persona entre \$15.000 y \$24.999, el 16% entre 25.000 y \$34.999, el 8% \$35.000 a más, encontrándose finalmente que en promedio estarían dispuestos a pagar \$19.400 por pasaporte de ingresos al parque temático cultural. Esta información permite diseñar una estrategia de precios que facilite y se acomode tanto al beneficio del cliente, como al parque temático cultural del bocadillo veleno y la panela.

Pregunta 4. ¿De qué forma le gustaría acceder a la prestación del servicio?

Tabla 14. Preferencia de acceso al servicio

RESPUESTAS	# RESPUESTAS	%
Por medio de cajas de compensación	37	24%
Por medio de agencias de turismo	41	26%
Por medio de servicio directo con el parque	78	50%
TOTAL	156	100%

Figura 31. Preferencia de acceso al servicio



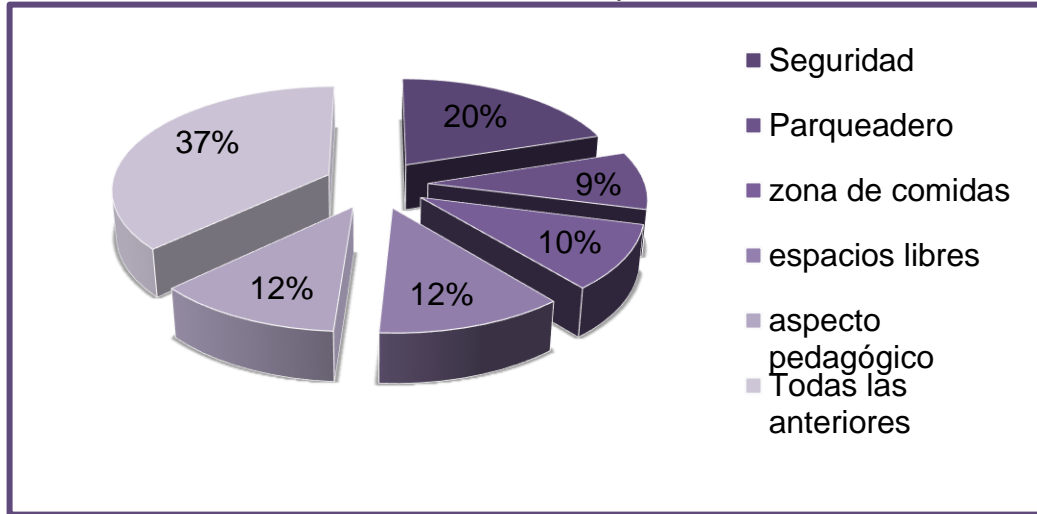
Análisis: el 50% de los encuestados manifiesta preferir acceso al servicio por medio de servicio directo con el parque, el 26% prefiere que sean las agencias de turismo quienes les brinden este servicio, el 24% manifiesta su preferencia por las cajas de compensación; esta información es fundamental ya que se logró determinar que inicialmente se debe trabajar una relación directa con el cliente pero a su vez se determinó que a futuro se deben hacer alianzas estratégicas con promotoras de turismo, cajas de compensación.

Pregunta 5. ¿De acuerdo a las siguientes opciones indique cuales son para usted, las características más importantes que deberían tener el Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela?

Tabla 15. Características Primordiales Del Parque Temático

RESPUESTAS	HOGARES	%
Seguridad	31	20%
Parqueadero	14	9%
zona de comidas	16	10%
espacios libres	19	12%
aspecto pedagógico	19	12%
Todas las anteriores	57	37%
TOTAL	156	100%

Figura 32. Características Primordiales Del Parque Temático



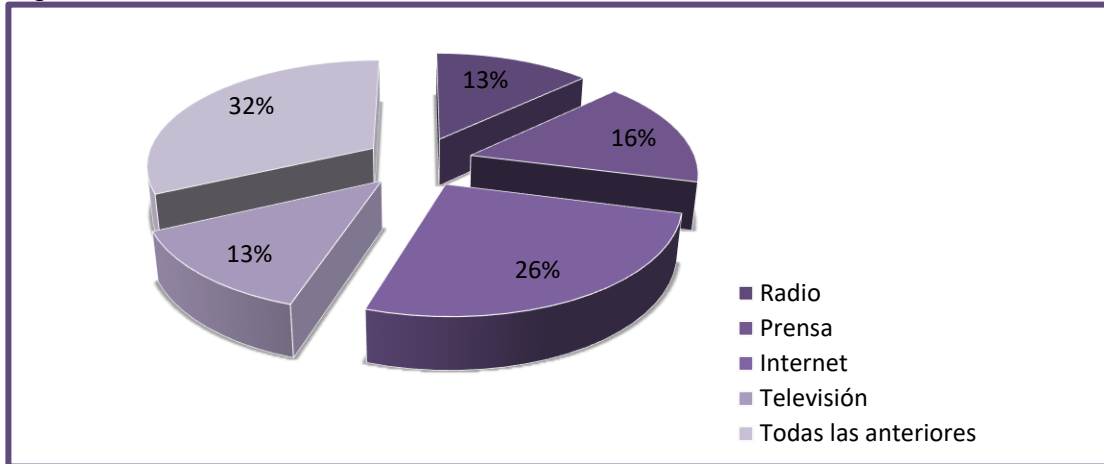
Análisis: Según la gráfica se puede observar que las características primordiales que debe tener el parque para contar con la mayor asistencia de personas son: seguridad con un 20%, espacios libres, aspecto pedagógico con un 12% cada una, Zona de comidas con un 10%, parqueadero con un 9%. Se puede observar que las preferencias están divididas entre el 63% de los encuestados. Y el 37% determina que es fundamental que todas las anteriores estén plasmadas en el parque temático, lo anterior nos permite determinar que estos aspectos son fundamentales a la hora de implementar el parque temático.

Pregunta 6. ¿Mediante cual medio de publicitario le gustaría recibir más información acerca del parque temático?

Tabla 16. Preferencia Publicitaria

CONCEPTO	# RESPUESTAS	%PORCENTAJE
Radio	20	13%
Prensa	25	16%
Internet	41	26%
Televisión	20	13%
Todas las anteriores	50	32%
TOTAL	156	100%

Figura 33. Preferencia Publicitaria



Análisis: El 26% de los encuestados manifestó preferencia por el internet como medio publicitario, pero el 32% manifestó que la prensa, radio, internet, televisión son fundamentales juntas a la hora de recibir información, lo cual nos muestra que son amplios los canales a utilizar para difundir, dar a conocer y promocionar el parque temático.

2.4.3 Estimación de la demanda. Con base en la investigación realizada previamente se determinará la demanda actual. Según los datos obtenidos en el estudio de mercados se puede determinar que existe una demanda para el servicio cultural, recreativo y de sano esparcimiento ofrecido por el Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela en el municipio de Barbosa Santander.

Además, se determinó la aceptabilidad del servicio del Parque Temático Cultural en la población objetivo en lo que concierne a la cultura del bocado y la panela, la adquisición de conocimiento de los principales atractivos de la Región del Río Suárez y demás servicios ofrecidos por el parque.

Se estimó la demanda teniendo en cuenta el análisis de las preguntas de la encuesta que reúnen las características de la frecuencia y el tiempo del servicio ofrecido a los clientes, así:

Pregunta 1: ¿Por cuantas personas está conformado su núcleo familiar?

- En promedio 3 integrantes por familia

Pregunta 2. ¿Realiza frecuentemente turismo en Colombia?

- La respuesta afirmativa fue de 346 afirmaciones equivalente al 90% del total de los 384 encuestados.

Pregunta 3. ¿Realiza turismo cultural por medio de los parques temáticos?

- La respuesta afirmativa fue de 208 afirmaciones equivalente al 60% del total de los 346 encuestados, que asintieron realizar frecuentemente turismo en Colombia

Pregunta 4. ¿Con que frecuencia realiza turismo cultural por medio de los parques temáticos?

- Anual 114 equivalente a una respuesta del 96%

Bajo estos criterios se define una demanda del parque de 2.080.890 personas por año

Tabla 17. Estimación de la demanda anual Parque Temático-Cultural del Bocado Veleño y la Panela

	Familias objetivo	%	Familias que hacen turismo	Familias que visitan parques temáticos	integrantes por familia
			90%	60%	3
Barbosa	4.245	0,3%	3.820	2.292	6.876
Vélez	2.761	0,2%	2.485	1.491	4.473
Tunja	29.331	2,3%	26.398	15.839	47.516
Moniquirá	3.104	0,2%	2.794	1.676	5.028
Duitama	16.107	1,3%	14.496	8.698	26.093
Sogamoso	16.843	1,3%	15.159	9.095	27.286
Bogotá, D.C.	1.212.110	94,4%	1.090.899	654.539	1.963.618
Total	1.284.500	100,0%	1.156.050	693.630	2.080.890

2.4.3. Proyección de la demanda. La proyección de la demanda está dada por el porcentaje de crecimiento demográfico de Colombia el cual según el Dane corresponde al 1,5% según el DANE; pues se determina que en esta misma proporción crecerá la población demandante

Tabla 18. Proyección de demanda de servicios del Parque Temático Cultural

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Barbosa	6.876	6.979	7.084	7.190	7.298	7.408
Vélez	4.473	4.540	4.608	4.677	4.747	4.818
Tunja	47.516	48.228	48.952	49.686	50.431	51.188
Moniquirá	5.028	5.104	5.180	5.258	5.337	5.417
Duitama	26.093	26.485	26.882	27.285	27.695	28.110
Sogamoso	27.286	27.695	28.110	28.532	28.960	29.394
Bogotá, D.C.	1.963.618	1.993.073	2.022.969	2.053.313	2.084.113	2.115.375
Total	2.080.890	2.112.104	2.143.785	2.175.942	2.208.581	2.241.710

2.5 OFERTA O COMPETENCIA

Teniendo en cuenta que no fue posible adquirir información de primera mano para el análisis de la oferta o competencia que tiene el Parque Temático-Cultural del Bocado Veleño y la Panela, fue preciso recurrir a fuentes secundarias que brindaran información principal sobre los servicios ofrecidos por los parques temáticos, específicamente aquellos que prestan servicios de turismo cultural.

2.5.1 Necesidades de información. El análisis de los competidores que existen en materia de parques temáticos culturales, se enfoca hacia:

- Conocer los servicios y temas que ofrecen los parques temáticos que se encuentran en la región centro de Colombia.
- Identificar la cantidad y calidad del servicio u productos ofrecidos, así como la oferta disponible.
- Conocer los precios promedio de ingreso y formas o medios de pago.
- Determinar ubicación y tamaño de los parques temáticos existentes en la región.
- Analizar los medios que utilizan para dar a conocer el servicio, así como las diferentes clases de promociones que realiza para aumentar su demanda.

2.5.2 Ficha técnica

Tabla 19. Ficha técnica de la oferta de servicios fúnebres en la provincia de Vélez Santander

Tipo de investigación	Para el caso se adopta una investigación que implica la exploración y la descripción, en la medida que se acerca al objeto de estudio y se describen sus cualidades.
Método de investigación	El método es el inductivo porque se analizan hechos particulares que llevan a establecer apreciaciones generales.
Fuentes de información	Secundarias: los datos proporcionados por la página Web de cada uno de los parques temáticos oferentes en la región.
Técnicas de investigación	Análisis documental vía internet.
Instrumento para recolectar la información	Revisión de las paginas
Modo de aplicación	No aplica
Definición de población	Los parques temáticos que operan en la región centro del país.
proceso de muestreo	Censo
Marco censal	Constituido por tres parques temáticos que abordan la cultura PARQUE GALLINERA, PARQUE NACIONAL DEL CHICAMOCHA y FINKANA
Alcance	San Gil Santander y Bogotá
Tiempo de aplicación	2 días

2.5.3 Análisis de la Situación actual de la competencia. En la actualidad existen dos parques temáticos ubicados en San Gil, Santander que se prestan servicios similares a los del Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela, así mismo está el parque Finkana antes Panaca de Bogotá que también trata el tema agropecuario, para estos tres casos se consultaron páginas de internet de ellos mismos, para lograr así recolectar información requerida para el análisis.

A continuación se detalla la principal competencia del parque a crear. Estos parques son entes sólidos y los cuales llevan mucho tiempo en el mercado.

Tabla 20. Datos generales de los parques

	PARQUE GALLINERA	PARQUE NACIONAL DEL CHICAMOCHA	FINKANA																							
UBICACIÓN	El Parque Gallineral está ubicado en una isla formada por el río Fonce y la quebrada Curití, muy cerca al municipio de San Gil.	Km. 54 Vía Bucaramanga – San Gil Hacienda La Esperanza, Vereda Casiano Bajo, Antigua Cervecería Clausen – Floridablanca, Santander. Colombia	Km 4, via Briceño - Zipaquirá																							
TELÉFONO	724 4617	(57)(7) 639 4444 – 321 205 0097.	Teléfono: 307 7002 ext 1 Celular:313 418 3647 -																							
TAMAÑO	Grande	Grande	Grande																							
PRECIOS	El parque Gallineral, maneja precio para el ingreso al parque como tal y disfrute de su recorrido. Este precio oscila entre \$5.000 y \$6.000	El parque Nacional del Chicamocha, maneja precio como tal para la entrada y precios adicionales por demás actividades. <table border="1"> <thead> <tr> <th>PAQUETE</th> <th>ADULTOS</th> <th>NIÑOS</th> <th>ADULTOS MAYORES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ENTRADA AL PARQUE</td> <td>COP \$ 19.000</td> <td>COP \$13.000</td> <td>COP \$13.000</td> </tr> <tr> <td>TELESFERICO</td> <td>COP \$ 44.000</td> <td>COP \$ 27.000</td> <td>COP \$ 27.000</td> </tr> <tr> <td>ACUAPARQUE</td> <td>COP \$ 32.000</td> <td>COP \$ 27.000</td> <td>COP \$ 27.000</td> </tr> <tr> <td>COMBO PANACHI (ENTRADA AL PARQUE + TELESFERICO + ACUAPARQUE)</td> <td>COP \$ 52.000</td> <td>COP \$ 37.000</td> <td>COP \$ 37.000</td> </tr> </tbody> </table>	PAQUETE	ADULTOS	NIÑOS	ADULTOS MAYORES	ENTRADA AL PARQUE	COP \$ 19.000	COP \$13.000	COP \$13.000	TELESFERICO	COP \$ 44.000	COP \$ 27.000	COP \$ 27.000	ACUAPARQUE	COP \$ 32.000	COP \$ 27.000	COP \$ 27.000	COMBO PANACHI (ENTRADA AL PARQUE + TELESFERICO + ACUAPARQUE)	COP \$ 52.000	COP \$ 37.000	COP \$ 37.000	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>FINKANA PLUS = \$29.000 (Entrada y dos espectáculos)</td> </tr> <tr> <td>FINKANA = \$25.000 (Entrada y un espectáculo)</td> </tr> <tr> <td>PARKE = \$20.000 (Entrada al parque exclusivamente)</td> </tr> </tbody> </table>	FINKANA PLUS = \$29.000 (Entrada y dos espectáculos)	FINKANA = \$25.000 (Entrada y un espectáculo)	PARKE = \$20.000 (Entrada al parque exclusivamente)
PAQUETE	ADULTOS	NIÑOS	ADULTOS MAYORES																							
ENTRADA AL PARQUE	COP \$ 19.000	COP \$13.000	COP \$13.000																							
TELESFERICO	COP \$ 44.000	COP \$ 27.000	COP \$ 27.000																							
ACUAPARQUE	COP \$ 32.000	COP \$ 27.000	COP \$ 27.000																							
COMBO PANACHI (ENTRADA AL PARQUE + TELESFERICO + ACUAPARQUE)	COP \$ 52.000	COP \$ 37.000	COP \$ 37.000																							
FINKANA PLUS = \$29.000 (Entrada y dos espectáculos)																										
FINKANA = \$25.000 (Entrada y un espectáculo)																										
PARKE = \$20.000 (Entrada al parque exclusivamente)																										
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	DIRECTO: Por medio de punto de venta en la entrada del parque.	DIRECTO: Por medio de punto de venta en entrada del parque. INDIRECTO: Por medio de agencias, promotoras de turismo, cajas de compensación.	DIRECTO: Por medio de punto de venta en la entrada del parque. O pago en línea																							
PUBLICIDAD:	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Por medio de página web: http://culturayturismosangil.gov.co/gallineral/ ✚ Principales periódicos: El tiempo Vanguardia Liberal ✚ Pautas Canal Regional: Canal Tro 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Por medio de página web: http://parquenacionaldelchicamocha.com ✚ Principales periódicos: El tiempo Vanguardia Liberal ✚ Pautas Canal Regional: Canal Tro 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Por medio de página web: http://parquefinkana.com/ ✚ Principales periódicos: El tiempo Pautas en canales nacionales 																							

Tabla 21. Matriz competitividad

NOMBRE DEL PARQUE	SERVICIOS OFRECIDOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
PARQUE NATURAL “ EL GALLINERAL ”	<ul style="list-style-type: none"> -Cafetería El Gallineral -Dulcinea -Guía por el Parque -Heladería -Casigua -Tienda Café Loma Verde -Restaurante El Gallineral 	<ul style="list-style-type: none"> -Posicionamiento y reconocimiento en el mercado. -Publicidad en revistas de la ciudad, y en canales regionales. -Volantes, Pautas en radio. - Cuenta con Página web - Incrementa el desarrollo económico, social y cultural del municipio 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de alianzas para la comercialización del servicio. - Baja capacidad de innovación y de crear valor para los clientes. - Falta de tecnología
PARQUE NACIONAL DEL CHICAMOCHA “PANACHI”	<ul style="list-style-type: none"> -Teleférico -Cable Vuelo -Parque Infantil -Chiva -Avestruzca -Pista de Hielo -Cina 4D -Buggies -Columpio Extremo -Parapente 	<ul style="list-style-type: none"> -Posicionamiento y reconocimiento en el mercado. - Amplios medios Publicidad -Diversidad de Servicios - Incrementa el desarrollo económico, social y cultural del municipio. - Es lo Suficientemente grande para desarrollar distintas actividades culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sus precios son altos, no son asequibles a todos los estratos. - Ubicado a una distancia considerable del perímetro urbano.
FINKANA	<p>TALLERES PEDAGÓGICOS</p> <p>Talleres Vivenciales en espacios naturales. o Taller De Arte Finkana o Taller De Sembraton o Taller fommy o Taller Labores de Granja</p> <p>CURSOS DE EQUITACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Espacio para el desarrollo de las actividades. - Localización cercana a Bogotá. - Cuenta con publicidad a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios limitados - Diminución de servicios que se ofrecían cuando era PANACA SABANA. - Lleva solo un año con esa razón social.

2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Como se mencionó anteriormente en la actualidad en Colombia existen parques temáticos cada uno con un enfoque diferente de acuerdo a su región, se realizó un comparativo con los parques que actualmente operan en la Región, determinando que actualmente existen parques temáticos que satisfacen el mercado existente pero con otro enfoque, es decir, que aunque estos tres partes tiene un enfoque agropecuario y/o cultural, estos dos parques presentan temáticas totalmente diferentes; pero aun así se podría decir que el parque temático cultural no entra a satisfacer un mercado insatisfecho, sino que por el contrario entra a competir con un servicio novedoso, de sano aprendizaje y ofreciendo a sus visitantes enriquecedoras experiencias.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Es el medio a través del cual se pone a disposición de los consumidores el pasaporte para que puedan acceder a la prestación del servicio, se puede decir que casi siempre en la prestación de servicios los canales tienden a tener menos eslabones.

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Referente a los canales que actualmente emplean los parques temáticos existentes en el mercado, para la prestación del servicio se determinó que son básicamente dos: el primero es de forma directa al cliente final, debido a que quien presta el servicio lo vende directamente en el punto de atención al cliente a la entrada del parque. La segunda de forma indirecta para ello se realiza alianzas con cajas de compensación y promotoras de turismo y de esta forma dar a conocer y comercializar el servicio por medio de estas.

Actualmente se manejan los siguientes canales:

- Relación directa entre el producto y el consumidor.

Figura 34. Comercialización Directa

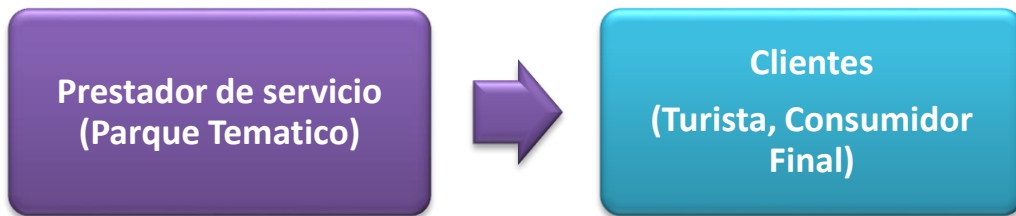


Figura 35. Comercialización Indirecta



2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales de los parques temáticos

Tabla 22. Ventajas y desventajas de los canales actuales

CANAL	VENTAJAS	DESVENTAJAS
DIRECTO	<ul style="list-style-type: none"> • Hay optimización en los precios y la calidad del servicio, pues se evita el pago de comisiones a intermediarios. • Se llega al cliente de forma rápida, eficaz y segura. • Se conocen las apreciaciones del cliente • Excelente sistema de comunicación sobre la efectividad del servicio • El contacto con los clientes permite conocer el grado de satisfacción del cliente con el servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Al tener un alto flujo de clientes la atención se puede hacer deficiente. • Se puede atrofiar el proceso de prestación de servicio al tener que hacer la venta, registro y prestación del mismo. • Limitación de la empresa en el préstamo de los servicios, pues no se hace preventa y no se sabe la afluencia de clientes.
INDIRECTO	<ul style="list-style-type: none"> ✚ La empresa delega en las promotoras de turismo, parte de la gestión comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Los precios del servicio se incrementan por las comisiones de las empresas intermediarias. ✚ Las promotoras manejan varias opciones para servicios similares, por lo que esta presente en el mismo espacio la competencia.

2.7.3 Selección de los Canales de Comercialización. Para llevar a cabo la prestación del servicio del “Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela” se pondrá en marcha una estrategia de marketing, mediante políticas definidas para llegar al consumidor final de forma directa a los hogares a través de los canales directo e indirecto.

Lo anterior teniendo en cuenta que se puede obtener el aprovechamiento de ofrecer el servicio de las dos formas cada una con sus diferentes características, esto siguiendo las estrategias actuales que están siendo implementadas por los diferentes servicios que ofrece el mercado actualmente.

Para este caso se tendrá en cuenta la relación directa e indirecta con el cliente brindando la posibilidad de acceder al servicio de las dos formas, se trabajará:

- **Canal de Comercialización Directo:**

Figura 36. Canal de comercialización directo



- **Relación Directa:** En la cual se ofrecerá el servicio directamente a los clientes, ya que se implementará como tal una taquilla al ingreso del parque en la cual el cliente final podrá acceder a la compra de un pasaporte "Mi Cultura" el cual incluye todos los servicios del parque.

Adicional a esto se implementará:

- **Canal de Comercialización Indirecto:**

Figura 37. Canal indirecto



- **Relación Indirecta:** En la cual el cliente tendrá la oportunidad de acceder al servicio mediante diferentes alternativas existentes en el mercado como lo son: Promotoras de Turismo Cultural, Cajas de compensación familiar existentes en el mercado por cada región, agencias promotoras de turismo cultural, con las cuales se tendrá convenio para así brindarle al cliente final la posibilidad de adquirir el “Pasaporte Mi Cultura” que incluye todos los servicios del parque.

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de Precios de la competencia. La política de precios en una empresa determina la forma en que se comportará la demanda. Es fundamental

considerar el precio de introducción en el mercado, para ello se realiza un previo análisis de los precios actuales del mercado de fuentes secundarias de información (entrevistados) se encontraron los siguientes precios:

Tabla 23. Parques temáticos en la región

EMPRESA	PAQUETE	ADULTOS	NIÑOS	ADULTOS MAYORES
PARQUE CHICAMOCHA	Entrada al parque	\$ 19.000	\$13.000	\$13.000
	Teleférico	\$ 44.000	\$ 27.000	\$ 27.000
	Acuaparque	\$ 32.000	\$ 27.000	\$ 27.000
	Combo panachi (entrada al parque + teleférico + acuaparque)	\$ 52.000	\$ 37.000	\$ 37.000
PARQUE GALLINERAL	Entrada al parque	\$6.000	\$5.000	\$6.000
FINKANA	PARKE (Entrada al parque exclusivamente)	\$20.000		
	FINKANA (Entrada y un espectáculo)	\$25.000		
	FINKANA PLUS (Entrada y dos espectáculos)	\$29.000		

El mercado presenta precios competitivos, teniendo en cuenta que cada uno de estos a partir de las entradas ofrece otros servicios adicionales los cuales maneja valores medios. El “Pasaporte Mi Cultura” está diseñado teniendo en cuenta los precios que actualmente está manejando el mercado para entrar a operar en el mismo.

2.8.2 Estrategias de Fijación de Precios. La fijación del precio es de suma importancia, pues este influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el servicio. Según lo anterior, el “Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y La Panela” aplicará las siguientes estrategias de precios:

- Se fijaran los precios teniendo en cuenta los que maneja la competencia, siendo conscientes del nivel o lugar que ocupan en el mercado y de su trayectoria, es decir, los precios serán levemente inferiores, con el fin de captar mercado.
- Se establecerán precios promocionales de acuerdo a porcentaje de utilidad para canales indirectos de comercialización como cajas de compensación, agencias y promotoras de turismo cultural.
- Se aplicará un promedio de los precios de los clientes, buscando manejar los criterios de precio-costo y precio-mercado, para lograr clientes.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

La publicidad y promoción son instrumentos claves e importantes para conseguir que los productos lleguen a los consumidores finales, pues, desde que existen productos que comercializar ha habido la necesidad de comunicar la existencia de los mismos, de esta forma, se asume la publicidad es una técnica de comunicación masiva, destinada a difundir mensajes a través de los medios con el fin de persuadir a la audiencia meta al consumo.

En otras palabras, la publicidad es un hecho comercial, porque es una de las variables que debe manejar la empresa para poder hacer conocer el producto y concretar ventas mediante el empleo del método más lógico, eficiente y económico. Desde este punto de vista la publicidad es una herramienta de comercialización.

2.9.1 Objetivos. Para el caso la utilización de herramientas publicitarias y promocionales tienen como fines primordiales los siguientes:

- Dar a conocer a la población objetivo los servicios del Parque Temático, los cuales se enfocan a la familia en general, dándoles la posibilidad de conocer la

cultura de la región del Río Suárez en especial en lo concerniente a las agroindustrias de la panela y el bocadillo.

- Lograr la atención de los clientes con publicidad impactante que permita cultivar la imagen y fortalecer la marca del “Parque Temático Del Bocadillo Y La Panela”, la cual tendrá un contexto visual agradable y diciente que invite al consumidor a visitar el parque.
- Incentivar mediante publicidad a los potenciales clientes la adquisición del **“Pasaporte Mi Cultura”**
- Posicionar el parque y darle un valor agregado que lo diferencie de los demás, ante la población objetivo, obteniendo el reconocimiento por la calidad en la prestación del servicio.

2.9.2 Logotipo. Es el símbolo o imagen que representa y distingue al parque el cual hace alusión principalmente a la panela y la guayaba aludiendo a sus orígenes.

Figura 38. Logotipo “Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y La Panela”



Descripción:

El nombre PANECA, se definió teniendo en cuenta la temática base, es decir, se tomaron en cuenta la primera sílaba de “parque” y la segundas sílabas de panela y bocadillo, buscando que el nombre de acuerdo con los principios y/o lineamientos de mercadeo, tuviera impacto y fuera de fácil recordación.

- **Figura Campesino veleño:** Representa la cultura de la región del Río Suárez, el típico campesino veleño, con su traje típico los cuales hacen alusión a las características de nuestro pueblo, nuestras costumbres.
- **Figura de la panela y el bocadillo:** son los productos que fundamentan la temática de este parque, es decir, son eje fundamental de la estructura pedagógica del parque, debido a que son los productos base de la región del Río Suárez.
- **Color del texto:** El color del texto es rojo para el nombre del “Parque Temático del Bocadillo Veleño y la Panela”, el cual es un color llamativo, busca generar atracción en los clientes.

2.9.3 Slogan. “*Viva la dulce diversión y tradición*”. Este lema se ajusta al fin principal del parque en la medida, que exalta aspectos claves de la cultura de la Región del Río Suárez, por medio de diversión, enseñanza didáctica para que todo el que se acerque a vivir la experiencia pase un gran rato agradable.

2.9.4 Análisis de medios. Con este análisis de medios de comunicación se pretende identificar aquellos que son apropiados o pertinentes para dar a conocer el “Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela”. Por lo cual se hace

necesario hacer una identificación de las ventajas y/o desventajas de cada uno de ellos:

Tabla 24. Análisis de medio

MEDIO	VENTAJA	DESVENTAJA
MEDIOS IMPRESOS		
<i>Volantes, Tarjetas de presentación, vallas</i>	Comunicación inmediata entre la empresa y los clientes. Medios masivos Económicos y al alcance de todos.	Si no se llega al mercado adecuado se puede convertir en un desperdicio de recursos.
<i>Periódicos</i>	Es un medio de comunicación altamente masivo. El mensaje es perdurable y puede ser revisado. Llega diferentes públicos, entre ellos el mercado objetivo. Puede ser impreso o puede ser virtual.	Es costoso Si no se elige el periódico adecuado puede que no llegue al mercado objetivo.
MEDIOS AUDIOVISUALES:		
<i>Radio</i>	Son medios publicitarios masivos. Aunque un poco costosas son fáciles de preparar Este medio es de gran aceptación, Su cobertura es bastante amplia Es una forma eficaz de llegar a los consumidores locales o incluso a nivel nacional.	El mensaje solo se puede escuchar y puede pasar desapercibido por los radioescuchas.
<i>Televisión</i>	Medio publicitario con más acogida tanto a nivel local como a nivel nacional. Es de acceso masivo. Permite que los mensajes contengan texto, audio y video.	Es muy costosa Los mensajes tienden a ser cortos.
Internet	Es un medio de comunicación caracterizado por su fácil acceso. De bajo costo. Es un medio de máxima difusión. La información es presentada a nivel global. Los anuncios publicitarios son entregados a través de páginas web disponibles no solo en equipos de cómputo, sino también en los medios móviles y las aplicaciones	No en todas partes se cuenta con un buen servicio de internet. No está enfocada directamente a un mercado y toca buscarla. No todos saben buscar en internet.

2.9.5 Selección de Medios. Aunque se determinó que los medios mencionados anteriormente son los que tienen más acogida actualmente en el mercado, además que la implementación de estos es fundamental para dar a conocer el servicio. Se consideró que los más importantes o apropiados para la promoción del “Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y La Panela” son los siguientes:

Radio: Pautas radiales que faciliten el reconocimiento del “Parque Temático” en el mercado, para así generar recordación y atraer mercado. Lo anterior por medio de tres de las emisoras más importantes a nivel de la Región Rumba Stereo, Radio Uno, Oxígeno.

Internet: La apertura de una página web en internet donde se expone el “Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela”, su ubicación, servicios ofrecidos, precios y promociones, esto facilitara la expansión del reconocimiento de la empresa en el mercado.

Prensa: Por medio de esta se publicarán avisos promocionales con el fin de dar a conocer el servicio a segmentos del mercado los cuales se informan a través de los periódicos “Boyacá Siete Días” Y El Tiempo.

Folletos, tarjetas, vallas: el diseño del folleto plasma la imagen del parque, con la finalidad de captar la atención del cliente, promocionando el parque como marca, las vallas estarán ubicadas en lugares reconocidos logrando así atraer diversidad de mercado.

2.9.6 Estrategias publicitarias. Estas estrategias buscan la combinación de medios y recursos promocionales que permitan la incursión efectiva del parque en el mercado.

Estrategia Introductoria o de lanzamiento:

- Se realizará una campaña masiva de publicidad y promoción en las principales ciudades como lo son Tunja, Duitama, Sogamoso y Bogotá, donde se dará a conocer el “Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y La Panela” y el servicio que se desea brindar, se realizarán presentaciones y se repartirán materiales como manillas y tarjetas de presentación al mercado objetivo.
- Diseño de página web oficial del parque temático en internet, con todo su contenido, instalaciones, servicios, precios, promociones.
- Se pagarán pautas radiales en la con la emisora RCN (Rumba Stereo, Radio Uno, Oxigeno) promocionando el “Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y La Panela”.

De operación:

- Presencia de un stand publicitario, en principales eventos como lo son: principales ferias, seminarios, actividades culturales empresariales de las ciudades de Tunja, Duitama, Sogamoso, Bogotá y a nivel nacional presencia en principales eventos culturales de cada Región.
- Utilización de los medios publicitarios en emisoras, folletos y tarjetas de presentación.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción. Para cumplir con los objetivos propuestos en materia publicitaria se prevé la inversión de los siguientes recursos:

2.9.7.1 De lanzamiento. En este caso se cuantifica el costo de los medios y acciones promocionales que se pretenden llevar cabo con motivo de lanzamiento del parque.

Tabla 25. Presupuesto de publicidad de lanzamiento

CONCEPTO	VALOR
Alquiler de estañes en centro comerciales (sábado y domingo)	\$4.000.000
Alquiler de sonido y animación	\$1.600.000
Radio: pautas en Rumba Stereo, Radio Uno, Oxígeno.	\$3.000.000
Creación de la página internet	\$800.000
Publicidad directa (manillas (1.000 u/ \$90.000 y tarjetas (8.000u /\$400.000)	\$490.000
TOTAL INVERSIÓN	\$ 9.980.000

El total del presupuesto para el lanzamiento del Parque Temático Cultural es de \$9.980.000.

2.9.7.2 De operación. Estos valores representan los egresos que se tendrán con la publicidad que se quiere hacer durante el tiempo de operación del parque.

Tabla 26. Presupuesto de publicidad y promoción de operación mensual

MEDIO PUBLICITARIO	MES	AÑO
Gestión de página de internet	100.000	1.200.000
Publicidad directa (folletos presentación, manillas (1.000 u/ \$90.000 y tarjetas (8.000u/\$400.000)	600.000	7.200.000
Publicidad para promoción eventos en ferias, seminarios, etc. (pendones folletos presentación, manillas (1.000 u/ \$90.000 y tarjetas (8.000u/\$400.000)	1.200.000	2.400.000
Radio: pautas en Radio Uno	500.000	6.000.000
TOTAL	2.400.000	16.800.000

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Esta parte del documento analiza la capacidad que posee el parque temático para satisfacer eficientemente las necesidades de sus clientes, aquí se analiza claramente la capacidad de las instalaciones, así como de los servicios y productos ofrecidos. Concretamente se especifica en la cantidad de pasaportes que se pueden ofrecer, para llegar finalmente a la capacidad diseñada, instalada y utilizada.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. Para este proyecto se tendrá en cuenta la capacidad que posee el “Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela” en la prestación del servicio, en relación con el área dispuesta para los visitantes y las normas establecidas, como se muestra a continuación:

Tabla 27. Tamaño total del parque según espacio disponible

Área disponible a visitantes/día	Deposición espacio según ley	Habitantes día	Total visitantes año
5.550	1 m ²	5.550	2.025.750

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto. Los datos a tener en cuenta para establecer el tamaño serán tomados directamente del trabajo de campo realizado en el estudio de mercados y el entorno del proyecto. Para determinar el tamaño es necesario analizar varios factores que se detallan a continuación:

✓ **El tamaño del proyecto y la demanda:** Es importante tener en cuenta que la demanda está sujeta o tiene índices de crecimiento en épocas vacacionales

o fines de semana con festivo, en donde existen épocas altas, medias, y bajas. En los últimos años se ha venido desarrollando una campaña agresiva para posicionar a Colombia como destino turístico, actualmente algunos de los departamentos que se está destacando es Santander, que por su geografía crea un ambiente propicio para practicar diversos tipos de deportes extremos, además de la creación de un parque nacional como atracción mundial como es el parque PANACHI permite que se desarrolle el turismo como nunca antes. En conclusión la influencia que tiene la demanda sobre la definición del tamaño del parque temático es muy importante, pues este se debe proyectar a satisfacer completamente la demanda.

El análisis de la demanda anual el cual se determinó con base a los cálculos arrojados por el estudio de mercados, la proyección del 1,5% de crecimiento poblacional anual.

✓ **El tamaño del proyecto y los suministros e insumos:** Es de gran importancia para delimitar el tamaño del proyecto saber si se cuenta con los insumos y recurso humano de forma constante para desarrollar la actividad del Parque Temático y poder así prestar un servicio óptimo, los insumos serán comprados en Bogotá ya que hay mayor poder de negociación con los proveedores y los costos se disminuyen notoriamente.

El análisis de este ítem permite confirmar que el tamaño del proyecto desde el punto de vista de adquisición de suministros e insumos no es un limitante ya que estos se pueden adquirir con gran facilidad.

✓ **El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos:** Se toma como un factor que no es limitante ya que hace referencia a tecnología en cuanto maquinaria, equipos para el desarrollo de actividades programadas y por otra

parte el software o sistemas informáticos que a la final se condensan para dar un apoyo a la distintas áreas del parque como lo son la administrativa, comercial y de servicios, estando cada una de estas adecuada para cada necesidad.

Para el área administrativa y comercial se adecuarán equipos de cómputo y equipos de oficina que servirán para llevar de forma controlada la base datos, comunicación en red y apoyo en general de las diferentes actividades. Mientras que en la parte del servicio se ha adecuado la infraestructura con su temática diferente para el deleite y disfrute de los visitantes.

En este caso, el paquete tecnológico del proyecto está estructurado de acuerdo con la orientación dada por la profesional Sandra Patricia Blanco Barrera, administradora de empresas con experiencia en turismo y formulación de proyectos turísticos para Boyacá, encargada de liderar el proceso de implementación de la idea de negocio.

✓ **El tamaño del proyecto y la localización:** En este aspecto se tendrá en cuenta principalmente la ubicación, cercanía, que cuente con los servicios públicos, se tiene por objetivo un lugar donde verdaderamente satisfaga las necesidades y expectativas del cliente considerando la normatividad vigente.

Un factor que tiene de manera significativa tanto en la localización como en el manejo del Parque temático Cultural es el EOT, pues se trata de articular la estrategia al esquema de ordenamiento territorial, a los objetivos sociales, económicos y sectoriales para lo cual se implementara una estructura funcional especializada y competitiva que garantice la sostenibilidad económica.

✓ **El tamaño y el financiamiento:** El tamaño de un proyecto siempre se encuentra relacionado y depende de la capacidad financiera de los ejecutores del

De guías x turnos x horas laboradas x días/semana x semanas.

$$7 \times 1 \times 12 \times 7 \times 52 = 1.834.560 \text{ minutos anuales}$$

Para determinar la cantidad de recorridos al año fue preciso hallar el tiempo del recorrido tal como se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla 28. Duración de recorrido por guía

Proceso	Tiempo en minutos Por recorrido
Atención al cliente (venta del servicio)	15
Traslado a la estación 1	5
Estación 1: "Bienvenida a la "Región del Rio Suarez".	15
Control calidad para verificar mapas e instrucciones	5
Traslado a la estación 2	5
Estación 2: "Tradición Bocadillera"	30
Traslado a la estación 3	5
Estación 3: "Dulce senda panelera".	30
Traslado a la estación 4	5
Estación 4: "Danzas típicas de la "Región del Rio Suarez".	30
Traslado a la estación 5	5
Estación 5: "Juegos Autóctonos"	45
Traslado a la estación 5	5
Estación 6: "Restaurante Típico".	60
Traslado a la estación 5	5
Estación 7: "Parada Dulce	20
TOTAL MINUTOS	285
TIEMPO EN HORAS	4,75

Tomando como referencia los datos anteriores se tiene un total promedio de 1.834.560 minutos anuales. Así tomando en cuenta que cada servicio o recorrido cuenta con 285 minutos, se tendría un total de 6.437 recorridos al año, que cuentan con 10 pax o visitantes que equivaldría a 64.371 pax. Como se muestra a continuación

Tabla 32. Capacidad proyectada de ventas de pax por año

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Recorridos al año	30.653	31.112	31.579	32.053	32.534
% de la demanda	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%
% de la capacidad instalada	71,4%	72,5%	73,6%	74,7%	75,8%

3.2 LOCALIZACIÓN

Mediante este análisis se determina el lugar de ubicación final del proyecto, de tal forma que se optimicen los recursos y se logre la disminución de costos; en otras palabras se quiere que la ubicación geográfica sea un factor estratégico para el proyecto y que contribuya el éxito en los que a rentabilidad se refiere.

Bajo este escenario, se deben tener en cuenta variables como: el mercado del producto, inversión en arriendo o construcción, incentivos al desarrollo industrial, entre otros. De esta forma, este proceso se divide en dos fases, que corresponden a la macro localización, que consiste en la determinación de la región más óptima para el proyecto, y la micro localización que se refiere a la fijación del sitio específico donde la nueva empresa funcionara.

3.2.1 Macro localización (Geográfica). El “Parque Temático cultural del Bocado Veleño y la Panela” estará ubicado en el Municipio de Barbosa departamento de Santander, específicamente en la Región del río Suárez, sustentado por las siguientes razones:

El municipio de Barbosa está localizado en el extremo sur del departamento de Santander, en límites con el departamento de Boyacá, en la provincia de Vélez y Ricaurte, sobre la ribera del río Suárez entre las montañas que conforman la cordillera Oriental, a una distancia de la capital del país de 190 km y de

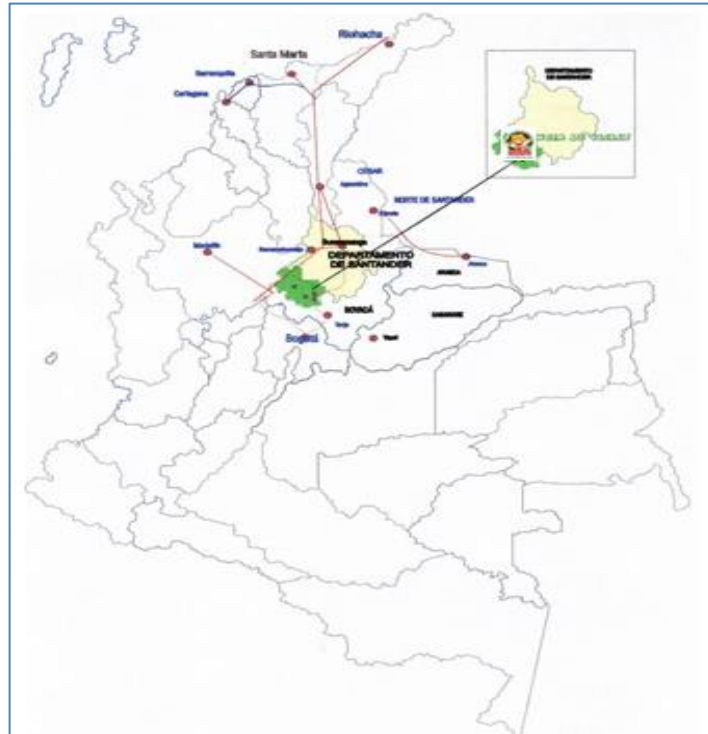
Bucaramanga a 214 km. Territorialmente posee una ubicación estratégica sobre la vía principal pavimentada nacional N°45 que comunica a Bogotá con Bucaramanga, por lo que a Barbosa se le conoce como la “Puerta de Oro de Santander”. La cabecera municipal de Barbosa está localizada sobre la margen izquierda del río Suárez. El área total del Municipio es de 46.43 km², de los cuales corresponden al área rural que se distribuyen entre los 1588 msnm, básicamente en el extremo norte del territorio, sobre el río Suárez, y los 2050 msnm en límites con Vélez, Güepesa. El municipio de Barbosa se comunica con Bogotá por Puente Nacional, Chiquinquirá, carretera pavimentada en su mayor parte y da inicio a la transversal del Carare (Puerto Berrio, sobre el río Magdalena).⁴⁰

Barbosa y la “Región del Rio Suarez” cuentan con dos cadenas productivas que son la Guayaba – bocadillo y la panela. El acompañamiento técnico para estas dos cadenas la realiza el Centro de Investigación CIMPA, ICA, SENA, UNAL, UIS, UPTC, la Corporación Colombia Regional – ONG y la Secretaría Técnica de la Guayaba.

El municipio de Barbosa es un importante puerto comercial dentro de la región, por su favorable desarrollo comercial, cuenta con variedad de hoteles, aproximadamente el 60% de los hoteles de la región, restaurantes, centros financieros, vías de acceso terrestre, cercanía a las ciudades de Tunja, Duitama, Sogamoso y Bogotá, y sumado a su conveniente condición climática, alta riqueza ambiental y paisajística han proporcionado las condiciones adecuadas para atraer una gran cantidad de turistas, convirtiendo la región en un mercado atractivo y potencial para el “Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y La Panela.

⁴⁰ ALCALDÍA DE BARBOSA SANTANDER. Nuestro Municipio. Disponible en internet: <http://barbosa-santander.gov.co/información_general.shtml>

Figura 39. Mapa de Barbosa Santander



Fuente: ALCALDÍA DE BARBOSA SANTANDER. Nuestro Municipio. Disponible en internet: <http://barbosa-santander.gov.co/información_general.shtml>

3.2.2 Micro localización. Para poder determinar la micro localización es indispensable tener en cuenta que se requiere de un terreno en el municipio de Barbosa, con un área total de 2 ha, para poder realizar las adecuaciones del Parque Temático con sus distintas estaciones y prestar un servicio óptimo, para ello se tuvo en cuenta los siguientes factores:

- ✚ Disponibilidad de un espacio adecuado
- ✚ Condiciones de vías de acceso
- ✚ Servicios públicos
- ✚ Impacto social
- ✚ Costo del terreno

Para determinar el sitio óptimo donde será situado EL Parque Temático cultural del Bocado Veleño y la Panela, en la ciudad de Barbosa se utilizó el método de asignación de puntos, considerando las opciones de ubicación que a continuación se describen.

Para la ubicación del parque se tuvieron en cuenta los siguientes predios:

Predio 1: Vía Barbosa Moniquirá, Finca Miraflores

Predio 2: vía Barbosa, finca la mana

Predio 3: Vereda bajo semisa, finca el Alto

Tabla 33. Descripción de los predios

DESCRIPCIÓN	PREDIO 1 FINCA MIRAFLORES	PREDIO 2 FINCA LA MANA	PREDIO 3 FINCA EL ALTO
UBICACIÓN	KM2 vía Barbosa Moniquirá	Km 1 vía Barbosa	Vereda bajo semisa
ÁREA	1.5 hectáreas	2 hectáreas	1 hectárea
SERVICIOS	Agua, luz, teléfono	Agua, luz, gas teléfono	Agua, luz

Los predios anteriormente seleccionados fueron revisados en planeación municipal, de acuerdo al plan de ordenamiento territorial del municipio de Barbosa, para lo cual no hay ninguna restricción, teniendo en cuenta que los tres predios se encuentran ubicados sobre vías principales y pavimentadas, para el montaje del Parque temático.

Los factores que se seleccionaron con el fin de ser evaluados y valorados por el método de puntos son:

Factor 1: Disponibilidad de un espacio adecuado: Viabilidad para conseguir un espacio adecuado, con el área requerida para la infraestructura diseñada.

Factor 2: Condiciones vías de acceso: involucra la existencia de fácil acceso y estado de las vías.

Factor 3: Servicios Públicos: costos de los gastos mensuales de los servicios públicos utilizados en el desarrollo de las actividades del parque.

Factor 4: Aceptación de la creación del Parque Temático Cultural por la comunidad.

Factor 5: Costo del terreno: se estimará si el costo del terreno es elevado, aceptable o económico.

- **División de los factores en grados**

F1: Disponible de un espacio adecuado:

Regular: terreno con alto relieve

Bueno: El terreno presenta pequeñas ondulaciones

Excelente: Terreno plano para de construcción y ondulaciones para zonas verdes.

F2. Disponibilidad de vías de acceso

Malo: Existe solo una vía de acceso, en mal estado y dificultad para acceder a la empresa.

Bueno: Existen entre dos a tres vías de acceso en regular estado

Excelente: Existen diferentes vías, en buen estado y excelente acceso a la empresa

F3. Servicios públicos:

Mala Disponibilidad: Se encuentra disponibles los servicios pero se requiere de inversión para su acondicionamiento.

Mediana disponibilidad: existe una infraestructura del servicio con ciertos requerimientos en acondicionamiento.

Buena disponibilidad: presenta una infraestructura adecuada para el correcto funcionamiento del Parque temático.

F4. Aceptación creación del Parque por la comunidad:

Malo: rechazo por la creación de parque Temático Cultural

Medio: aceptable la creación del parque Temático Cultural

Bueno: Excelente la creación del parque Temático Cultural

F5. Costo del terreno:

Regular: Muy Costoso Valor por hectárea entre \$250 mill a \$300mill

Medio: Costoso Valor por hectárea entre \$150 mill a \$200.mill

Bajo: Poco costoso Valor por hectárea entre \$50.mill a \$100.mill

Tabla 34. Ponderación de factores críticos

Factor	Factores o criterios	Puntaje		Ponderación
1	Disponibilidad de un espacio adecuado	45	110	22%
	Grado 1: Regular	85		
	Grado 2: Buena	110		
	Grado 3: Excelente			
2	Disponibilidad de vías de acceso	40	105	21%
	Grado 1: Malo	80		
	Grado 2: Bueno	105		
	Grado 3: Excelente			
3	Servicios Públicos	40	90	18%
	Grado 1: Mala disponibilidad	60		
	Grado 2: Media disponibilidad	90		
	Grado 3: Buena disponibilidad			
4	Aceptación del Parque por la comunidad	45	95	19%
	Grado 1: Malo	65		
	Grado 2: medio	95		
	Grado 3: Bueno			
5	Costos de terreno e infraestructura	35	100	20%
	Grado 1: Regular	60		
	Grado 2: Medio	100		
	Grado 3: Bajo			
Total			500	100%

Tabla 35. Determinación de la ubicación de la planta

Factor	Finca 1 Miraflores Km2 Vías Barbosa Moniquirá		Finca 2 La Mana Km 1 vía Barbosa		Finca 3 El Alto Vereda bajo Semisa	
	Grados	Puntos	Grados	Puntos	Grados Puntos	Punto
1	1	45	3	110	1	85
2	2	80	3	105	1	40
3	2	60	2	60	2	60
4	3	95	3	95	2	45
5	2	60	2	60	2	60
Total		340		376	290	

De acuerdo al anterior análisis de ponderación y a la calificación por puntos, se concluye que la mejor opción para la ubicación del "Parque Temático Cultural" es el predio ubicado en el km 1 vía Barbosa.

Figura 40. Plano casco urbano Barbosa



3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

A través de la ingeniería del proyecto se planifica el diseño óptimo para la prestación del servicio del "Parque Temático Cultural", los procesos y sus respectivos controles. Se cuenta con un paquete tecnológico avalado por la profesional Sandra Patricia Blanco Barrera, administradora de empresas con experiencia en turismo y formulación de proyectos turísticos para Boyacá.

3.3.1 Ficha técnica del servicio del parque. Esta ficha contiene la descripción del servicio y sus especificaciones técnicas.

Tabla 36. Ficha técnica del producto



<p style="text-align: center;">FICHA TÉCNICA "PARQUE TEMÁTICO CULTURAL DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA" Barbosa</p> 	
Servicio	Promoción de la cultura de la "Región del Rio Suarez".
Diseño	<p>El parque temático-Cultural ha diseñado de acuerdo a su capacidad y necesidades del cliente unas tarifas donde se ofrecerá un pasaporte que incluye diferentes actividades en un ambiente de conocimiento.</p> <p>Para la tarifa de cada pasaporte se tuvo en cuenta que la mayoría de la población viaja en familia, por ello las actividades van dirigidas hacia la integración de la misma.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Ruta de la tradición bocadillera ✚ Dulce senda de la caña panelera ✚ Danzas típicas de la "Región del Rio Suarez" ✚ Fonda Santandereana ✚ Juegos Autóctonos ✚ Parada del Copete

Tabla 36. (Continuación)

Descripción del servicio	Ofrece un recorrido en el cual encontrara toda la magia y la historia de la cultura del bocadillo veleño y la panela costumbres de una tradición que se extiende por toda la “Región del rio Suarez”, marco de un destino turístico - cultural que ofrece a los visitantes un espacio de sano esparcimiento.
Especificaciones Técnicas	Conocimientos generales sobre la Cultura Regional. Conocimientos generales sobre la función del guía de turismo cultural: -Conocimiento de legislación Turística. -Conocimiento del mercado Turístico. -Conocimiento sobre patrimonio cultural. -Habilidad para comunicar, orientar e informar. -Habilidad para conducción de grupos.
Vida útil	Por ser un servicio la vida útil se acaba cuando es disfrutado.
Normatividad	-Política de Turismo Cultural de Colombia y CONPES 3659. Reconoce las problemáticas que han atacado la industria cultural y creativa en el país. Hace un marco social e histórico sobre estas y las razones por las cuales no han podido crecer y reconoce la importancia del estado a la hora de darle oportunidades especialmente a las micro, pequeñas y medianas empresas culturales. Por esta razón se Reconoce el potencial competitivo aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo nacional, y alcanzar elevados niveles de productividad.
 C. 23637747 Administradora: Sandra Patricia Blanco Barrera T.P. 66624	

3.3.2 Descripción técnica del proceso. Durante el desarrollo comercial de venta del “Pasaporte mi cultura” se atenderá desde diferentes medios de contacto con el cliente, dentro de los que se encuentra internet, servicio telefónico o contacto personal ya sea con Asesores internos o externos, a continuación se describe el proceso del servicio cuando el cliente llega al parque temático cultural del Bocadillo Veleño y la panela.

- **Control de calidad inicial:** antes de dar ingreso a los clientes se realiza la verificación de las instalaciones, además de cada una de las estaciones, comprobando que se encuentren en condiciones óptimas para proceder a la prestación del servicio para garantizar que este se efectúe de forma segura y garantizando alta calidad. Dicha verificación estará a cargo del coordinador de servicio que es la persona encargada de velar por el buen estado de la infraestructura y áreas del parque en general.

- **Atención al cliente:** Llegada del cliente al parque donde su primer contacto será con el Asesor comercial, el cual le da la bienvenida y le ofrece el pasaporte “mi cultura”, en este paso se realiza la venta de servicio y se entrega la manilla.

Se le asesora sobre las diferentes actividades a desarrollar y se pregunta si son afiliados a caja de compensación o viene de forma independiente, se suministra un pasaporte donde está incluido un mapa para que el turista tenga un mejor enfoque sobre el servicio y al ingresar este le sirva de guía para las diferentes estaciones y así lleve un orden de recorrido. (15 minutos)

- **Traslado a estación 1:** después de realizar la venta del servicio el cliente ingresa al parque y se traslada a la estación 1 donde inicia su recorrido (5 minutos)

- **Estación 1: “Bienvenida a la “Región del Rio Suarez”.** En esta estación se da la bienvenida al parque al cliente y se dan las respectivas instrucciones sobre el uso del mapa, los lugares a recorrer y los aspectos de seguridad a tener en cuenta durante dicho proceso. (15 minutos)

- **Control de calidad:** este control busca verificar si los visitantes entendieron y asimilaron la información dada al inicio del proceso. (5 minutos)

- **Traslado a estación 2:** después de realizada la inducción del servicio el cliente inicia su proceso real de diversión y aprendizaje y se traslada a la estación 2 durante el traslado va recibiendo información previa importante que advierte sobre los que encontrara en el lugar. (5 minutos)
- **Estación 2: “Tradición Bocadillera”:** en esta estación los clientes conocerán información importante y de concedores sobre todo el proceso que se lleva cabo para la producción del bocadillo, el cual parte de la producción dela guayaba y finaliza con la elaboración del producto. Los clientes podrán hacer preguntas al final del proceso, para aclarar las dudas. (30 minutos)
- **Traslado a estación 3:** después de conocer el proceso de fabricación del bocadillo y su cadena de trazabilidad, el cliente se traslada a la estación 3 durante el traslado va recibiendo información previa importante que advierte sobre los que encontrara en el lugar. (5 minutos)
- **Estación 3: “Dulce senda panelera”.** En esta estación al igual que en la del bocadillo el cliente estará al tanto del proceso que implica la fabricación de la panela, partiendo desde el cultivo de la caña de azúcar. (30 minutos)
- **Traslado a estación 4:** después que el cliente conoce el proceso de fabricación de la panela y su cadena de trazabilidad, el cliente se traslada a la estación 5 durante el traslado va recibiendo información previa sobre el origen de las expresiones folclóricas que verán. (5 minutos)
- **Estación 4: “Danzas típicas de la “Región del Rio Suarez”.** En esta estación el cliente puede complacerse viendo a tres grupos que harán una presentación de las danzas típicas de la región. (30 minutos)

- **Traslado a estación 5:** finalizada la presentación de las expresiones folclóricas de la región, el cliente se traslada a la estación 6 donde encontrará los juegos autóctonos de la región, durante el traslado va recibiendo información previa sobre la historia y hechos que dieron origen a este tipo de juegos que han venido desapareciendo y son desconocidos para muchos. (5 minutos)

- **Estación 5: “Juegos Autóctonos”** en este lugar los clientes pueden ver y jugar juegos propios o autóctonos de la región, los cuales hicieron parte de la niñez de los padres y abuelos, antes del juego recibirán las instrucciones necesarias. (45 minutos)

- **Traslado a estación 6:** finalizada la experiencia de conocer y poder jugar juegos autóctonos, el cliente se traslada a la estación 6, durante el traslado va recibiendo información previa importante sobre los platos típicos de la región que pueden ser degustado en ese lugar. (5 minutos)

- **Estación 6: “Restaurante Típico”.** En este lugar el cliente encontrará platos típicos de la región que podrá adquirir y degustar según su preferencia y presupuesto. (60 minutos)

- **Traslado a estación 7:** después de degustar los platos típicos de la región, se trasladarán a la estación 7 para adquirir el postre típico de guayaba o de panela. (5 minutos)

Estación 7: “Parada Dulce: en esta estación los visitantes podaran degustar los dulces propios de la región que son realizados a base de panela o guayaba, los cuales son típicos de la zona. (20 minutos)

- **Finalización del Recorrido-Pasaporte:** El cliente termina el recorrido y puede seguir disfrutando del parque, satisfecho con el servicio prestado; después la información del cliente se archiva con el objeto de llevar control y para requerimientos futuros.

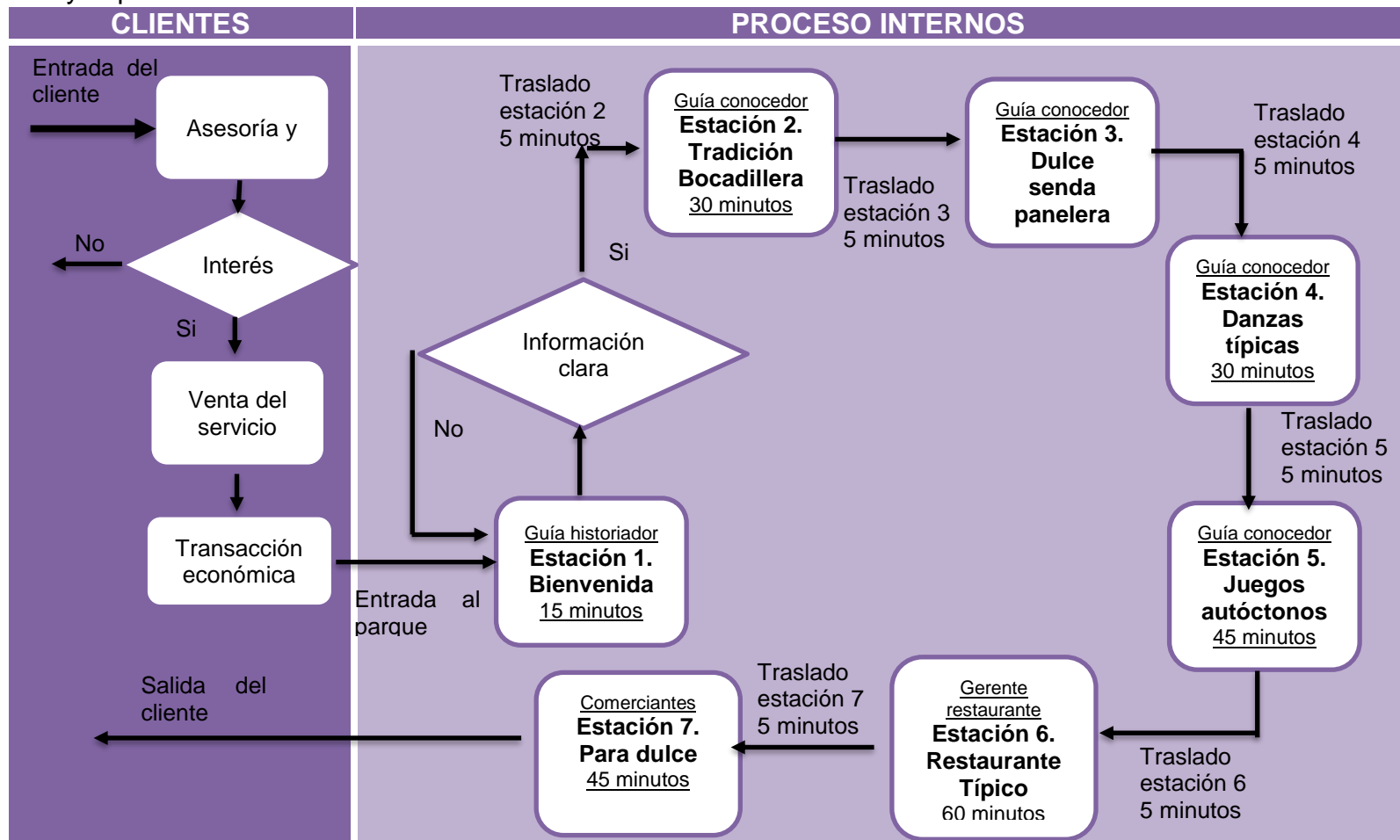
3.3.3 Diagrama de prestación del servicio. Este diagrama evidencia gráficamente los procesos o pasos que se llevan a cabo para poder prestar un servicio eficiente (Ver grafica 41).

3.3.2.1 Manejo de desechos. Teniendo en cuenta que el éxito de las actividades desarrolladas por la empresa, dependen del estado y mantenimiento en que se encuentren las instalaciones del parque, se informara a los turistas que es obligación de ellos el reciclar y almacenar los residuos sólidos en los lugares indicados, acogiéndose a los programas implementados por los prestadores del servicio; los residuos que se generen deben ser recogidos y depositadas en lugares apropiados y destinados para ellos.

3.3.4 Control de calidad. El Parque Temático del Bocado Veleño y la panela implementará las siguientes normas para certificar la calidad en los servicios a prestar y una vez definido el concepto de calidad lo siguiente será ver cómo se puede conseguir esa calidad, es decir cómo se puede gestionar la calidad, dentro de ellas se considerarán los siguientes aspectos:

- Como empresa
- Talento humano, tanto personal de base como directivos
- Elementos materiales, materias primas, equipos e instalaciones
- Entorno del destino donde se ubica la empresa turística

Figura 41. Flujograma general del proceso de prestación del servicio del "parque temático cultural del bocado veleno y la panela"



Respecto a la empresa:

Servicio al cliente: el servicio al cliente es lo más importante en la empresa, se prestará el servicio con calidad humana y calidad técnica para que el cliente se sienta satisfecho y con deseo de volver a visitar el Parque en un futuro, cumpliendo con los tiempos en las estaciones.

Respecto al personal: en este caso se tiene en cuenta:

- ✓ Verificar los documentos y tarjetas profesionales que estén vigentes del recurso humano
- ✓ Los trabajadores deberán realizarse exámenes médicos semestralmente para verificar que estén en buen estado de salud.
- ✓ Hacer parte de los programas de capacitación de la empresa mínimo uno semestral

Herramientas y equipos: Se verificará el estado de las herramientas y equipo antes de cada actividad por parte del líder operativo y el guía a cargo, se realizará semanalmente mantenimiento preventivo.

CONPES 3659 Fomento a las Industrias Culturales: Este CONPES reconoce la problemática que han atacado a la industria Cultural y Creativa en el país. Hace un marco social e histórico sobre estas y las razones por las cuales no han podido crecer y reconoce la importancia del Estado a la hora de darle oportunidades especialmente al micro, pequeñas y medianas empresas Culturales. Por esta razón se sacó una Política Nacional para el Desarrollo de las Industrias Culturales.

A través de esta política se establecen los siguientes objetivos: aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales, aumentar su participación en la generación del ingreso y empleo nacionales, y alcanzar elevados niveles de

productividad. Además se estructuraron cinco líneas estratégicas orientadas a superar los obstáculos que existen en la circulación de los productos de estas industrias y ampliar el acceso al financiamiento. Cada estrategia está atada a un eje problemático previamente definido.

3.3.5 Recursos. Estos recursos están representados por los equipos, herramientas y talento humano que hace posible el desarrollo efectivo del parque y garantiza la prestación del servicio dentro de un contexto de calidad.

3.3.5.1 Talento humano. Se observa que en lo que respecta a la contratación de mano de obra directa e indirecta hay gran disponibilidad de personal capacitado e idóneo en la ciudad para el desarrollo de diferentes actividades dentro del proceso de prestación del servicio del parque temático es por esta razón que se puede seleccionar los mejores perfiles de los empleados.

El parque Temático contara con el personal operativo necesario para mantener las instalaciones del parque en óptimas condiciones para el disfrute y agrado de sus visitantes así mismo contara con guías culturales y el recurso humano necesario en el área administrativa para asegurar el manejo adecuado de los recursos y así fortalecerse y mantenerse en el mercado.

Tabla 37. Personal operativo

Cargo	No de personas	Especificación del cargo
Guía turístico	7	Son las personas encargadas prestar el servicio directo al visitante, realizan la guía y dan información y explicaciones en cada estación
Coordinador de Servicio	2	Es la persona encargada de coordinar y dirigir el trabajo de los guías, es directamente responsable de que el servicio sea de calidad
Aux. mantenimiento	1	Persona encargada de mantener en funcionamiento el parque, verificando que las estaciones óptimas condiciones físicas y mecánicas
Aux. Servicios Generales outsourcing	2	Son las personas encargas de mantener la limpieza e higiene en todas las instalaciones del parque
Vigilancia outsourcing	2	Son las personas encargados de la seguridad del parque

Tabla 38. Personal administrativo

Cargo	No de personas	Especificación del cargo
Gerente	1	Es la persona encargada de representar, dirigir y tomar las decisiones de la empresa.
Auxiliar Contable – Secretaria	1	Es la persona encargada de la asistencia y el control contable de la empresa.
Contador	1	Es una persona por prestación de servicios que se encarga de la información financiera de las empresas
Asesor comercial	1	Es el que promociona y vende el servicio
Profesional administrativo y gestión humana	1	Es el encargado de gestionar el talento humano de empresa

3.3.5.2 Recurso físico. Hace referencia a los recursos necesarios para la prestación del servicio del parque temático como lo es la distribución de la infraestructura de las diferentes estaciones por donde los visitantes realizaran su recorrido.

Tabla 39. Terrenos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Terreno dispuesto para el “Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela	2 Hectáreas	El “parque Temático Cultural” estará ubicado en el km 1 vía Barbosa, el cual cuenta con todos los servicios para el buen desarrollo de las actividades del parque, así mismo ofrece excelentes vías de acceso para los visitantes.

Maquinaria y equipo: para el correcto funcionamiento del Parque Temático cultural del Bocado veleño y la panela se requiere las herramientas, equipos y maquinaria que se describe a continuación:

Tabla 40. Maquinaria y equipos







DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ESPECIFICACIÓN
Cortacésped	1	 <p>Marca: Condustrial MTD 11A – B24T360</p>
Hidro lavadora	1	 <p>Marca: Anovu Reverberi AR620 3.5HP/2.6KW</p>
Torniquetes con panel de acceso	2	 <p>TS 1222 Marca ZXTECO</p>
Generador Planta Eléctrica	1	 <p>voltajes de 127/220 volts, y generando una potencia desde 100 KVA hasta 450 KVA</p>
Caja Registradora Casio Pcr S700	1	
Cafetera Hamilton Beach Estación 40-tazas Cafe , Plata	1	

Tabla 41. Equipos de cómputo y telecomunicaciones

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
COMPUTADOR COMPAQ	4	 <p>COMPAQ 18-4221la Intel Celeron RAM 2gb</p>
IMPRESORA	2	 <p>Multifuncional HP 2645 - Copia, imprime, escanea, Fax.</p>
Equipo celular Huawei	2	 <p>Ascend Y330 Cámara 3mpx Android 4.2 Ram 512mb 4gb</p>
Radio De Comunicación Motorola Md200 (por 2 unidades)	4	
Lamina táctil LCD	1	 <p>Film Interactivo – Polímero electrónico</p>

Tabla 42. Herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Equipo de Herramientas de Jardinería	1	
Azadón Para Jardín Ames Mango De Madera	2	
Rastrillo 14 dientes 1.2m m/madera Tramontina	2	
Pala redonda No. 4 con cabo 68036 Colima	2	
Carretilla	2	 <p data-bbox="1123 1612 1474 1684">10 pies cúbicos llanta reforzada</p>

Tabla 43. Muebles y enseres generales

CONCEPTO	CANTIDAD
Carro De Limpieza + Balde Escurridor 25 Lt + Señal De Prevención Rubbermaid	2
Punto Ecológico Papel Cartón No Reciclable 121 Lt Estra	4
Caneca Pedal 20 Lt Rimax baños	6
Caneca Pedal 20 Lt Curver oficina	3
Kit Escoba + Trapero + Recogedor Melody	6
CAFETERÍA	
Set de ollas	1
Set de cafetería	1
ÁREA ADMINISTRATIVA	
Caneca Pedal 20 Lt Curver oficina	3
Caneca Pedal 20 Lt Rimax baños	2
Escritorio Napoles Madera Aglomerada 74x120x50cm Wengue Moduart	2
Centro de Trabajo en L Artis 3 Cajones 73.3x170x150 cm Caramelo Maderkit	2
Archivador 3 Cajones 47.5 x 45 x 102.5cm	1
Silla Presidente Negra	4
Sillas interlocutoras plastica	8
Silla Tandem Isoceles Plástico 4 Puestos Negro Industrias Cruz	2
Sofa esquinero eco-cuero	1
Enseres para aseo y mantenimiento de las oficinas	1
Otros	1

Tabla 44. Juegos típicos

CONCEPTO	CANTIDAD
Cancha De tejo Plastilina + 6 Tejos + Pisador	2
Cancha De Mini tejo Plastilina + 6 Tejos + Pisador	4
Juego de canicas	1
Juego de bolos en madera	4
Trompos	10

3.3.5.3 Recurso de insumos. Estos recursos están representados por los productos que integran el servicio prestado por el parque temático cultural dentro de estos encontramos los siguientes.

Tabla 45. Materiales

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD MES	CANTIDAD AÑO
Manilla de seguridad tyvek	Unidad	2.554	30.653
Mechas de tejo * 2 docenas	Unidad	172	1.845
Mapas	Unidad	2.554	30.653
Recordatorios del parque (caja de bocadillo miniatura o de panelas y derivados)	Unidad	2.554	30.653

Insumos: Servicio de agua, luz, gas, parabólica, internet, telefonía fija y móvil y computadores

Tabla 46. Insumos de aseo y mantenimiento

ÁREA	ELEMENTOS DE ASEO
Área de prestación el servicio del parque	Limpiador magistral desinfectante pino 3000ml
	Jabón liquido capibell antibacterial avena 3000ml (2 un)
	Deterg polvo ak-1 floral 4500g
	Paca papel higiénico elite jumbo ecológico 250mx4u
	Toallas de papel
	Bolsa para basura
Área administrativa	Limpiador magistral desinfectante pino 200ml
	Jabón líquido capibell antibacterial avena 1000ml (2 un)
	Deterg polvo ak-1 floral 1000g
	Paca Papel Higienico Elite Profesional Triple Hoja 20mx24u
	Toallas de papel
	Bolsas de basura

Tabla 47. Dotaciones personal operativo

CONCEPTO	CANTI-DAD X DOTACIÓN
Overol en dril color azul petróleo	3
Botas caucho color amarillo	3
Guantes de caucho negro C.35	3
Guantes de carnaza	3
Tapabocas Industrial	3
Cascos de protección	3
Delantal de caucho negro	3
Gorras blancas	14
Botas punta de acero	7
Pantalón en dril color rojo	7
Camiseta tipo polo color blanco	14
Pantalón en dril color beige	7

3.3.6 Análisis de Proveedores. Teniendo en cuenta los requerimientos necesarios para la prestación del servicio del parque temático se analizó y concluyó que el municipio de Barbosa por su ubicación estratégica y facilidad en vías de acceso se facilita para negociar con proveedores de diferentes ciudades esto con el fin de reducir costos y contar con material de primera mano para garantizar calidad y satisfacción a los clientes.

Papelería y publicidad: Se tendrán proveedores en cuanto a insumos de pasaportes y publicidad en general requerida para brindar un buen servicio.

Danzas Típicas: Se contratarán grupos musicales de la Región para la representación de la cultura en cuanto a danzas típicas, los cuales se contactaron por medio de entrevistas y se realizó la selección de tres grupos los cuales serán los encargados de prestar el servicio, para esto se tuvo en cuenta que cumplan

con la disponibilidad y los requisitos exigidos para brindar un servicio de calidad que resalte la cultura de la región.

Tabla 48. Análisis de proveedores

PRODUCTO	PROVEEDOR	DISPONIBILIDAD	FORMA DE PAGO
Pasaportes y publicidad	Impresiones Jmar Ltda. Ubicada en Tunja Boyacá	Si	Contado
Juegos Autóctonos	Rincón de mi Tierra S.A.S Ubicada en el Municipio de Vélez Sder.	Si	Contado
SERVICIOS INDIRECTOS			
Bailes Típicos de la Región	-Grupo Ubaza -Grupo Arte Musical -Grupo Danza Región	Si	Contado

Proveedores por subcontratación de servicios

El Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela, está interesado en otorgar a título de concesión la operación del servicio del restaurante, y la estación de dulces típicos para la comunidad de sus visitantes. Para ello ha dispuesto un área aproximada de 500 metros cuadrados para la parada dulce y un área de 600 metros cuadrados para el restaurante, ubicado en el Km 1 vía Barbosa.

Se realizaron entrevistas y se verificó la posibilidad de hacer alianzas comerciales con las siguientes empresas:

Tabla 49. Análisis de proveedores

ESTACIÓN	PROVEEDOR	DISPONIBILIDAD	CONTRATO
Tradición bocadillera	Empresas productoras de bocadillo	Si	Por Licitación
Dulce senda panelera	Empresas productoras de panela	Si	Por Licitación
Parada Dulce	Empresas productoras o comercializadoras de bocadillo o panela y sus derivada	Si	Por Licitación
Restaurante Típico	Restaurantes tipos de la región.	Si	Por Licitación

Documentos de la propuesta

Documentos habilitantes de orden jurídico

- Certificado de la Cámara de Comercio de Existencia y representación legal si se trata de persona jurídica.
- El proponente debe acreditar el cumplimiento de las obligaciones frente al sistema de seguridad social y parafiscales de sus empleados (Artículo 50 ley 789 de 2002 y 828 de 2003).
- Presentar fotocopia de RUT.
- No poseer multas y/o sanciones impuestas por cualquier entidad estatal en los dos últimos años, que se verificará por la información que presente el proponente o por los informes de las entidades contratantes
- No encontrarse en ninguna de estas situaciones: cesación de pagos, embargos judiciales, liquidación o cualquier otra circunstancia que justificadamente permita a la Institución presumir incapacidad o imposibilidad jurídica, económica, moral o técnica del proponente para cumplir el objeto del contrato en el caso de que le sea adjudicado.
- Carta de presentación de la propuesta, firmada por el representante legal de la firma.

- Fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal.

Documentos habilitantes de experiencia

- Demostrar experiencia no menor de cinco (5) años en ejecución y cumplimiento de contratos con un objeto similar, con entidades públicas o privadas.
- Aportar certificados de las empresas con las cuales ha ejecutado contratos similares, en donde conste la fecha de firma de los mismos, objeto del contrato, tiempo de ejecución, valor del contrato y demás elementos relevantes del contrato suscrito.

Documentos habilitantes de la organización

- Dirección de la entidad, tipos de contratos de trabajo y relación resumida del personal a cargo relacionando tiempo de servicio.
- Fotocopia de la planilla de pago de la seguridad social, de los últimos tres (3) meses.

Condiciones de orden técnico que deberá garantizar el proponente

- Llenar los formularios que detallan los requerimientos de la propuesta, debidamente firmado por el representante legal de la empresa.
- El oferente deberá garantizar que en caso de ser adjudicado de la presente contratación, cumplirá con los términos y plazos establecidos.
- Deberá garantizar igualmente que los equipos cuentan con garantía de calidad por un término no inferior al término de la concesión, más un año.

- El proponente a quien se adjudique esta negociación, se compromete a mantener y a realizar las reposiciones de los equipos y amueblamiento con que presta el servicio, durante todo el tiempo de la concesión.
- El proponente deberá cumplir con los cronogramas propuestos durante todo el tiempo de la concesión, tanto en la parte técnica, como operativa.
- La adjudicación del objeto de la licitación, se dio a las empresas descritas a continuación, donde se adjudicó el servicio de restaurante y parada dulce, realizando el contrato que los presenta como la mejor propuesta.

3.3.7 Distribución de planta. La distribución de la planta del Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela se realizó teniendo en cuenta aspectos de fácil acceso, seguridad y agilidad para que se puedan desarrollar las distintas actividades acordadas en el recorrido y con el objeto de proporcionar adecuadas formas de trabajo y utilización pertinente del espacio

Tabla 50. Medidas de distribución de planta

DISTRIBUCIÓN PARQUE	DIMENSIÓN	ÁREA
Área administrativa	10 x 12 mts	120 mts
Bienvenida	22 x 15 mts	330 mts
Ruta de la tradición Bocado	25 x 25 mts	625 mts
Dulce senda de la caña panelera	25 x 25 mts	625 mts
Danzas típicas	20 x 10 mts	200 mts
Restaurante típico	30 x 20 mts	600 mts
Juegos autóctonos	30 x 20 mts	600 mts
Parada dulce	25 x 20 mts	500 mts
Parqueadero	50 x 40 mts	2000 mts
Batería de baños	10 x 10mts	20mts
Cuarto de herramientas	10 x 5 mts	50mts
Depósito de basura	7 x 5 mts	35mts
Zonas verdes	50 x 18mts	2400mts

Las instalaciones del Parque Temático Cultural se adecuarán de la siguiente manera.

Área Administrativa: esta zona contara con el espacio suficiente para que se puedan desarrollar todas las funciones y procesos administrativos, de acuerdo con las existentes se contara con un área de 80mts² distribuidos en una zona de Gerencia, y seis puestos de trabajo según la necesidad

Bienvenida: Contara con una estructura hecha en concreto y el techo en membrana de geo textil americana, los pisos serán en porcelanato y muros en vidrio, se adecuará una batería de baños para brindar mayor comodidad a sus visitantes.

Ruta de la tradición bocadillera: Esta zona tiene un área de 400mts es un área diseñada con espacios seguros y adecuados para la puesta en marcha de un prototipo a escala donde se podrá evidenciar el proceso de elaboración del Bocado.

Tendrá una estructura en columnas en concreto, cubierta de ángulo de dos pulgadas y cercha, teja súper laminada 90 industrial, los pisos serán en tableta de gres grafilada antideslizante.

Dulce senda de la caña panelera: es un área de 400 mts diseñada con espacios seguros y adecuados para la puesta en marcha de un prototipo a escala donde se podrá evidenciar el proceso de elaboración de la panela.

Danzas típicas: es un escenario que tendrá un área de 120mts.

Restaurante Típico: consta de un área de 400mts².

Presenta las siguientes características:

Área de cocina, mesones en acero inoxidable, se utilizará ladrillo a la vista prensado el piso de área de servicio será en porcelanato.

Juegos autóctonos: contará con un área de 400 mts en los que se podrá disfrutar de un ambiente al aire libre en la cual podrán aumentar la motivación e integración entre las familias y amigos, además brinda a sus visitantes gran diversidad de juegos.

Parada dulce: tendrá un área 360mts² donde se venderán productos típicos de la región Se adecuará una plazoleta que presenta las siguientes características. Techo en lana aerodinámica con tubería metálica de 2 y 3, los pisos de la plazoleta serán en gravilla mona suelta.

Batería de baños: Contará con área de 30mts esta construcción estará disponible para la comodidad de los visitantes.

Parqueadero: será delimitado en las orillas con sardineles y área restante será pavimentada, con sus respectivos espacios demarcados con pintura reflectora amarilla, el área disponible es de 1000 mts².

Cuarto de Herramientas: En este se almacenan las herramientas y equipos necesarios para adecuar las instalaciones para prestar un servicio óptimo, este cuarto cuenta con un área de 12mts²

Depósito de basura: esta área será construida en ladrillo prensado, techos en teja termodinámica, en la parte interna tendrá módulos para separación de basuras

Zonas Verdes: los senderos y zonas verdes serán en piedra laja y demarcados con plantas ornamentales

Figura 42. Distribución plano de planta parque temático cultural del Bocado Veleño y la panela

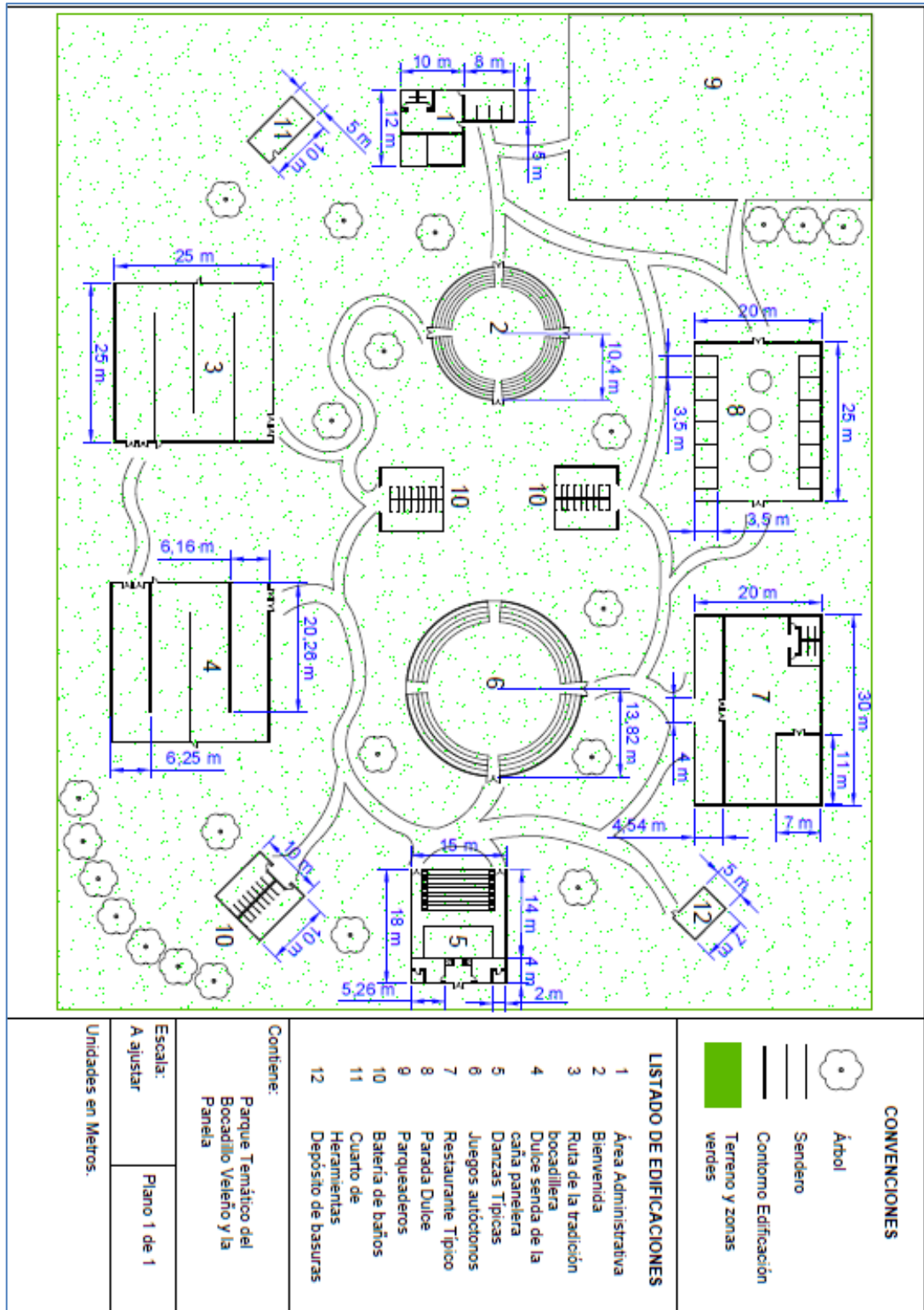


Figura 43. Distribución vista de la planta parque temático cultural del Bocadoleño y la panela



Figura 44. Plano estación 1 : “Bienvenida a la “Region del Rio Suarez”



Figura 45. Plano estación 2: “Tradicion Bocadoillera” y estación 3: “Dulce senda panelera”



Figura 46. Plano estación 4: “Danzas típicas de la “Región del Rio Suarez”



Figura 47. Plano estación 5: “Juegos Autoctonos”



Figura 48. Plano estación 6: “Restaurante Típico”



Figura 49. Plano estación 7: “Parada Dulce”



4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

4.1.1 Tipo de empresa. El Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela se constituirá como una sociedad por acciones simplificadas SAS la cual le permite a los empresarios fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad, de acuerdo con sus intereses. Esto les garantiza contar con unos estatutos flexibles que pueden ser adaptados a las condiciones y requerimientos especiales de cada empresario.

La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a la sociedad anónima.

4.1.2 Constitución de la empresa. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes, para el Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela, la sociedad estará conformada por un grupo de 10 socios, de los cuales 2 son los autores del proyecto y se regirá bajo la ley 1258 de 2008 de Sociedades por Acciones Simplificadas S.A.S, de diciembre 5 de 2008

4.1.3 Procedimiento para la constitución. Teniendo en cuenta que todas las personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades comerciales y civiles pueden constituirse formalmente mediante la figura de la S.A.S. No importan que sean nacionales o extranjeros; ni que sean micros, pequeños, medianos, o grandes empresarios, la sociedad por acciones simplificada se creará mediante

contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio.

Antes del 2008 la creación de una empresa presentaba serios retos para los emprendedores: por ejemplo encontrar socios para cumplir con el mínimo requerido para el tipo de sociedad elegida, o realizar una gran cantidad de trámites. Con la Ley 1258 de 2008 se creó la figura de las sociedades por acciones simplificadas (SAS). Brindando muchas ventajas y facilidades al proceso de constitución. Los pasos específicos para la creación de una S.A.S:⁴¹

1- Consultar nombre en el RUES: Lo primero es consultar en el Registro Único Empresarial y Social (RUES) para verificar que no exista otra empresa con el nombre que desean registrar. Solo hay que entrar a www.rues.org.co y escribir la razón social.

2- Preparar la papelería. Los documentos necesarios para la constitución son:

- Documento privado de constitución
- PRE-RUT
- Fotocopia de la cédula del representante legal
- Formulario único empresarial

El documento privado de constitución, son los estatutos de la compañía donde se define la estructura de la organización. Para redactarlo se puede buscar un formato y adecuarlo a las características de la empresa.

⁴¹ PUC. Cómo constituir una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Disponible en internet: <<http://puc.com.co/p/como-constituir-una-sas>>

El PRE-RUT se diligencia en la página web de la DIAN, seleccionando la opción Inscripción RUT y luego cámara de comercio. El sistema le informará que si ya había realizado el proceso y guardó un borrador del documento, puede escribir el número del formulario para continuar con la edición. Pero como apenas se va a crear, solo hay que dar clic en continuar dejando el campo de formulario en blanco.

El formulario único empresarial se adquiere en la cámara de comercio, se debe llenar con todos los datos de la empresa.

3- Inscripción en la cámara de comercio: Luego hay que ir a la cámara de comercio con toda la papelería y realizar el registro. Si todo está en orden le cobrarán los derechos de inscripción junto con los demás costos de constitución. Le dirán que el proceso tarda aproximadamente un día y le indicarán cuando debe volver. Algunas cámaras notifican el radicado por medio de mensaje de texto o por correo electrónico.

Cuando se haya completado, le entregarán una versión preliminar de la matrícula mercantil la cual servirá para crear la cuenta de ahorros. También le darán una segunda versión del PRE-RUT.

4- Crear cuenta de ahorros: Con la papelería debe ir a una entidad financiera para crear una cuenta de ahorros a nombre de la empresa. Dependiendo de las políticas del Banco, deberá presentar diferentes documentos. La mayoría pedirá el balance inicial, así que tengan cerca el teléfono de su contador.

Le entregarán una carta dirigida a la DIAN, donde certifican y detallan la existencia de la cuenta.

5- Tramitar el RUT definitivo: Ahora es necesario ir a la DIAN para diligenciar el RUT definitivo. Necesitará: la cédula del representante legal con su respectiva copia, la versión previa del registro mercantil y la constancia de titularidad de la cuenta de ahorros (suministrada por el banco en el paso 4).

En este punto, todavía NO es posible expedir la resolución de facturación, pues necesita tener la matrícula definitiva.

6- Tramitar el registro mercantil definitivo: Con el RUT podrá terminar el registro en la cámara de comercio. El proceso es simple, y al completarlo ya podrá solicitar copias de la matrícula mercantil.

La empresa ya está totalmente constituida, solo falta realizar el paso 7 para poder facturar.

7- Resolución de facturación y firma digital: Para solicitar la resolución de facturación se necesita llenar un formulario que puede ser descargado en la página de la DIAN, llevar la cédula del representante legal (original y copia), y el registro mercantil definitivo.

Es conveniente aprovechar para solicitar la firma digital y así dejar todo listo.

Conclusión: Con una buena planificación y contando con la documentación necesaria, se puede constituir una SAS entre 3 y 4 días. En el primer día se realiza el registro en la cámara de comercio (paso 1, 2 y 3), el siguiente se crea la cuenta de ahorros (paso 4); el tercer día se puede completar el trámite del RUT definitivo junto con el registro mercantil (paso 5 y 6). Finalmente, se podría utilizar un cuarto día para solicitar la resolución de facturación y la firma digital (paso 7).

- **Trámite ante la administración municipal.** Permiso de Planeación Municipal. Este permiso es el documento que permite a todos los establecimientos comerciales, industriales o de servicios ejercer su actividad en un espacio determinado y de acuerdo a lo que planea el Plan de Ordenamiento Territorial (POT).

Para obtener el permiso municipal se requiere los siguientes documentos:

- Copia del Registro Mercantil expedido por la Cámara de Comercio.
- Paz y salvo de la tesorería Municipal del pago de impuestos de industria y comercio y predial.
- Certificado de permiso de uso por parte de Planeación.

- **Afiliación a Régimen de Seguridad Social:** Como requisito previo e indispensable a la iniciación de las actividades de cualquier trabajador, deberán registrar su inscripción en el correspondiente Régimen del Sistema de la Seguridad Social. El trabajador elegirá su entidad prestadora del servicio y el empleador diligenciará los formularios correspondientes de inscripción tanto de la empresa como del trabajador.

- **Cajas de compensación familiar:** Son beneficiarios los trabajadores de carácter permanente afiliados al Régimen del Subsidio Familiar, con remuneraciones hasta de cuatro (4) veces el salario mínimo legal vigente y con personas a cargo, por las cuales tienen derecho a percibir la prestación del Subsidio Familiar en dinero. Se destina un porcentaje del 4% del valor total de la nómina.

- **Afiliación al fondo de pensiones y cesantías:** Los fondos de pensiones son el ahorro de los afiliados, el cual está compuesto por los aportes realizados por el empleador o por el trabajador y los rendimientos que dichos recursos

generan. Cada afiliado tiene a su nombre una cuenta de ahorro individual que junto con otras cuentas conforman lo que se conoce como Patrimonio Autónomo, lo que significa que los recursos administrados son de los afiliados y no hacen parte de la sociedad que los administra (la AFP).

- **Los afiliados también deben ser participantes activos en la administración de sus recursos y por ello las AFP les ofrecen la posibilidad de elegir entre tres fondos de pensiones existentes:** el de Mayor Riesgo, el Moderado y el Conservador; y entre dos portafolios de cesantías: el de Largo Plazo y el de Corto Plazo, según la edad y perfil de riesgo de cada afiliado.

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

La cultura organizacional del Parqué Temático Cultural del Bocadillo y la panela se identificará por incluir sus valores, creencias, comportamientos y liderazgo a nivel de alta gerencia creando así un conjunto de oportunidades que serán su mayor fortaleza como empresa.

4.2.1 Visión. “El Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela SAS” para el 2021 se consolidará como una empresa líder en posicionar y promocionar la cultura del Bocadillo Veleño y la panela como uno de los principales destinos de turismo cultural en el mercado nacional e internacional.

4.2.2 Misión. “El Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela SAS” está comprometido en dar a conocer y promover de forma innovadora y creativa la cultura de la Región del Río Suárez, en especial la Cultura del Bocadillo Veleño y la Panela y el sano aprovechamiento de tiempo libre de las familias colombianas. Para lograr esto, ha comprometido su recurso humano para contribuir a la

obtención de altos niveles de calidad en la prestación del servicio y así ganar la satisfacción de los visitantes.

4.2.3 Objetivos. Para el 2017 - 2020, la formulación estratégica de Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela PANECA están integradas por los siguientes objetivos:

- Posicionar y promocionar la región del río Suarez como uno de los principales destinos de turismo cultural en el mercado nacional e internacional.
- Fortalecer la infraestructura y el desarrollo por el turismo cultural, garantizando así la permanencia de valores, identidad y las tradiciones que no solo proporcionara un beneficio económico a la región, sino la sostenibilidad del patrimonio.
- La empresa buscara alcanzar altos niveles de productividad que asegure su rentabilidad.
- El cliente es el principio y fin de nuestra actividad. El objetivo fundamental es la satisfacción plena de las necesidades y expectativas de nuestros clientes internos y externos.
- Buscará la introducción de técnicas y sistemas administrativos que promuevan el mejoramiento de la productividad laboral, flexibilizando la empresa para hacerla cada vez más ágil y competitiva.
- Desarrollar y mejorar el nivel profesional y educativo del talento humano de la empresa será un objetivo permanente de la empresa

4.2.4 Políticas de la empresa

4.2.4.1 Políticas de Personal. La gestión de Recursos Humanos está dirigida a satisfacer las necesidades del Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela "PANECA"; La iniciativa de identificar y establecer políticas, tiene además la finalidad de permitir a sus integrantes y trabajadores encausar sus

iniciativas, fomentar el trabajo en equipo, de tal forma se integre y coordine los esfuerzos de todas las áreas de la empresa en una misma dirección, dentro de un marco de confianza el mismo que es fundamental seguir para cumplir con los objetivos que se trace la administración.

La gestión de las personas es orientada a través de un conjunto de políticas basadas en los siguientes principios:

- Desarrollo profesional;
- Igualdad de oportunidades;
- Creación de nuevas competencias a través de un modelo de formación continua;
- Seguridad y salud;
- Libertad de expresión;
- Implicación de los colaboradores en actividades de investigación.
- Respeto de los Derechos Humanos consagrados por los principales
- Convenios internacionales;
- Un buen clima de trabajo centrado en el desarrollo de las relaciones humanas;
- Realización profesional y social;
- Capacidad de iniciativa y creatividad;
- No discriminación.

4.2.4.2 Políticas de Compra. La política de compras tiene como objetivo construir una base sólida de proveedores y colaboradores que facilite a la empresa la adquisición de bienes y servicios en las mejores condiciones posibles.

- Precio.
- Calidad.

- Plazo de entrega.
- Comunicación y colaboración.
- Nivel de servicio.
- Capacidad técnica y productiva.

4.2.4.3 Políticas de venta. Las políticas de ventas para el parque son:

- Toda persona que ingrese al parque debe cancelar el brazalete “mi cultura”
- Los precios ofrecidos por la empresa serán competitivos en el mercado por precio, calidad y servicios.
- Mediante medios de comunicación se dará a conocer los servicios ofrecidos por la empresa, dentro de ellos: página de internet, pasaporte.

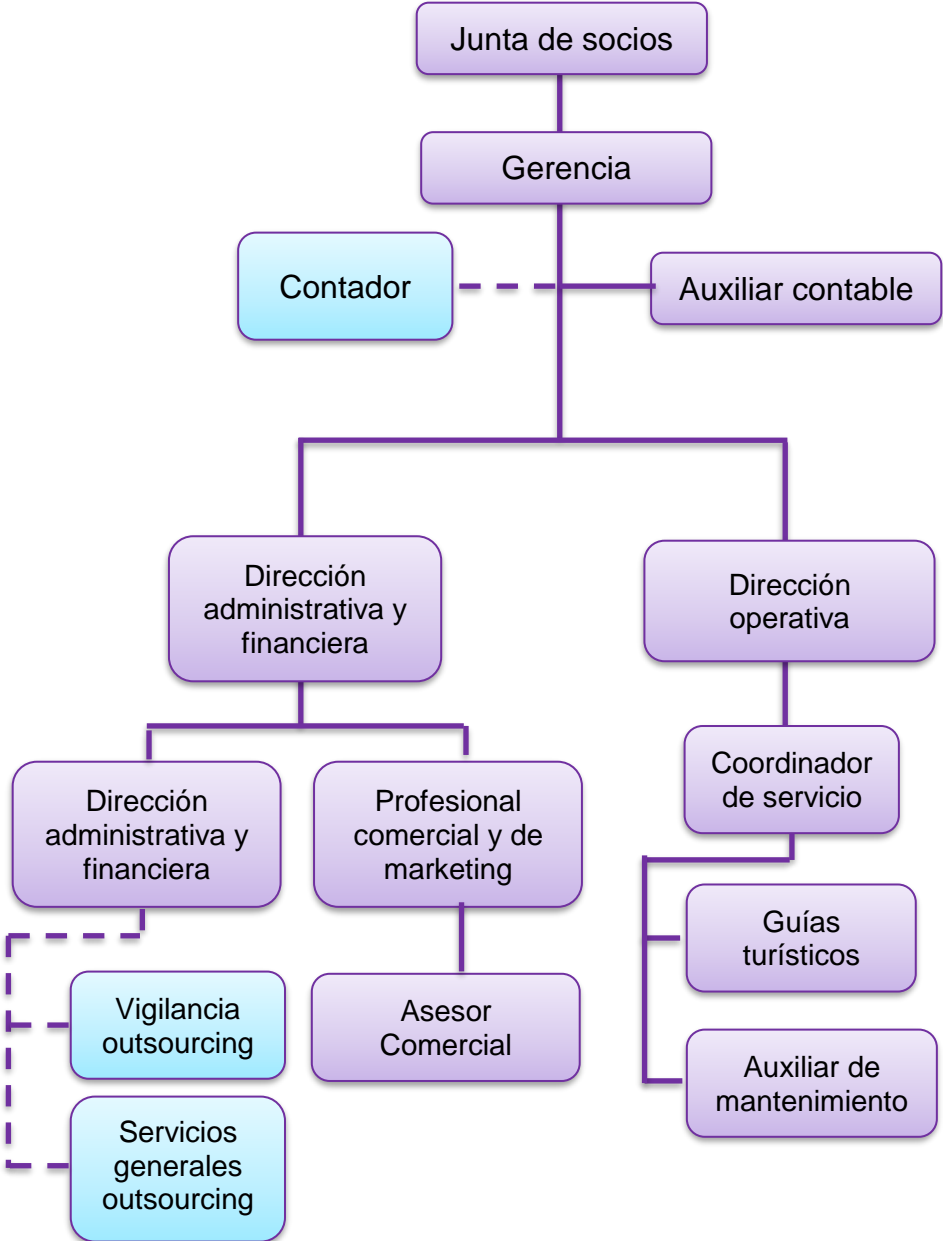
4.2.4.4 Políticas Ambientales. Respeto y preservación del medio ambiente se tienen las siguientes políticas:

- Minimizar la cantidad de residuos que se generan en el desarrollo de las diferentes actividades realizadas en el parque.
- Respeto y preservación del medio ambiente, hábitat natural de la vegetación y animales.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama. Es la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa, en donde se evidencia las relaciones de dependencia y de jerarquía de cada cargo

Figura 50. Estructura organizacional



4.3.2 Descripción y perfil de cargos

Tabla 51. Perfil y funciones del gerente


PERFIL DE CARGOS PARQUE TEMÁTICO CULTURAL DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA 	
IDENTIFICACIÓN	
CARGO	Gerente General
ÁREA	Administrativa
SUPERVISA A	Auxiliar contable, contador, operarios.
PROPÓSITO DEL CARGO	Función principal: asumir la representación legal de la empresa y llevando a cabo el proceso (planear, organizar, dirigir y controlar) y cumplir a cabalidad con el objeto social de la misma.
ACTIVIDADES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Realizar el proceso de planeación, organización, dirección y control de las actividades de la empresa, ✚ Cumplir y hacer cumplir la aplicación de las políticas, normas y reglamentos del parque. ✚ Estar al tanto de las necesidades y aspectos legales que permitan el funcionamiento óptimo de la empresa. ✚ Celebrar contratos inherentes al cumplimiento de los fines sociales. ✚ Buscar el crecimiento corporativo a través de gestiones de mercadeo y optimización de los recursos. ✚ Velar por el crecimiento financiero de la empresa, cuidando las finanzas de la misma. ✚ Gestionar los recursos en pro de una cultura de calidad total acorde con las normas técnicas. ✚ Gestionar y supervisar la contratación y desarrollo del personal. ✚ Definir las políticas y las normas de cumplimiento enfocadas siempre al mejoramiento continuo de los procesos ✚ Apoyar a los trabajadores en su cargo para el correcto funcionamiento de las actividades de la empresa ✚ Supervisar y velar por que los jefes de áreas haga la gestión pertinente para el cumplimiento de la labor de los guías. ✚ Recibir atender cordialmente los clientes interno y externos de la empresa, cuando fuere necesario. ✚ Todas las demás funciones que le sean encargadas por la junta de socios, las cuales sean inherentes a su cargo 	
Requisitos Intelectuales	Título profesional en Gestión Empresarial, administrador financiero.
Experiencia	1 Año de experiencia en cargo similares
Requerimiento del cargo	Conocimiento en administración de parques Temáticos, planeación estratégica, conocimientos en sistemas, conocimientos en manejo de personal.
Habilidad Manual	Normal, propias en el desarrollo del cargo
Responsabilidades	Administrar los recursos
	Cumplimiento de las metas proyectadas
	Generación de herramientas que faciliten el desarrollo de ambientes aptos para logro de un buen desempeño personal y de trabajo en equipo
	Buen funcionamiento de la empresa
Condiciones Ambientales	Equipos y elementos asignados para el desarrollo de sus actividades.
	Oficina acondicionada para el desempeño en condiciones óptimas de su labor, espacio limpio, organizado, con suficiente luz, agua y acondicionamiento ambiental.
Riesgo del cargo	Como sus labores requieren uso de computador, se expone a cansancio visual.
	Estrés laboral, ergonómico físico

Tabla 52. Perfil y funciones del contador


PERFIL DE CARGOS PARQUE TEMÁTICO CULTURAL DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA	
	
IDENTIFICACIÓN	
CARGO	Contador
ÁREA	Administrativa
ES SUPERVISADO	Gerente
PROPÓSITO DEL CARGO	Función Principal: gestionar y llevar un control de información contable y financiera, buscando que esta sea reveladora, pertinente, selecta, completa, confrontable y demostrable que permita a las partes interesadas conocer el funcionamiento de la empresa.
ACTIVIDADES DEL CARGO	
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Recepcionar y gestionar la información financiera proporcionada en la empresa a través del auxiliar contable. ✚ Elaborar los estados financieros de la empresa de tal manera que guarden total fidelidad a la situación económica de la empresa. ✚ Suministrar la información financiera a nivel profesional de manera que proporcione los datos e informaciones requeridas para la toma de decisiones. ✚ Revisar y asegurarse de que todo comprobante tenga los soportes que respalden las operaciones de la empresa. ✚ Revisar la secuencia cronológica y orden numérico de todo movimiento contable. ✚ Verificar los soportes de los movimientos contables (recibos de caja, cheques, facturas de ventas y compras) antes de su registro. ✚ Revisar todo el movimiento de la empresa como son facturas emitidas (Cuentas por cobrar), pagos efectuados ✚ Elaborar los presupuestos y estados financieros de la empresa
Requisitos Intelectuales	Contador público titulado con tarjeta profesional
Experiencia	2 años de experiencia en cargos similares
Requerimiento del cargo	Liderazgo Conocimientos contables y tributarios
Responsabilidades	El cumplimiento de los principios y normas contables El conocimiento normatividad en materia y normas contables Información financiera reportada La confidencialidad de la información suministrada por la organización
Esfuerzo mental	Requiere atención mental alta para organizar y realizar asientos contables
Condiciones Ambientales	Trabajo habitual de oficina con nivel de iluminación adecuado con combinación de luz natural y artificial. Trabajo constante en el medio ambiente. Se presentan interferencias de ruidos como lo son voces, teléfonos, fax, entre otros
Riesgo del cargo	Como sus labores requieren el uso de computador, se expone a cansancio visual, físico Psicolaboral

Tabla 53. Perfil y funciones del auxiliar contable - secretaria


PERFIL DE CARGOS PARQUE TEMÁTICO CULTURAL DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA 	
IDENTIFICACIÓN	
CARGO	auxiliar contable – Secretaria
ÁREA	Administrativa
LE REPORTA A:	Gerente
SUPERVISA A:	Empleados operativos e ausencia del gerente
PROPÓSITO DEL CARGO	Función principal: cooperar con el trabajo del gerente, llevar un control contable y ofrecer la información que el contador requiera para poder llevar un control financiero óptimo
ACTIVIDADES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Realizar las actividades de apoyo administrativo y de oficina necesarias del área a la que pertenezca para contribuir con el óptimo funcionamiento y el cumplimiento de los objetivos de la misma. ✚ Apoyar la agenda de trabajo del Gerente ✚ Redactar informes, notas, memorandos y otros documentos para la Superioridad. ✚ Realizar trámites y pagos de los respectivos seguros. ✚ Recibir, clasificar, registrar y distribuir notas, memorandos y otros documentos al personal de la empresa. ✚ Mantener actualizado los archivos de documentos y otros materiales de información de la Gerencia. ✚ Solicitar y administrar los materiales y útiles de oficina de la Gerencia. ✚ Controlar el uso racional de los muebles y equipos de la Gerencia. ✚ Controlar los equipos y muebles de la Gerencia conforme al listado de Inventario de muebles. ✚ Recibir las llamadas telefónicas y realizar aquellas solicitadas por el Gerente. ✚ Recibir y distribuir el correo interno. 	
Requisitos Intelectuales	Tecnólogo Contable Sena – Técnico profesional en secretariado.
Experiencia	2 Años de experiencia en cargo similares
Requerimiento del cargo	Persona líder con excelentes relaciones interpersonales, buena comunicación verbal, claridad en sus conceptos, dedicada al trabajo, organizado, fácil desempeño en Trabajo en equipo, pensamiento estratégico.
Responsabilidades	Manejo adecuado de los libros contables de la empresa
	Atención al público
	Equipos y elementos entregados para el desarrollo de sus actividades
Esfuerzo mental	Información confidencial relacionada con el puesto de trabajo Requiere atención mental alta para organizar, realizar y registrar asientos contables y manejar caja menor, ya que la información consignada debe ser precisa
Condiciones Ambientales	Oficina acondicionada para el desempeño en condiciones óptimas de su labor, espacio limpio, organizado, con suficiente luz, agua y acondicionamiento ambiental.
Riesgo del cargo	Como sus labores requieren uso de computador, se expone a cansancio visual, físico, psicolaboral

Tabla 54. Perfil y funciones del coordinador de servicio


PERFIL DE CARGOS PARQUE TEMÁTICO CULTURAL DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA	
	
IDENTIFICACIÓN	
CARGO	COORDINADOR DE SERVICIO
AREA	OPERATIVA
SUPERVISA A	OPERARIOS Y AUX, MANTENIMIENTO
ACTIVIDADES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Coordinar actividades de guías turísticos ✚ Presentar informes quincenales de la actividades realizadas ✚ Hacer seguimiento y coordinación, previo a la entrega de los informes que deban rendir las empresas aliadas que integran el Parque temático ✚ Llevar control diario de la hora de entrada y salida de sus subalternos ✚ Llevar control diario de las labores realizadas del personal a su cargo ✚ Pasar con anticipación la solicitud a la secretaria para la realización de pedidos de insumos necesarios para prestar un adecuado servicio y mantener las instalaciones en condiciones óptimas, respetando los topes de inventarios, establecidos con anterioridad. 	
Requisitos Intelectuales	Profesional en administración turística y hotelera
Experiencia	2 Años
Requerimiento del cargo	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Conocimiento en manejo de sistemas informáticos ✚ Conocimientos generales sobre la actividad turística. ✚ Habilidad en el establecimiento de relaciones interpersonales ✚ Carisma ✚ Recursividad y habilidad para sortear inconvenientes. ✚ Iniciativa propia y automotivación ✚ Resistencia al estrés
Habilidad Manual	Normal, propias en el desarrollo del cargo
Responsabilidad por Contactos	Mantener un clima adecuado de comunicación para crear un ambiente optimo en el desarrollo de las actividades propias dentro de la empresa, manejar un vocabulario adecuado que permita el entendimiento de las partes y el respeto de los mismos, escuchar abiertamente las sugerencias, quejas y reclamos de sus subalternos y demostrarles la importancia de las mismas y tener un trato humano para con sus subalternos y con los demás trabajadores de la empresa.
Responsabilidad por procesos	100 sobre las funciones que desempeñe
Esfuerzo mental	Mantener en buen estado las instalaciones de la empresa
Condiciones Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Como sus labores requieren el uso de computador, se expone a cansancio visual. ✚ Riesgo auditivo por los elementos de sonido.
Riesgo del cargo	Riesgos de accidentalidad con la maquinaria si no se cumplen con las normas establecidas de precaución.
	Estrés laboral

Tabla 55. Perfil y funciones del guía turístico

PERFIL DE CARGOS PARQUE TEMÁTICO CULTURAL DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA	
	
IDENTIFICACIÓN	
CARGO	GUÍA TURÍSTICO
ÁREA	OPERATIVO
SUPERVISADO POR	COORDINADOR DE SERVICIO
PROPÓSITO DEL CARGO	Función Principal: Guiar y explicar el pasaporte mi cultura ofrecido por el Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela "PANECA" Garantizar la puesta del servicio a disposición del consumidor
ACTIVIDADES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Tener conociendo claro sobre la cultura de la "Región del Río Suarez" el proceso del bocadillo y la panela. ✚ Presentar con claridad y pleno conocimiento los servicios ofrecidos por el parque. ✚ Controlar y dirigir el plan turístico con total conocimiento de las áreas del parque. ✚ Atender cordialmente las necesidades y sugerencias de los clientes en el momento oportuno. ✚ Mantener y preservar en óptimas condiciones los elementos y utilizados para cada actividad. ✚ Servir de intermediario entre la empresa y el cliente. ✚ Fomentar una buena relación con los clientes, dentro de un contexto de respeto y cordialidad. ✚ Interpretar las necesidades, deseos y gustos de los clientes y dar respuesta los mismos. ✚ generar confianza y crear un clima de cordialidad y distensión que se necesita para tomar una decisión. ✚ Trabajar en equipo con buena disposición en pro del logro de los objetivos de la empresa. 	
Requisitos Intelectuales	Técnico o tecnólogo en turismo cultural
Experiencia	6 meses de experiencia en turismo cultural
Requerimiento del cargo	Fluidez verbal Habilidad en el establecimiento de relaciones interpersonales Carisma Recursividad y habilidad para sortear inconvenientes. Poder de convencimiento Iniciativa propia y automotivación Resistencia al estrés
Responsabilidad por Contactos	Mantener un clima adecuado de comunicación para crear y sostener las relaciones comerciales entre empresa y clientes, manejar un vocabulario adecuado que permita el entendimiento de las partes y el respeto de los mismos, escuchar abiertamente las sugerencias, quejas y reclamos, demostrarle a los clientes la importancia de las mismas y ofrecer el producto con la calidad y el precio real.
Esfuerzo mental	Requiere atención mental media durante el día y atiende situaciones esporádicas que se Presenten.
Condiciones Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Trabajo constante en el medio ambiente. ✚ Se presentan interferencias de ruidos Como los son voces, teléfonos, entre otros.
Riesgo del cargo	Riesgos de accidentalidad con la maquinaria si no se cumplen con las normas establecidas de precaución. Estrés laboral

Tabla 56. Perfil y funciones del asesor comercial


PERFIL DE CARGOS PARQUE TEMÁTICO CULTURAL DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA	
	
IDENTIFICACIÓN	
CARGO	ASESOR COMERCIAL
área	ADMINISTRATIVO
SUPERVISADO POR	GERENTE
PROPÓSITO DEL CARGO	Función Principal: Garantizar la puesta del servicio a disposición del consumidor, además de guiar y explicar el pasaporte mi cultura ofrecido por el Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela "PANECA"
ACTIVIDADES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Liderar todos los procesos de mercadeo, para presentar con claridad y pleno conocimiento los servicios ofrecidos por el parque. ✚ Crear propuestas de valor, orientadas a la satisfacción de los clientes y a la generación de utilidades para la empresa. ✚ Efectuar la venta correspondiente del pasaporte "Mi Cultura". ✚ Recibir y revisar el fondo de caja al inicio de sus operaciones. ✚ Verificar que la numeración de los pasaportes recibidos para su venta coincida con la marcada en el reporte. ✚ Controlar y dirigir el plan turístico con total conocimiento de las áreas del parque. ✚ Atender cordialmente las necesidades y sugerencias de los clientes en el momento oportuno ✚ Mantener y preservar en óptimas condiciones los elementos y utilizados para cada actividad. ✚ Servir de intermediario entre la empresa y el cliente. ✚ Empatía: capacidad de crear una buena relación con los clientes, habilidad para interpretar las necesidades, deseos y gustos de los clientes, generar confianza y crear un clima de cordialidad y distensión que se necesita para tomar una decisión. ✚ Facilidad para el trabajo en equipo 	
Requisitos Intelectuales	Profesional en mercadeo y publicidad
Experiencia	1 año
Requerimiento del cargo	Fluidez verbal Habilidad en el establecimiento de relaciones interpersonales Carisma Recursividad y habilidad para sortear inconvenientes. Poder de convencimiento Iniciativa propia y automotivación Resistencia al estrés
Responsabilidad por Contactos	Mantener un clima adecuado de comunicación para crear y sostener las relaciones comerciales entre empresa y clientes, manejar un vocabulario adecuado que permita el entendimiento de las partes y el respeto de los mismos, escuchar abiertamente las sugerencias, quejas y reclamos, demostrarle a los clientes la importancia de las mismas y ofrecer el producto con la calidad y el precio real.
Esfuerzo mental	Requiere atención mental media durante el día y atiende situaciones esporádicas que se Presenten.
Condiciones Ambientales	Trabajo constante en el medio ambiente. Se presentan interferencias de ruidos Como los son voces, teléfonos, entre otros.
Riesgo del cargo	Riesgos de accidentalidad con la maquinaria si no se cumplen con las normas establecidas de precaución.
	Estrés laboral

Tabla 57. Perfil y funciones del profesional comercial y marketing


PERFIL DE CARGOS PARQUE TEMÁTICO CULTURAL DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA	
	
IDENTIFICACIÓN	
CARGO	PROFESIONAL COMERCIAL Y MARKETING
Área	ADMINISTRATIVO
SUPERVISADO POR	GERENTE
PROPÓSITO DEL CARGO	Función Principal: Gestionar proponer y aplicar mejoras en las acciones de comunicación del Parque Temático Cultural, desde el diseño, ejecución, implementación y control, coordinando también el despacho de las mimas (impresos, pasaportes u otros).
ACTIVIDADES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Responder por de los impresos (folletos papelería para el área administrativa entre otros) ✚ Concretar las ventas según sus valores y filosofía de la Empresa. ✚ Asistir cuando se requiera a las diferentes reuniones organizadas por los organismos directivos ✚ Responder ante los requerimientos de la gerencia estén solicitando. ✚ Responder por las actividades de gestión administrativa y funcional del parque. ✚ Revisar y validar los procesos de prestación de servicios de los proveedores que ejercen en estañes comerciales y de exposición de los procesos productivos de bocado y panela. ✚ Identificar necesidades de la empresa en cuanto a papelería, imagen corporativa, material en punto de venta y promociones y hacer la respectiva gestión de adquisición ✚ Desarrollar campañas de publicidad y gestionar su desarrollo de las mimas. ✚ Verificar la comercialización efectiva y de calidad de los productos comercializados por las empresas contratadas en el parque. 	
Requisitos Intelectuales	Publicista Profesional / Ing. En Marketing/ Ing. Comercial.
Experiencia	1 año
Requerimiento del cargo	Diseño de Campañas. Diseño Gráfico/Herramientas Gráficas. Imprenta. Fundamentos de Marketing
Responsabilidad por Contactos	Mantener relaciones optimad que permitan crear y sostener las relaciones comerciales entre empresa y clientes, manejando un vocabulario adecuado que permita el entendimiento de las partes y escuchar abiertamente las sugerencias del cliente respecto al servicio prestado.
Esfuerzo mental	Requiere atención mental media durante el día y atiende situaciones esporádicas que se Presenten.
Condiciones Ambientales	Se presentan interferencias de ruidos Como los son voces, teléfonos, entre otros.
Riesgo del cargo	Como sus labores requieren uso de computador, se expone a cansancio visual, físico, psicolaboral Estrés laboral


Tabla 58. Perfil y funciones del cargo servicios generales

PERFIL DE CARGOS PARQUE TEMÁTICO CULTURAL DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA	
	
IDENTIFICACIÓN	
CARGO	SERVICIOS GENERALES
Área	OPERATIVA ASISTENCIAL
SUPERVISADO POR	GERENTE
PROPÓSITO DEL CARGO	Función Principal: Propender por el aseo e higiene de las instalaciones del parque manteniendo un el orden y la limpieza además d ofrecer atenciones a los clientes.
ACTIVIDADES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Limpiar y organizar las instalaciones del Parque Temático Cultural manteniendo el orden y aseo. ✚ Eliminar los residuos y la suciedad de las instalaciones y muebles dispuestos para prestar el servicio. ✚ Mantener en orden y limpiezas los pisos y áreas de transito común. ✚ Conservar la higiene y limpieza en las zonas de aseo personal y baterías de baño. ✚ Gestionar la consecución de los elementos requeridos para hacer el aseo. ✚ Llevar a cabo las demás funciones que estén implícitas en su cargo. 	
Requisitos Intelectuales	Título de bachiller
Experiencia	6 meses de experiencia en turismo
Requerimiento del cargo	Servicio al cliente, normas básicas de higiene.
Responsabilidades	Responder por: elementos, equipos y materiales entregados para el desarrollo de sus actividades, asignados por el jefe inmediato.
Condiciones Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Trabajo constante en el medio ambiente. ✚ Se presentan interferencias de ruidos Como los son voces, teléfonos, entre otros.
Riesgo del cargo	Ergonómico, físico.

Tabla 59. Perfil y funciones del vigilante

PERFIL DE CARGOS PARQUE TEMÁTICO CULTURAL DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA	
	
IDENTIFICACIÓN	
CARGO	Vigilante
ÁREA	ADMINISTRATIVO
SUPERVISADO POR	GERENTE
PROPÓSITO DEL CARGO	Función principal: llevar a cabo la vigilancia, seguridad de las instalaciones, muebles e inmuebles que conforma la estructura, salvaguardar el bienestar de las personas que visitan el parque.
ACTIVIDADES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior del Parque Temático Cultural ✚ Evitar la presencia de actos y elementos que atenten contra el bienestar y seguridad de los visitantes. ✚ Informar de los sucesos infortunados o la presencia agentes nocivos que puedan afectar la seguridad de los visitantes. ✚ Controlar y contrarrestar la presencia de delincuentes y realizar el proceso para entrega a las autoridades. ✚ Registrar las novedades en el libro de novedades y comunicarlas a quien corresponda. ✚ Realizar las demás funciones que sean propias de su cargo. 	
Requisitos Intelectuales	Técnico de Vigilancia y seguridad privada
Experiencia	1 año
Requerimiento del cargo	Servicio al cliente, normas de seguridad
Responsabilidades	Responde por: Seguridad del Parque Temático Cultural Equipos y elementos entregados para el desarrollo de sus actividades, asignados por el jefe inmediato
Condiciones Ambientales	Físico, psicolaboral y de orden público

Tabla 60. Perfil y funciones del auxiliar de mantenimiento

PERFIL DE CARGOS PARQUE TEMÁTICO CULTURAL DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA	
	
IDENTIFICACIÓN	
CARGO	AUXILIAR DE MANTENIMIENTO
ÁREA	OPERATIVO
SUPERVISADO POR	COORDINADOR DE SERVICIO
PROPÓSITO DEL CARGO	Salvaguardar, subsanar y conservar en óptimas condiciones de uso todos los equipos, muebles inmuebles que forman parte del "Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela"
ACTIVIDADES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Conservar en óptimas condiciones de funcionamiento las instalaciones eléctricas, hídricas y desagüe, en todas las áreas del Parque Temático Cultural. ✚ Definir políticas y programas de mantenimiento preventivo y correctivo enfocado a la optimización de las instalaciones eléctricas, hídricas y desagüe y áreas en general del parque. ✚ Priorizar el desarrollo de acciones correctiva de tal manera que se garantice el pleno funcionamiento del parque. ✚ Controlar y manejar el equipo para el tratamiento de aguas residuales. ✚ Mantener en óptimas condiciones de operación los generadores alternos para la producción de energía. ✚ Conservar en condiciones óptimas las áreas comunes y verdes, libres de basura. ✚ Revisar, reparar y mantener en perfectas condiciones de uso, cerraduras, chapas de puertas de acceso. 	
Requisitos Intelectuales	Técnico en mantenimiento Sena
Experiencia	1 año
Requerimientos del cargo	Conocimiento de los métodos, herramientas, materiales y equipos utilizados para el mantenimiento de las instalaciones de la empresa. Estimar la cantidad de material a ser utilizado. Detectar fallas en equipos. Seguir instrucciones orales y escritas.
Responsabilidades	Responde por: Es responsable con carácter constante por el uso de materiales, equipos y herramientas. Del mantenimiento de los equipos y herramientas de manera directa y con carácter constante.
Condiciones Ambientales	Físico, psicolaboral y de orden publico
Riesgo del cargo	ejecución del trabajo está sometida a riesgo de accidente / enfermedad con una magnitud moderada y con posibilidad de ocurrencia media

4.3.3 Asignación salarial. Refiere a las cantidades y tipos de salarios que tendrán los colaboradores.

Tabla 61. Asignación salarial

CARGO	CANTIDAD	TIPO DE CONTRATO	SALARIO\MES (\$)
Gerente	1	Termino fijo	2.000.000
Auxiliar Contable-secretaria	1	Termino fijo	780.000
Asesor comercial	1	Termino fijo	900.000
Profesional administrativo	1	Termino fijo	1.500.000
Profesional comercial y marketing	1	Termino fijo	1.500.000
Coordinador de servicios	1	Termino fijo	1.200.000
Auxiliar de mantenimiento	1	Termino fijo	737.117
Guías culturales	7	Termino fijo	750.000

Dando cumplimiento a los requerimientos legales todos los trabajadores estarán afiliados a sus prestaciones:

Tabla 62. Cargos por prestación de servicios

CARGO	CANTIDAD	TIPO DE CONTRATO	SALARIO\MES (\$)
Contador	1	Prestación de servicios	350.000
Vigilancia	2	Outsourcing	800.000
Servicios generales	1	Outsourcing	750.000

Tabla 63. Prestaciones de ley

PRESTACIONES SOCIALES	PORCENTAJE
Cesantías	8.33%
Interés sobre cesantías	1%
Vacaciones	4.17%
Prima	8.33%
Total prestaciones	21.83%

Tabla 64. Seguridad social

SALUD	Total 12.5%
PENSIÓN	Total 16%
	Empleador 12%
	Empleado 4%
RIESGOS	Según nivel de riesgo y lo asume el empleador 2.436 % aprox. Riesgo clase III

Tabla 65. Estructura salarial de los contratos a término fijo del parque temático de la guayaba y la panela S.A.S

CARGO	SUELDO BÁSICO	AUX TRANSP	TOTAL DEVENGADO	TOTAL DEDUCIDO	NETO PAGADO
Gerente	2.000.000	-	2.000.000	160.000	1.840.000
Auxiliar Contable- secretaria	780.000	83.140	863.140	62.400	800.740
Asesor comercial	900.000	83.140	983.140	72.000	911.140
Profesional administrativo	1.500.000		1.500.000	120.000	1.380.000
Profesional comercial y marketing	1.500.000		1.500.000	120.000	1.380.000
Guía 1	750.000	83.140	833.140	60.000	773.140
Guía 2	750.000	83.140	833.140	60.000	773.140
Guía 3	750.000	83.140	833.140	60.000	773.140
Guía 4	750.000	83.140	833.140	60.000	773.140
Guía 5	750.000	83.140	833.140	60.000	773.140
Guía 6	750.000	83.140	833.140	60.000	773.140
Guía 7	750.000	83.140	833.140	60.000	773.140
Coordinador de servicios	1.200.000	83.140	1.283.140	96.000	1.187.140
Auxiliar de mantenimiento	737.717	83.140	820.857	59.017	761.840
NÓMINA MENSUAL	13.867.717	914.540	14.782.257	894.400	13.672.840
Prestaciones sociales					7.637.493
NOMINA TOTAL MENSUAL					21.310.332
NOMINA ANUAL					255.723.990

5. ESTUDIO FINANCIERO

“El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo”⁴²; con el desarrollo del presente estudio se pretende determinar la viabilidad financiera de la creación de un Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela en el municipio de Barbosa Santander.

El análisis financiero parte de los datos e información proveniente de los estudios de mercados y técnico, la cual es base para la cuantificación de actividades y elementos que son requeridos para lograr el óptimo desarrollo del objeto social del Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela. De forma específica dicha información se convierte en inversiones, ingresos, costos y gastos, los cuales determinaran la viabilidad del proyecto.

5.1 INVERSIONES

Las inversiones son los aportes que deben efectuar los accionistas para la realización y puesta en marcha del proyecto. Se clasifican en fijas, diferidas, capital de trabajo etc.

5.1.1 Inversión Fija. se refiere a todo tipo de activos fijos, denominados también capital fijo, conformado por terrenos, construcciones, maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de oficina, herramientas; cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias que se requieren para la puesta en marcha y funcionamiento del Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela.

⁴² ANZIL, Federico. Estudio Financiero. (Citado el 18 de abril de 2017). Disponible en internet: <<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>>

5.1.1.1 Terreno. El cual se adquirirá para la prestación del servicio del Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela, según el estudio técnico el seleccionado fue el predio ubicado en el km 1 vía Barbosa, Finca La Mana.

Tabla 66. Terrenos

DETALLE	CANTIDAD HECTÁREAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	2	\$ 30.000.000	\$ 60.000.000

5.1.1.2 Construcción. Teniendo en cuenta las áreas proyectadas a construir en el Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela para la implementación de las diferentes estaciones ofrecidas que componen el recorrido se hace necesario construir un área de 6.085 m² hectárea la cual tiene un costo de adecuación de **\$390.585.900.**

Tabla 67. Construcción

EDIFICACIONES Y ADECUACIONES	TOTAL
Parqueadero	17.753.905
Área administrativa y de ventas	10.652.343
Estación de bienvenida	29.293.943
Estación de La ruta de la tradición bocadoillera (incluye maqueta de trazabilidad del proceso)	55.480.952
Estación de Dulce senda de la caña panelera incluye maqueta de trazabilidad del proceso)	55.480.952
Estación de danzas típicas	17.753.905
estación de juegos autóctonos	53.261.714
Restaurante o fonda	53.261.714
Para dulce	44.384.761
Baños	35.507.809
Cuarto de herramienta	4.438.476
Depósito de basura	3.106.933
senderos de las zonas comunes (empedrado)	3.106.933
Jardines y otros	5.326.171
Varios	1.775.390
TOTAL EDIFICACIONES Y ADECUACIONES	390.585.900

5.1.1.3 Maquinaria y equipo. Son aparatos eléctricos y/o electrónicos que pueden ser aprovechados para favorecer los procesos desarrollados en el parque para satisfacer a sus clientes y cumplir con sus objetivos de forma eficaz.

Tabla 68. Maquinaria y equipo

	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	V TOTAL
Cortacésped Marca: Condustrial MTD 11A – B24T360	1	3.000.000	3.000.000
Hidro-lavadora Marca: Anovu Reverberi AR620 3.5HP/2.6KW	1	1.999.000	1.999.000
Torniquetes con panel de acceso TS 1222 Marca ZXTECO	2	2.999.000	5.998.000
Generador Planta Eléctrica 4000 watts Ipower 7 hp	1	1.799.000	1.799.000
Caja Registradora Casio Pcr S700	1	370.000	370.000
Cafetera Hamilton Beach Estación 40-tazas Cafe , Plata	1	210.000	210.000
OTROS			-
Botiquín de primeros auxilios	6	100.000	600.000
Extintor multipropósito de 20 lb	6	55.000	330.000
TOTAL			<u>14.306.000</u>

5.1.1.1. Muebles y enseres Corresponde al mobiliario requerido tanto en el área operativa como en la administrativa para que el Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela funcione correcta y eficientemente.

Tabla 69. Muebles y enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	V TOTAL
Área general			
Carro De Limpieza + Balde Escurridor 25 Lt + Señal De Prevención Rubbermaid	2	813.700	1.627.400
Punto Ecológico Papel Cartón No Reciclable 121 Lt Estra	4	850.000	3.400.000
Caneca Pedal 20 Lt Rimax baños	6	33.900	203.400
Caneca Pedal 20 Lt Curver oficna	3	69.000	207.000
Kit Escoba + Trapero + Recogedor Melody	6	14.000	84.000
Novedades Plásticas Balde Institucional 13 Lt Línea Ins Hct0	6	15.000	90.000
Set de ollas	1	85.000	85.000
Set de cafetería	1	70.000	70.000
Área Administrativa			
Caneca Pedal 20 Lt Curver oficna	3	69.000	207.000
Caneca Pedal 20 Lt Rimax baños	2	33.900	67.800
Escritorio Napoles Madera Aglomerada 74x120x50cm Wengue Moduart	2	219.900	439.800
Centro de Trabajo en L Artis 3 Cajones 73.3x170x150 cm Caramelo Maderkit	2	500.000	1.000.000
Archivador 3 Cajones 47.5 x 45 x 102.5cm	1	249.000	249.000
Silla Presidente Negra	4	208.000	832.000
Sillas interlocutoras plastica	8	59.000	472.000
Silla Tandem Isoceles Plástico 4 Puestos Negro Industrias Cruz	2	342.900	685.800
Sofa esquinero ecocuero	1	1.400.000	1.400.000
Enseres para aseo y mantenimiento de las oficinas	1	500.000	500.000
Otros	1	1.000.000	1.000.000
Total muebles y enseres			<u>12.680.200</u>

5.1.1.4 Equipo de oficina (cómputo y telecomunicaciones). El equipo de oficina se refiere a los sistemas mecanizados y computarizados requeridos para apoyar el desarrollo de la prestación del servicio en el área administrativa y comercial del Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela.

Tabla 70. Equipo de oficina

	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	V TOTAL
Computador COMPAQ Pc Todo En Uno 18-4221la Intel Celeron RAM 2gb	4	850.000	3.400.000
Multifuncional HP 2645 - Copia, imprime, escanea, Fax.	2	280.000	560.000
Equipo celular Huawei Ascend Y330 Cámara 3mpx Android 4.2 Ram 512mb 4gb	3	195.000	585.000
Equipo celular Huawei	2	152.000	304.000
Radio De Comunicación Motorola Md200 (por 2 unidades)	4	118.000	472.000
Lamina táctil Lcd Film Interactivo – Polímero electrónico	1	15.000.000	15.000.000
Otros	1	500.000	500.000
TOTAL			<u>20.821.000</u>

5.1.1.5 Herramientas. Con el fin de ejecutar de manera apropiada, sencilla las tareas de mantenimiento y acondicionamiento del Parque Temático, y respetando las medidas de seguridad establecidas y siguiendo las instrucciones del director operativo, las herramientas necesarias para estas labores son herramientas de jardinería para mantenimiento de zonas verdes e instalaciones

Tabla 71. Herramientas

	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	V TOTAL
-			
Azadón Para Jardín Ames Mango De Madera	2	49.000	98.000
Pala redonda # 4 con cabo Colima	2	34.900	69.800
Pala huila con aro y cabo Colima	3	26.900	80.700
Rastrillo curvo 16 dientes 1,20 metros con mango de madera Tramontina	2	19.900	39.800
Carretilla versátil 5 ft metálica Imsa	2	110.000	220.000
Tijera acero podar trabajo pesado 7-3/4 pulgadas	3	38.900	116.700
Herramientas de jardinería	1	800.000	800.000
Llaves tipo ratchet 5 piezas en pulgadas 12 puntas, Cr...	1	179.000	179.000
Juego 6 llaves combinadas mm Z-Tools	1	34.500	34.500
Juego 11 piezas copas 10 - 19 mm ratchet 3/8 pulgada	1	77.900	77.900
Set de alicates	1	61.000	61.000
Set de Pinzas	1	72.000	72.000
Herramientas			-
Juego de Canicas	2	50.000	100.000
Juego de Bolos en Madera	4	50.000	200.000
Cancha de Tejo + 6 Tejos + Pisador	4	300.000	1.200.000
Cancha de Mini Tejo + 6 Tejos + Pisador + Mechas	4	220.000	880.000
Juego de Rana	4	100.000	400.000
Trompos	20	3.000	60.000
Total			4.689.400

5.1.1.6 Total de inversión fija. La creación de un parque temático que cuente con los elementos requeridos para exhalar la cultura del bocadillo y la panela requiere de una inversión fija de **\$578.082.500**

Tabla 72. Total de inversión fija

Cuentas	Total	Porcentaje de participación de cada cuenta
Muebles y enseres	12.680.200	2,5%
Herramientas	4.689.400	0,9%
Equipo de cómputo y telecomunicaciones	20.821.000	4,1%
Maquinaria y equipo	14.306.000	2,8%
Terrenos	60.000.000	11,9%
Edificaciones y adecuaciones	390.585.900	77,6%
Activo fijo	503.082.500	100%

5.1.2 Inversión diferida. Representa aquellas inversiones intangibles, que si bien son pagadas al inicio del proyecto tienen impacto en la vida útil del mismo. La inversión diferida está constituida por los costos pre operativos en los que incurrirá la empresa antes de iniciar las actividades normales como lo son: constitución, publicidad, costos de instalación y organización.

Tabla 73. Inversión diferida

ESPECIFICACIÓN	VALOR
Estudio y Factibilidad	5.000.000
Gastos de Constitución	200.000
Software	1.500.000
Papelería	500.000
Gastos de constitución	1.493.600
Gastos de organización	200.000
Licencia ambiental	300.000
Publicidad inicial (evento de lanzamiento)	9.890.000
plan de mitigación ambiental	4.000.000
Imprevistos y otros	2.000.000
Total activos diferidos	25.083.600

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. El capital de trabajo es considerado como aquellos recursos económicos que necesita la empresa para poder operar; estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo, el capital de trabajo es lo que comúnmente se conoce como activo corriente.

La puesta en marcha del Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela requiere de un capital de trabajo para poder asistir los gastos y costos que se generen en los primeros meses del proceso de la prestación del servicio objeto de la empresa.

5.1.3.1 Costos de producción. En el caso del Parque Temático Cultural de Bocadillo y la Panela, por ser empresa prestadora de servicios se entiende como

costos de producción aquellos que se vinculan directamente con la prestación del servicio, son los egresos que se generan por gastos técnicos administrativos, materiales de consumo, capacitación y promoción, obligaciones y seguros y/o depreciaciones que hacen parte de los beneficios que recibe el cliente.

5.1.3.1.1 Materiales Directos. En cuanto al Parque Temático no se puede hablar de materias primas ya que se no habla de un producto como tal, se efectúa la prestación de un servicio, en este caso se habla de los materiales directos del servicio los cuales son diferenciadores y en conjunto permiten la integralidad.

Tabla 74. Materiales directos

-	valor unidad	valor mes	valor año
Manilla de seguridad tyvek * 500 u	90	229.895	2.758.737
Mechas de tejo * docena	417	1.064.327	12.771.930
Mapas 500 unidades	1.056	2.697.432	32.369.179
Recordatorios del parque (caja de bocadillo miniatura o de panelas y derivados)	3.000	7.663.158	91.957.895
Total	4.563	11.654.812	139.857.740

5.1.3.1.2 Mano de Obra Directa. La mano de obra directa estará representada por el personal calificado que su labor esta consumida en las áreas que tienen una relación directa con la prestación del servicio.

Tabla 75. Nómina de mano de obra directa

CARGO	SUELDO BÁSICO	DIAS TRAB.	BÁSICO	AUX TRANSP	TOTAL DEVENGADO	SALUD	PENSIÓN	TOTAL DEDUCIDO	NETO PAGADO
Guía 1	750.000	30	750.000	83.140	833.140	30.000	30.000	60.000	773.140
Guía 2	750.000	30	750.000	83.140	833.140	30.000	30.000	60.000	773.140
Guía 3	750.000	30	750.000	83.140	833.140	30.000	30.000	60.000	773.140
Guía 4	750.000	30	750.000	83.140	833.140	30.000	30.000	60.000	773.140
Guía 5	750.000	30	750.000	83.140	833.140	30.000	30.000	60.000	773.140
Guía 6	750.000	30	750.000	83.140	833.140	30.000	30.000	60.000	773.140
Guía 7	750.000	30	750.000	83.140	833.140	30.000	30.000	60.000	773.140
MONINA MENSUAL	5.250.000	210	5.250.000	581.980	5.831.980	210.000	210.000	420.000	5.411.980
PRESTACIONES SOCIALES									2.932.084
<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>									8.344.064
NOMINA ANUAL									100.128.766

tabla 76. Prestaciones sociales de mano de obra directa

PRESTACIÓN SOCIAL	VALOR (\$)
Cesantías	485.804
Prima	485.804
Vacaciones	218.925
Intereses Sobre Cesantías	4.858
Caja de Compensación Familiar	210.000
Riesgos profesionales	30.443
Salud empresa	656.250
Pensión empresa	840.000
Total	2.932.084

5.1.3.1.3 Costos indirectos fabricación. Los costos indirectos de fabricación para el Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la panela comprenden aquellos requeridos para la prestación del servicio, entre estos se encuentran M.O.I, Implementos de aseo, los servicios, dotaciones.

1) Mano de Obra Indirecta

Tabla 77. Nomina mano de obra indirecta cuadro 70. prestaciones sociales mano de obra indirecta

CARGO	SUELDO BÁSICO	DIAS TRAB.	BÁSICO	AUX TRANSP	TOTAL DEVENGADO	SALUD	PENSIÓN	TOTAL DEDUCIDO	NETO PAGADO
Coordinador de servicios	1.200.000	30	1.200.000	83.140	1.283.140	48.000	48.000	96.000	1.187.140
Auxiliar de mantenimiento	737.717	30	700.000	83.140	783.140	28.000	28.000	56.000	727.140
MONINA MENSUAL	1.937.717	120	1.900.000	166.280	2.066.280	76.000	76.000	152.000	1.914.280
PRESTACIONES SOCIALES									1.053.479
<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>									<u>2.967.759</u>
NOMINA ANUAL									35.613.113

Tabla 78. Prestaciones sociales de mano de obra indirecta

PRESTACIÓN SOCIAL	VALOR (\$)
Cesantías	172.121
Prima	172.121
Vacaciones	79.230
Intereses Sobre Cesantías	1.721
Caja de Compensación Familiar	76.000
Riesgos profesionales	10.786
Salud empresa	237.500
Pensión empresa	304.000
Total	1.053.479

2) Insumos

Tabla 79. Elementos aseo e higi

ELEMENTOS DE ASEO	Año	Capital de trabajo
Limpiador magistral desinfectante pino 3000 ml	224.400	18.700
Jabón líquido capibell antibacterial avena 3000ml (2 un)	417.600	34.800
Deterg polvo ak-1 floral 4500 g	310.800	25.900
Paca papel higiénico elite jumbo ecológico 250 m x 4u	960.000	80.000
Toallas de papel	624.000	52.000
Bolsa para basura	120.000	10.000
Bolsas basuras	120.000	10.000
TOTAL ELEMENTOS DE ASEO	2.776.800	231.400

Tabla 80. Servicios Públicos

Servicios	Año	Capital de trabajo
Agua planta de producción 70%	10.080.000	840.000
Luz planta de producción 70%	10.080.000	840.000
TOTAL SERVICIOS	20.160.000	1.680.000

3) Depreciación

Tabla 81. Depreciación de activos fijos

	VALOR DE COMPRA	VALOR DE SALVAMENTO	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN
Muebles y enseres	12.680.200	1.268.020	11.412.180	2.282.436
Maquinaria y equipo	18.995.400	1.899.540	17.095.860	1.709.586
Equipo de cómputo y telecomunicaciones	20.821.000	2.082.100	18.738.900	3.747.780
Terrenos	60.000.000		60.000.000	
Edificaciones	390.585.900	39.058.590	351.527.310	35.152.731
TOTAL	503.082.500	44.308.250	458.774.250	42.892.533

4) Otros costos indirectos del servicio.

Tabla 82. Dotaciones del personal operativo

	Cantidad por dotación	No. dotaciones /año	valor	AÑO 1	Capital de trabajo
Overol en dril color azul petróleo	3	3	69.000	621.000	51.750
Botas caucho color amarillo	3	3	52.000	468.000	39.000
Guantes de caucho negro C.35	3	3	5.000	45.000	3.750
Guantes de carnaza	3	3	4.600	41.400	3.450
Tapabocas Industrial	3	3	7.000	63.000	5.250
Cascos de protección	3	3	14.000	126.000	10.500
Delantal de caucho negro	3	3	18.000	162.000	13.500
Gorras blancas	14	3	19.000	798.000	66.500
Botas punta de acero	7	3	60.000	1.260.000	105.000
Pantalón en dril color rojo	7	3	40.000	840.000	70.000
Camiseta tipo polo color blanco	14	3	42.000	1.764.000	147.000
Pantalón en dril color beige	7	3	40.000	840.000	70.000
TOTAL				7.028.400	585.700

Tabla 83. Otros costos indirectos

Servicios	Año	Capital de trabajo
Mantenimiento de maquinas	1.200.000	100.000
Seguros de maquinaria y equipos	171.672	14.306
Trasporte de materiales	50.400.000	4.200.000
Total	50.571.672	4.214.306

5.1.3.1.4 Total costos de prestación de servicios del parque

Tabla 84. Resumen de costos del servicio

	Año	Capital de trabajo
Mano de obra directa	100.128.766	8.344.064
Materiales directos del servicio	139.857.740	11.654.812
Elementos de aseo	2.776.800	231.400
Servicios	20.160.000	1.680.000
Depreciación	42.892.533	3.574.378
Dotaciones de personal operativo	7.028.400	585.700
Otros costos indirectos	51.771.672	4.314.306
TOTAL	364.615.911	30.384.659

5.1.3.2 Gastos de Administración y ventas. Se consideran los gastos de la planta de personal que apoya para prestar un buen servicio, tales como: dirección, contabilidad y secretaría, asesoría financiera, estas actividades aunque no están inmersas en el servicio son fundamentales para que la empresa funcione con normalidad.

1) Gastos de Administración:

Tabla 85. Gastos de administración

Descripción	Capital de trabajo	Anual
Gastos de publicidad	2.400.000	28.800.000
papelería para oficina	100.000	1.200.000
Suministros de oficina	200.000	2.400.000
Mantenimiento de equipos de oficina	80.000	960.000
Elementos de aseo oficinas y zonas comunes	100.000	1.200.000
Seguros todo riesgo	320.000	3.840.000
TOTAL GASTOS	3.200.000	38.400.000

2) Gastos de personal administrativo

Tabla 86. Nómina de personal administrativo

CARGO	SUELDO BÁSICO	DIAS TRAB.	BÁSICO	AUX TRANSP	TOTAL DEVENGADO	SALUD	PENSIÓN	TOTAL DEDUCIDO	NETO PAGADO
Gerente	2.000.000	30	2.000.000	-	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Auxiliar Contable-secretaria	780.000	30	780.000	83.140	863.140	31.200	31.200	62.400	800.740
Asesor comercial	900.000	30	900.000	83.140	983.140	36.000	36.000	72.000	911.140
Profesional administrativo	1.500.000	30	1.500.000		1.500.000	60.000	60.000	120.000	1.380.000
Profesional comercial y marketing	1.500.000	30	1.500.000	-	1.500.000	60.000	60.000	120.000	1.380.000
MONINA MENSUAL	6.680.000	150	6.680.000	166.280	6.846.280	267.200	267.200	534.400	6.311.880
PRESTACIONES SOCIALES									3.631.587
CAPITAL DE TRABAJO									9.943.467
NOMINA ANUAL									119.321.601

Tabla 87. Prestaciones sociales personal administrativo

PRESTACIÓN SOCIAL	VALOR (\$)
Cesantías	570.295
Prima	570.295
Vacaciones	278.556
Intereses Sobre Cesantías	5.703
Caja de Compensación Familiar	267.200
Riesgos profesionales	35.738
Salud empresa	835.000
Pensión empresa	1.068.800
Total	3.631.587

3) Gastos de personal prestación de servicios

Tabla 88. Personal prestación por outsourcing y prestación de servicios

Descripción del cargo	Cantidad	Capital de trabajo	Anual
Contador	1	350.000	4.200.000
Vigilancia	2	800.000	19.200.000
Servicios generales	1	750.000	9.000.000
TOTAL		1.900.000	32.400.000

4) Gastos de Servicios Públicos

Tabla 89. Gastos de servicios públicos

Servicios	Capital de Trabajo	anual
Agua 60% oficinas y áreas comunes	360.000	4.320.000
Luz 30% oficinas y áreas comunes	360.000	4.320.000
Plan de celular empresarial	296.700	3.560.400
Internet y televisión plan	104.900	1.258.800
TOTAL GASTOS	1.121.600	13.459.200

5) Resumen de gastos de administración y ventas

Tabla 90. Resumen gastos de administración y ventas

Tipo de gasto	Anual	Capital de trabajo
Gastos Administrativos y de ventas	38.400.000	39.552.000
Gastos de servicios	13.459.200	13.862.976
Gastos de personal por prestación de servicios	32.400.000	33.372.000
Nómina de personal administrativo	119.321.601	119.321.601
TOTAL	203.580.801	206.108.577

5.1.3.3 Gastos Financieros. El Parque Temático obtendrá los recursos para su desarrollo a través de sus 10 socios cada uno con una participación del 10%; por lo tanto no se requiere de apalancamiento de entidades financieras.

5.1.3.4 Total Capital de Trabajo. Para la puesta en marcha del parque, se requiere un capital de trabajo de \$ 64.264.055 millones de pesos.

Tabla 91. Resumen capital de trabajo requerido

PROVISIÓN DE GASTOS	Total
Gastos de administración y ventas	3.200.000
Gastos de servicios públicos	1.121.600
Gastos de personal por prestación de servicios	2.700.000
Nómina de personal administrativo	9.943.467
TOTAL PROVISIÓN DE GASTOS	16.965.067
PROVISIÓN DE COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS	
Materia prima	11.654.812
Mano de obra directa	8.344.064
Mano de obra indirecta	2.967.759
Materiales indirectos	11.654.812
Insumos indirectos	1.911.400
Depreciación	3.574.378
Dotaciones	103.200
otros costos C.I.F	4.314.306
TOTAL PROVISIÓN DE COSTOS	44.524.730
TOTAL	61.489.797

5.1.4 Inversión total. Para le adecuado pleno funcionamiento del parque es necesario recurrir a una inversión de **\$589.655.897.**

Tabla 92. Inversión total

<u>INVERSIÓN TOTAL</u>		<u>589.655.897</u>	<u>100%</u>
Activos fijos		503.082.500	85%
Muebles y enseres	12.680.200		
Herramientas	4.689.400		
Equipo de cómputo y telecomunicaciones	20.821.000		
Maquinaria y equipo	14.306.000		
Terrenos	60.000.000		
Edificaciones y adecuaciones	390.585.900		
Activos diferidos	25.083.600	25.083.600	5%
Capital de trabajo	61.489.797	61.489.797	10%

5.1.5 Fuentes de financiación. El Parque Temático para llevar a cabo sus metas tendrá como fuente de financiación el aporte de sus socios inversionistas, teniendo en cuenta que la inversión para la puesta en marcha de este es elevada, lo cual facilitaría que los costos de capital se conviertan en mayor rentabilidad para la empresa.

Tabla 93. Fuentes de financiación

Socio	Aporte (\$)	Participación porcentual %
Israel Núñez	58.965.590	10%
Mauricio Vargas	58.965.590	10%
Héctor Fajardo	58.965.590	10%
Dagoberto Sandoval	58.965.590	10%
Leonardo Carrillo	58.965.590	10%
Edna Rodríguez	58.965.590	10%
María Isabel Sanabria	58.965.590	10%
Nini Johana Quiroga	58.965.590	10%
Karol Lizeth Castañeda	58.965.590	10%
Deisy Johana Fajardo	58.965.590	10%
TOTAL INVERSION	589.655.897	100%

5.2 COSTOS Y GASTOS

Son los egresos que se tienen con motivo de las operaciones realizadas para la prestación del servicio del Parque Temático, estos costos y gastos dependen de la cantidad de servicios que se presten, es decir, varían según sea el caso de aumento o disminución del servicio.

5.2.1 Costos y gastos fijos. Son aquellos donde el valor permanece constante, y no dependen del volumen de ventas se tengan.

Tabla 94. Costos y gastos fijos

Especificación	valor anual \$
Gastos de publicidad	28.800.000
papelería para oficina	1.200.000
Suministros de oficina	2.400.000
Mantenimiento de equipos	960.000
Elementos de aseo oficinas y zonas comunes	1.200.000
Seguros todo riesgo Sura	3.840.000
Agua 30% oficinas y áreas comunes	4.320.000
Luz 30% oficinas y áreas comunes	4.320.000
Plan de celular empresarial	3.560.400
Internet y televisión plan	1.258.800
Gastos de personal por prestación de servicios	32.400.000
Nómina de personal administrativo	119.321.601
Mantenimiento de maquinarias	1.200.000
Seguros de maquinaria y equipos	171.672
Depreciación	42.892.533
Gastos diferidos	5.016.720
Dotaciones	7.028.400
Mano de obra directa	100.128.766
Total	360.018.892

5.2.2 Costos y gastos variables. Son aquellos que su monto cambia dependiendo del volumen de ventas, pero manteniendo constante el costo unitario en materiales directos y mano de obra o servicios.

Tabla 95. Costos y gastos variables

Especificación	Año
Materiales directos	139.857.740
Elementos de aseo	2.776.800
Servicios	20.160.000
Servicios de grupos de danzas	50.400.000
Total	213.194.540

5.2.3 Costo y gasto total unitario. Hace referencia al valor del costo de cada pasaporte vendido, tiene relación directa con los insumos, materia prima y los egresos fijos que se tienen.

Tabla 96. Costo y gasto total unitario

Concepto	Plan
Costos fijos	11.745
Materiales directos	4.563
Costos indirectos de fabricación	2.393
Total costo unitario	18.700

5.3 PRECIO DE VENTA

El precio del servicio ofrecido por el Parque Temático esta dado conforme las necesidades de los clientes y teniendo en cuenta el análisis de competencia que se realizó previamente de la prestación del servicio; se cuenta con un único plan llamado “Pasaporte mi cultura”

Tabla 97. Precio de Venta

Concepto	Plan
Costos fijos	11.745
materia prima	4.563
costos indirectos de fabricación	2.393
Total costo unitario	18.700
Precio	20.000
Margen de rentabilidad	1.300
Margen	7,0%

5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

Para el análisis se tuvo en cuenta un periodo de tiempo de cinco años, tiempo para el cual se proyectan los costos, gastos e ingresos.

5.4.1 Ingresos. Para la proyección de los ingresos se tiene en cuenta el número de servicios a prestar en cada año, para los primeros cinco años de vida útil del proyecto, multiplicados por el precio de venta que permanece constante. Adicional a esto se tendrán ingresos por los arriendos de: fabrica demostrativa de bocadillo,

fabrica demostrativa de panela, restaurante típico y parada dulce, las cuales contarán con un canon de arrendamiento mensual.

Tabla 98. Ingresos por operaciones del parque

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Recorrido por visitante	613.052.632	622.248.421	631.582.147	641.055.880	650.671.718
Arriendo proceso del bocadillo	14.400.000	14.659.200	14.923.066	15.191.681	15.465.131
Arriendo proceso de la panela	14.400.000	14.659.200	14.923.066	15.191.681	15.465.131
Arriendo fonda o restaurante	19.200.000	19.545.600	19.897.421	20.255.574	20.620.175
Arriendo salón dulce	19.200.000	19.545.600	19.897.421	20.255.574	20.620.175
Total Venta	680.252.632	690.658.021	701.223.120	711.950.390	722.842.329

5.4.2 Egresos. De acuerdo con la capacidad utilizada y proyectada, se elabora el presupuesto de egresos, los cuales son el resultado de la compra de insumos, pago de personal, servicios, etc.

Tabla 99. Egresos por gastos

GASTOS TOTALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos y de ventas	38.400.000	39.552.000	40.738.560	41.960.717	43.219.538
Gastos de servicios	13.459.200	13.862.976	14.278.865	14.707.231	15.148.448
Gastos de personal por prestación de servicios	32.400.000	33.372.000	34.373.160	35.404.355	36.466.485
Nómina de personal administrativo	119.321.601	119.321.601	119.321.601	119.321.601	119.321.601
TOTAL	203.580.801	206.108.577	208.712.187	211.393.904	214.156.073

Tabla 100. Egresos por costos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	139.857.740	141.955.606	144.084.941	146.246.215	148.439.908
Elementos de aseo	2.776.800	2.818.452	2.860.729	2.903.640	2.947.194
Servicios	20.160.000	20.462.400	20.769.336	21.080.876	21.397.089
otros costos	58.800.072	59.682.073	60.577.304	61.485.964	62.408.253
Mano de obra directa	100.128.766	100.128.766	100.128.766	100.128.766	100.128.766
Mano de obra indirecta	35.613.113	35.613.113	35.613.113	35.613.113	35.613.113
COSTO TOTAL	357.336.492	360.660.411	364.034.189	367.458.574	370.934.324

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

Los estados financieros son un cúmulo información contable estructurada y presentada conforme a las normas colombianas de contabilidad, de esta forma dan fe de los movimientos y acciones económicas que lleva cabo la empresa en un periodo determinado.

5.5.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años. este estado muestra los movimientos de recursos económicos con motivo del desarrollo del objeto social.

Tabla 101. Estado de Resultados Proyectados a 5 años

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	680.252.632	690.658.021	701.223.120	711.950.390	722.842.329
Recorrido por visitante	613.052.632	622.248.421	631.582.147	641.055.880	650.671.718
Arriendo proceso del bocadillo	14.400.000	14.659.200	14.923.066	15.191.681	15.465.131
Arriendo proceso de la panela	14.400.000	14.659.200	14.923.066	15.191.681	15.465.131
Arriendo fonda o restaurante	19.200.000	19.545.600	19.897.421	20.255.574	20.620.175
Arriendo salón dulce	19200000	19545600	19897420,8	20255574,37	20620174,71
TOTAL VENTAS ANTES DE IMPUESTO AL CONSUMO	680.252.632	690.658.021	701.223.120	711.950.390	722.842.329
TOTAL INGRESOS MENOS IMPUESTOS	680.252.632	690.658.021	701.223.120	711.950.390	722.842.329
COSTOS OPERACIONALES	357.336.492	360.660.411	364.034.189	367.458.574	370.934.324
Materiales directos	139.857.740	141.955.606	144.084.941	146.246.215	148.439.908
Elementos de aseo	2.776.800	2.818.452	2.860.729	2.903.640	2.947.194
Servicios	20.160.000	20.462.400	20.769.336	21.080.876	21.397.089
otros costos	58.800.072	59.682.073	60.577.304	61.485.964	62.408.253
Mano de obra directa	100.128.766	100.128.766	100.128.766	100.128.766	100.128.766
Mano de obra indirecta	35.613.113	35.613.113	35.613.113	35.613.113	35.613.113
EXCEDENTE BRUTO EN VENTA DE SERVICIOS	322.916.140	329.997.610	337.188.931	344.491.816	351.908.005
GASTOS	251.490.054	254.017.830	221.468.709	224.150.426	226.912.595
<i>Gastos generales</i>	203.580.801	206.108.577	208.712.187	211.393.904	214.156.073
Gastos de personal (administrativo, operativo y servicios)	151.721.601	152.693.601	153.694.761	154.725.956	155.788.087
Gastos administrativos y de ventas	38.400.000	39.552.000	40.738.560	41.960.717	43.219.538
Gastos de servicios	13.459.200	13.862.976	14.278.865	14.707.231	15.148.448
Depreciación	42.892.533	42.892.533	7.739.802	7.739.802	7.739.802
Gastos diferidos	5.016.720	5.016.720	5.016.720	5.016.720	5.016.720
EXCEDENTE ANTES DE IMPUESTOS	71.426.085	75.979.780	115.720.223	120.341.390	124.995.410
Impuesto de renta 25%	17.856.521	18.994.945	28.930.056	30.085.348	31.248.853
impuesto CREE 8% para 2016 en adelante	6.428.348	6.838.180	9.257.618	9.627.311	9.999.633
EXCEDENTE NETOS	47.141.216	50.146.655	77.532.549	80.628.731	83.746.925
Reserva legal	4.714.122	5.014.665	7.753.255	8.062.873	8.374.692
UTILIDAD NETA	42.427.095	45.131.989	69.779.294	72.565.858	75.372.232

5.5.2 Flujo de Caja Proyectado. Se tiene en cuenta los ingresos netos efectivos, a los cuales se les descuenta los egresos totales de cada periodo y se proyecta a cinco años, ya que este es el término de evaluación del proyecto.

Tabla 102. Flujo de Caja Proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA INICIAL		61.489.797	180.825.136	280.429.299	383.072.919	477.983.158
INGRESOS			-	-	-	-
Aporte de inversionista	589.655.897					
Préstamo en Banco Pichincha Tunja	-	-	-	-		
Recorrido por visitante		613.052.632	622.248.421	631.582.147	641.055.880	650.671.718
Arriendo proceso del bocadillo		14.400.000	14.659.200	14.923.066	15.191.681	15.465.131
Arriendo proceso de la panela		14.400.000	14.659.200	14.923.066	15.191.681	15.465.131
Arriendo fonda o restaurante		19.200.000	19.545.600	19.897.421	20.255.574	20.620.175
Arriendo salón dulce		19.200.000	19.545.600	19.897.421	20.255.574	20.620.175
TOTAL INGRESOS	589.655.897	680.252.632	690.658.021	701.223.120	711.950.390	722.842.329
EGRESOS						
Muebles y enseres	12.680.200	-				
Herramientas	4.689.400					
Equipo de cómputo y telecomunicaciones	20.821.000					
Maquinaria y equipo	14.306.000					
Terrenos	60.000.000					
Edificaciones y adecuaciones	390.585.900		-	-	-	
OTROS ACTIVOS DIFERIDOS	25.083.600		-	-		
Materia prima		139.857.740	141.955.606	144.084.941	146.246.215	148.439.908
Materiales indirectos		-	-	-	-	-
Elementos de aseo		2.776.800	2.818.452	2.860.729	2.903.640	2.947.194
Servicios		20.160.000	20.462.400	20.769.336	21.080.876	21.397.089
otros costos		58.800.072	59.682.073	60.577.304	61.485.964	62.408.253
Mano de obra directa		100.128.766	100.128.766	100.128.766	100.128.766	100.128.766
Mano de obra indirecta		35.613.113	35.613.113	35.613.113	35.613.113	35.613.113
Gastos de personal (administrativo, operativo y servicios)		151.721.601	152.693.601	153.694.761	154.725.956	155.788.087
Gastos administrativos y de ventas		38.400.000	39.552.000	40.738.560	41.960.717	43.219.538
Gastos de servicios		13.459.200	13.862.976	14.278.865	14.707.231	15.148.448
Gastos financieros		-	-	-	-	-
Impuesto de renta 25%			17.856.521	18.994.945	28.930.056	30.085.348
impuesto CREE 9% y 8% para 2016 en adelante			6.428.348	6.838.180	9.257.618	9.627.311
TOTAL EGRESOS	528.166.100	560.917.293	591.053.857	598.579.501	617.040.151	624.803.056
FLUJO NETO	61.489.797	119.335.338	99.604.164	102.643.619	94.910.239	98.039.273
CAJA FINAL	61.489.797	180.825.136	280.429.299	383.072.919	477.983.158	576.022.431

5.5.3 Balance General inicial y proyectado. Está conformado por tres partes, correspondientes a activos, pasivos y patrimonio, por medio de este se puede conocer la situación económica de la empresa año tras año.

Tabla 103. Balance General inicial y proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO	589.655.897	661.081.983	712.776.893	802.663.991	884.817.708	970.100.459
ACTIVO CORRIENTE	61.489.797	180.825.136	280.429.299	383.072.919	477.983.158	576.022.431
Caja	61.489.797					
Bancos		180.825.136	280.429.299	383.072.919	477.983.158	576.022.431
ACTIVO FIJO	503.082.500	460.189.967	417.297.434	409.557.632	401.817.830	394.078.028
Muebles y enseres	12.680.200	12.680.200	12.680.200	12.680.200	12.680.200	12.680.200
Herramientas	4.689.400	4.689.400	4.689.400	4.689.400	4.689.400	4.689.400
Equipo de cómputo y telecomunicaciones	20.821.000	20.821.000	20.821.000	20.821.000	20.821.000	20.821.000
Maquinaria y equipo	14.306.000	14.306.000	14.306.000	14.306.000	14.306.000	14.306.000
Terrenos	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Edificaciones y adecuaciones	390.585.900	390.585.900	390.585.900	390.585.900	390.585.900	390.585.900
Depreciación		42.892.533	85.785.066	93.524.868	101.264.670	109.004.472
ACTIVO DIFERIDO	25.083.600	20.066.880	15.050.160	10.033.440	5.016.720	-
PASIVOS	-	24.284.869	25.833.125	38.187.673	39.712.659	41.248.485
PASIVO CORRIENTE	-	24.284.869	25.833.125	38.187.673	39.712.659	41.248.485
impuestos por pagar		24.284.869	25.833.125	38.187.673	39.712.659	41.248.485
PASIVO A LARGO PLAZO	-	-	-	-	-	-
PATRIMONIO	589.655.897	636.797.114	686.943.768	764.476.317	845.105.049	928.851.973
Aportes socios	589.655.897	589.655.897	589.655.897	589.655.897	589.655.897	589.655.897
Utilidad acumulada	-	42.427.095	87.559.084	157.338.378	229.904.236	305.276.469
Reservas Acumuladas		4.714.122	9.728.787	17.482.042	25.544.915	33.919.608
PASIVO + PATRIMONIO	589.655.897	661.081.983	712.776.893	802.663.991	884.817.708	970.100.459

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Este proyecto tiene gran impacto social en la región debido a que genera no solo genera oportunidad laboral, sino que contribuye al fortalecimiento de la industria, al servir como vitrina para la promoción de los productos derivados de la caña y la guayaba, específicamente la pana y el bocadillo; en relación al empleo, inicialmente se generaran 14 empleos directos, 3 indirectos, además de los que se pueden generar en los estanes de ventas de la parada dulce y el restaurante.

Además el Parque Temático Cultural, pretende participar activamente en el incremento de la actividad turística del Departamento de Santander, lo que en consecuencia permite aumentar y fortalecer el desarrollo económico de la Región del Rio Suarez.

Al estar la empresa legalmente constituida se aporta directamente al fondo de inversión del estado, cuyos recursos se reinvertirán en beneficio a la comunidad para bienestar social municipal, departamental y nacional.

Desde el punto de microeconómico, este proyecto impacta positivamente pues no solo es una fuente de ingreso y progreso para los inversionistas y dueños de la idea de negocio, sino que también, contribuye a mejorar los ingresos económicos de los proveedores de servicios de servicios y productos que son requeridos para el pleno funcionamiento del parque.

De igual forma, esta empresa cumplirá a cabalidad con los requerimientos normativos en materia de Responsabilidad Social Empresarial, propuestos a través de la ISO 26.000, los cuales se analizan a continuación:

Tabla 104. Aplicación de los principios de responsabilidad social empresarial

PRINCIPIOS	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIA EN EL PARQUE
Rendición de cuentas	Una cuestión fundamental para poder llevar a cabo una correcta integración de la RS. La ISO 26000 invita a la organización a rendir cuentas por los impactos económicos, sociales y ambientales de su actuación, lo cual también implica asumir responsabilidad por sus impactos negativos y el compromiso de tomar las medidas pertinentes para repararlos y evitar repetirlos.	Debido a que la empresa será constituida legalmente, esta estará obligada a rendir cuenta al Estado y la comunidad, lo cual se hará a través de los informes emitidos a nivel financiero, ambiental y de cumplimiento de las normas legales
Transparencia	Sugiere, que la organización debería suministrar toda la información que requieran las partes interesadas, en un lenguaje accesible e inteligible.	La empresa suministrara la información a interesados a través de los estados financieros, los cuales cumplirán las normas contables a nivel nacional e internacional.
Comportamiento ético	Comportamiento acorde con los principios de correcta o buena conducta aceptados en el contexto de una situación determinada y que es coherente con la normativa internacional de comportamiento humano.	Los directivos y propietarios del parque actuaran conforme a las normas legales establecidas en la Constitución Política y las normas de comportamiento social emanadas de la misma, las cuales buscan el respeto y la tolerancia en la comunidad.
Respeto a los intereses de las partes concernientes	La organización debería respetar y atender los intereses y requerimientos de las partes interesadas.	Los directivos de la empresa siempre estarán dispuestos a atender los requerimientos y necesidades de sus clientes, proveedores, empleados, comunidad y el mismo Estado.
Respeto al principio de legalidad	Respetar el principio de legalidad o supremacía del derecho, lo que pasa por reconocer que ningún individuo u organización tiene la potestad de actuar fuera de la ley.	El cumplimiento del objeto social se llevará a cabo atendiendo de las normas legales que regulan el comportamiento empresarial y comercial del país.
Respeto a la normativa internacional de comportamiento	Yendo más allá del cumplimiento de la ley de los países en los que opera, la ISO 26000 invita a respetar la normativa internacional de comportamiento aun cuando la normativa nacional, a la que esté sujeta, no contemple las salvaguardas sociales y medioambientales.	Además del cumplimiento de las normas nacionales, el parque cumplirá con los lineamientos establecidos en las normas y convenios a nivel internacional del que Colombia haga parte.
Respeto a los derechos humanos	Respeto a aquellos derechos que posee todo individuo por el simple hecho de haber nacido. Pueden ser civiles y políticos	Las operaciones comerciales y de prestación de servicios estarán sujetas a los preceptos legales y sociales emanados de los derechos humanos.

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Del total de las dos hectáreas de las que se dispone para la creación del parque, la construcción o edificación afecta 6.085 m² equivalente al 30% del total del terreno; así, en este caso el análisis ambiental se desarrolla a través de dos enfoques:

El primero tiene que ver con el diseño y edificación del parque, el cual dadas las características de construcción y tomando en cuenta que se invade un espacio natural, tiene un impacto ambiental alto.

En lo que concierne la prestación y por ende el cumplimiento del objeto social del parque, se considera que el impacto ambiental es moderado, en la medida que los procesos no generan residuos, vapores o contaminantes que tengan amplio significado en el deterioro del medio ambiente.

6.2.1 Matriz de evaluación de impactos. Esta matriz mide el impacto ambiental tanto en el diseño, construcción y operación del parque, tomando en cuenta las siguientes valoraciones:

Critico (C): genera un alto impacto ambiental

Moderado (M): genera un impacto ambiental moderado

Aceptable (A): genera un bajo impacto ambiental.

Tabla 105. Calificación de matriz de evaluación de impactos

		DISEÑO	CONSTRUCCIÓN	FUNCIONAMIENTO
Aire	Calidad	A: porque el diseño no implica ningún proceso que afecte el aire.	M: debido a los residíos volátiles de los elementos de construcción	A: no se afecta porque los proceso no generan vapores
	Ruido	A: porque el diseño no implica ningún proceso que afecte el aire.	C: producido por la operación de la maquinas	M: porque se programas actividades que implican animación y música.
Agua	Calidad	A: el diseño se hace sobre el terreno, pero únicamente implica mediciones	M: dado que se generan residuos líquidos vertidos al ambiente.	A: porque se tendrá un sistema de alcantarillado
	Cantidad	A: No aplica por que no se usa este recurso.	C: porque se requiere de mucha agua para el uso efectivo de los elementos de construcción.	M: porque el proceso no implica grandes cantidades de agua, solo las necesarias.
Suelo	Erosión	A: el diseño se hace sobre el terreno, pero únicamente implica mediciones	C: porque se requiere perforar el suelo.	A: no se realizan proceso que impacten directamente el suelo
	Contaminación	A: las actividades previas no generan ningún residuo contaminante.	M: porque se generan residíos y desechos sólidos.	M: los procesos generales no requieren vertimientos de residuos, sin embargo, las fábricas y el restaurante emana residuos aunque en menor medida.
Flora	Abundancia	A: las mediciones no afectan la flora de forma significativa.	C: se tiene deforestar el área de construcción.	M: debido al tránsito de visitantes en zonas verdes.
	Respresentabilidad	A: las mediciones no afectan la flora de forma significativa.	M: la flora no es tan representativa.	A: la flora no es tan representativa.
Fauna	Abundancia	A: las mediciones no afectan la fauna del lugar.	C: porque se interviene directamente en el hábitat.	M: debido al tránsito de visitantes en zonas verdes, que albergan especies animales menores.
	Respresentabilidad	A: las mediciones no afectan la flora de forma significativa.	M: porque el terreno no alberga muchas especies animales.	A: porque el terreno no alberga muchas especies animales.
Paisaje	Belleza	A: las mediciones sobre el terreno no afectan significativamente el paisaje.	C: porque cambia el paisaje natural.	A: la estructura del parque está diseñada para compaginar con el entorno natural del sector.
	Naturalidad	A: las mediciones sobre el terreno no afectan significativamente el paisaje.	C: porque se crea una estructura artificial.	A: salvo las construcciones que respetan el 30% del terreno lo demás mantiene un enfoque natural.
Población	Relocalización	A: no se necesita, porque el terreno está vacío.	A: no se necesita, porque el terreno está vacío.	A: el parque alberga visitantes temporales.
	Costumbres	A: no interviene en la población.	A: no interviene en la población.	M: debido a que el turismo puede cambiar la estructura.

Tabla 106. Calificación de matriz de evaluación de impactos

		DISEÑO	CONSTRUCCIÓN	FUNCIONAMIENTO
Aire	Calidad	A: porque el diseño no implica ningún proceso que afecte el aire.	M: debido a los residíos volátiles de los elementos de construcción	M: se generan algunos vapores en las fábricas demostrativas y el restaurante.
	Ruido	A: porque el diseño no implica ningún proceso que afecte el aire.	C: producido por la operación de la maquinas	M: porque se programan actividades que implican animación y música.
Agua	Calidad	A: el diseño se hace sobre el terreno, pero únicamente implica mediciones	M: dado que se generan residuos líquidos vertidos al ambiente.	M: porque se puede afectar por los vertimientos de las fábricas demostrativas y el restaurante.
	Cantidad	A: No aplica por que no se usa este recurso.	C: porque se requiere de mucha agua para el uso efectivo de los elementos de construcción.	M: porque el proceso no implica grandes cantidades de agua, solo las necesarias.
Suelo	Erosión	A: el diseño se hace sobre el terreno, pero únicamente implica mediciones	C: porque se requiere perforar el suelo.	A: no se realizan proceso que impacten directamente el suelo
	Contaminación	A: las actividades previas no generan ningún residuo contaminante.	M: porque se generan residíos y desechos sólidos.	M: los procesos generales no requieren vertimientos de residuos, sin embargo, las fábricas y el restaurante emana residuos aunque en menor medida.
Flora	Abundancia	A: las mediciones no afectan la flora de forma significativa.	C: se tiene deforestar el área de construcción.	M: debido al tránsito de visitantes en zonas verdes.
	Representatividad	A: las mediciones no afectan la flora de forma significativa.	M: la flora no es tan representativa.	A: la flora no es tan representativa.
Fauna	Abundancia	A: las mediciones no afectan la fauna del lugar.	C: porque se interviene directamente en el hábitat.	M: debido al tránsito de visitantes en zonas verdes, que albergan especies animales menores.
	Representatividad	A: las mediciones no afectan la flora de forma significativa.	M: porque el terreno no alberga muchas especies animales.	A: porque el terreno no alberga muchas especies animales.
Paisaje	Belleza	A: las mediciones sobre el terreno no afectan significativamente el paisaje.	C: porque cambia el paisaje natural.	A: la estructura del parque está diseñada para compaginar con el entorno natural del sector.
	Naturalidad	A: las mediciones sobre el terreno no afectan significativamente el paisaje.	C: porque se crea una estructura artificial.	A: salvo las construcciones que respetan el 30% del terreno lo demás mantiene un enfoque natural.
Población	Relocalización	A: no se necesita, porque el terreno está vacío.	A: no se necesita, porque el terreno está vacío.	A: el parque alberga visitantes temporales.
	Costumbres	A: no interviene en la población.	A: no interviene en la población.	M: debido a que el turismo puede cambiar la estructura socioeconómica de la población.

6.2.2 Plan de mitigación. El plan de mitigación está enfocado a minimizar el impacto ambiental de aquellas actividades realizadas que tienen un impacto moderado o crítico.

Tabla 107. Plan de mitigación ambiental para el parque temático

		CONSTRUCCIÓN	FUNCIONAMIENTO
Aire	Calidad	M: realizar procesos que eviten la volatilizada de partículas de los elementos de construcción.	M: instalar purificadores de aire en zonas como las fabricas demostrativas y el restaurante
	Ruido	C: mantener la maquinaria en óptimas condiciones, para evitar ruidos excesivos.	M: mantener bajos decibeles, en las actividades de animación y proyección de eventos musicales.
Agua	Calidad	M: instaurar un proceso provisional de vertimientos de residuos líquidos, con un sistema de purificación.	M: Usar productos biodegradables y técnicas de aseo ecológicas
	Cantidad	C: reutilizar en los proceso de mezclas de elementos el agua que es utilizada en los proceso de lavado de herramientas.	M: Recolectar aguas lluvias: Una manera de ahorrar y hacer uso eficiente del agua es ubicando canales que desplacen el agua de escorrentía del techo a recipientes. El agua captada la utilizamos en labores de aseo en las diferentes estaciones. Instalar inodoros, con diagrama de ahorro de agua
Suelo	Erosión	C: realizar un estudio efectivo de suelos para evitar que las construcciones puedan generar a corto o mediano plazo erosiones del terreno.	
	Contaminación	M: evitar el vertimiento de residuos líquidos usados, sin e previo tratamiento.	M: realizar campañas de sensibilización con clientes internos y externos para que no arrojen desechos o residuos en lugares inadecuados. Ubicar puntos ecológicos, para la respectiva clasificación de los residuos. Elaborar carteles de señalización y concientización.
Flora	Abundancia	C: desarrollamos actividades de reforestación con especies nativas. Minimizar las zonas de impacto durante la construcción.	M: desarrollamos actividades de reforestación con especies nativas
	Respresentabilidad	M: desarrollamos actividades de reforestación con especies nativas	
Fauna	Abundancia	C: Minimizar las zonas de impacto durante la construcción.	M: concientizar a los visitantes para que no destruyan y protejan las especies que se encuentran en el entorno.
	Respresentabilidad	M: mantener la estabilidad del entorno.	
Paisaje	Belleza	C: que la construcción tenga una estructura que mantenga los lineamientos naturales del entorno.	
	Naturalidad	C: maximizar los espacios naturales	
Población	Relocalización		
	Costumbres		M:

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera facilita la determinación de la factibilidad de un proyecto. El estudio de mercado, estudio técnico, administrativa y legal y el estudio financiero, permiten realizar la evaluación financiera. Con estos datos se determinará que tan atractivo es el proyecto desde el punto de vista de los inversionistas.

Una vez se define la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, la evaluación financiera permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

Se procede a sacar la tasa de oportunidad o la tasa mínima atractiva de retorno TMAR deflactada, tomando como referencia los siguientes datos:

RP: Porcentaje de recursos propios = 100%

RC: Porcentaje de recursos del crédito = 0%

TI: Tasa de Interés del crédito = 0%

%IMP: Porcentaje de impuesto de renta. = 25%

TES: Títulos de tesorería a 5 años del Banco de la República = 6,6%

TR = Tasa de riesgo del = 10%

Ti= tasa de inflación 2016= 5,75%

TO = ((1+ TES) (1+TR)) -1 x 100

TO = ((1+ 0.066) (1+0.10)) -1 x 100

TO = ((1.066) (1.1)) -1 x 100

TO = (1.1726 -1 x 100

TO = 0.1726* 100 = 17,26%

Tasa Mínima Atractiva de Retorno TMAR, será:

$$\text{TMAR} = (\text{TO} \times \text{RP}) + (\text{RC} \times \text{TI} \times (1 - \% \text{IMP}))$$

$$\text{TMAR} = (0,1726 \times 1) + (0 \times 0 \times (1 - 0.25))$$

$$\text{TMAR} = (0,1726) + (0 \times (0.75))$$

$$\text{TMAR} = (0,1726) + (0.0)$$

$$\text{TMAR} = 0,1726 = 17,26\%$$

Como se trabaja con pesos constantes se debe deflactar bajo la siguiente fórmula:

$$\text{TMAR Deflactada} = \frac{(1 + \text{TMAR}) - 1}{(1 + \text{Ti})} \times 100$$

$$\text{TMAR Deflactada} = \frac{(1 + 0,1726) - 1}{(1 + 0,0575)} \times 100$$

$$\text{TMAR Deflactada} = \frac{(1,1726) - 1}{(1.0575)} \times 100$$

$$\text{TMAR} = (1.109 - 1) * 100$$

$$\text{TMAR} = 10,9\%$$

Teniendo en cuenta una inversión requerida de \$589.655.897 y una Tasa Mínima Atractiva de Retorno de 10,9% y con los siguientes flujos de efectivo:

Tabla 108. Flujos de efectivo del parque temático

CONCEPTO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión	589.655.897					
Flujo Neto de Efectivo	(589.655.897)	167.244.591	147.513.417	115.400.141	107.666.761	399.415.630

6.3.1 Valor presente neto. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, origina por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

La TIO utilizada para calcular la viabilidad del proyecto es del 10,9%, la inversión inicial es de \$589.655.897 el flujo de los ingresos menos los egresos de cada periodo denota un flujo que restado a la inversión inicial, arroja un resultado positivo equivalente a **\$75.286.828** pesos, lo cual nos muestra que la inversión se libera antes de cumplirse los cinco periodos establecidos para la realizar la evaluación financiera.

$$\text{VPN} = \frac{\sum \text{flujos de efectivo}}{(1 + \text{TMAR})^n} - \text{Inversión}$$

Tabla 109. Valor presente neto con retorno de capital invertido

$$\begin{aligned} \text{VPN} &= \frac{167.244.591}{1,11} + \frac{147.513.417}{1,11} + \frac{115.400.141}{1,11} + \frac{107.666.761}{1,11} + \frac{399.415.630}{1,11} \\ &= \frac{167.244.591}{1,11} + \frac{147.513.417}{1,23} + \frac{115.400.141}{1,36} + \frac{107.666.761}{1,51} + \frac{399.415.630}{1,68} \\ &= 150.828.207 + 119.975.480 + 84.644.316 + 71.220.266 + 238.274.456 \\ \text{VPN} &= 664.942.725 - 589.655.897 \\ \text{VPN} &= 75.286.828 \end{aligned}$$

6.3.2 Tasa Interna Retorno TIR. Este indicador porcentual muestra la rentabilidad del parque durante la vida útil estimada que para el caso es de 5 años; con el análisis se pretende que esta sea superior a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno de 10,9%. Es importante resaltar que la TIR se define como la tasa en que el Valor Presente Neto es igual a cero. En este caso con una inversión de \$ 589.655.897 se tiene una tasa real de rentabilidad del 15,2%; lo cual lleva deducir que desde esta perspectiva existe una favorabilidad del proyecto desde el punto de vista financiero.

6.3.3 Período de recuperación. Refleja el tiempo en el cual se logrará recuperar la inversión inicial. Para el parque Temático Cultural se requiere un tiempo de 4,43 años, lo que indica que es viable porque es menor a la vida útil del proyecto.

$$\text{PRI} = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{VP Promedio}}$$

$$\text{PRI} = \frac{589.655.897}{150.828.207 + 119.975.480 + 84.644.316 + 71.220.266 + 238.274.456}$$

$$\text{PRI} = \frac{589.655.897}{132.988.545}$$

$$\text{PRI} = 4,43$$

6.4.4. Análisis de las Razones Financieras. Para tener mayor información del comportamiento financiero de la empresa es importante realizar comparaciones con las razones financieras de la organización; Como parte de este análisis se tuvo en cuenta la razón corriente, índice de endeudamiento, rentabilidad neta, rentabilidad del activo por último la rentabilidad del patrimonio.

- **Razón Corriente:** Mide la disponibilidad a corto plazo que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones del pasivo corriente.

Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente

$$\text{Razón Corriente} = 180.825.136 / 24.284.869 = 7,45$$

Por cada peso de deuda, se cuenta con 7,45 pesos para respaldarla. Este comportamiento es ascendente, ya que a medida que transcurren los periodos evaluados, la deuda disminuye.

- **Índice de endeudamiento:** Establece el porcentaje de participación de los acreedores con relación a la financiación de los activos de la compañía.

Índice de Endeudamiento = Total Pasivo / Total Activo

$$\text{Índice de Endeudamiento} = 24.284.869 / 661.081.983 = 0,04$$

Por cada peso de activo total, el 0,04 han sido financiados, este comportamiento indica que se trabaja con recursos propios.

- **Rentabilidad Neta.** Mide la efectividad de la administración para controlar los costos y gastos y convertir las ventas en provecho.

Rentabilidad Neta = Utilidad Neta / Ventas Netas

$$\text{Rentabilidad Neta} = 42.427.095 / 680.252.632 = 6,2\%$$

Se puede observar que las ventas de la empresa para el primer año es del 16% sobre el total de los activos de la compañía; lo indica que se trabajan con recursos propios.

- **Rentabilidad del Activo Total (ROA) = Utilidad Neta / Activo Total**

$$\text{Rentabilidad del Activo Total (ROA)} = 42.427.095 / 661.081.983 = 6,4\%$$

Se concluye que la participación de los acreedores para el primer año es del 6,4% sobre el total de los activos de la compañía; los cual nos indica que trabajamos con recurso propios.

- **Rentabilidad del Patrimonio.** Mide la efectividad de la administración para controles los costos y los gastos y convertir las ventas en provecho.

Rentabilidad del Patrimonio (ROE) = Utilidad Neta / Patrimonio

$$\text{Rentabilidad del Patrimonio (ROE)} = 42.427.095 / 636.797.114 = 6,7\%$$

Por cada peso de patrimonio se está generando una utilidad neta del 6,7% la cual aumenta periodo a periodo.

6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para el primer año. Cuando se trata de un solo producto o servicio, calcular el punto de equilibrio en unidades, en pesos y graficarlo y en el caso de varios productos, calcular el punto de equilibrio por el método de múltiprodueto.

Formulas base:

$$P.E. \text{ unidades} = \frac{CF}{Pvq - Cvq}$$

Para ello se tiene:

CF = costos fijos;
Pvq = precio de venta unitario;
Cvq = costo variable unitario

$$P.E. \text{ en pesos} = \frac{CF}{1 - (CVT/VT)}$$

Dónde:

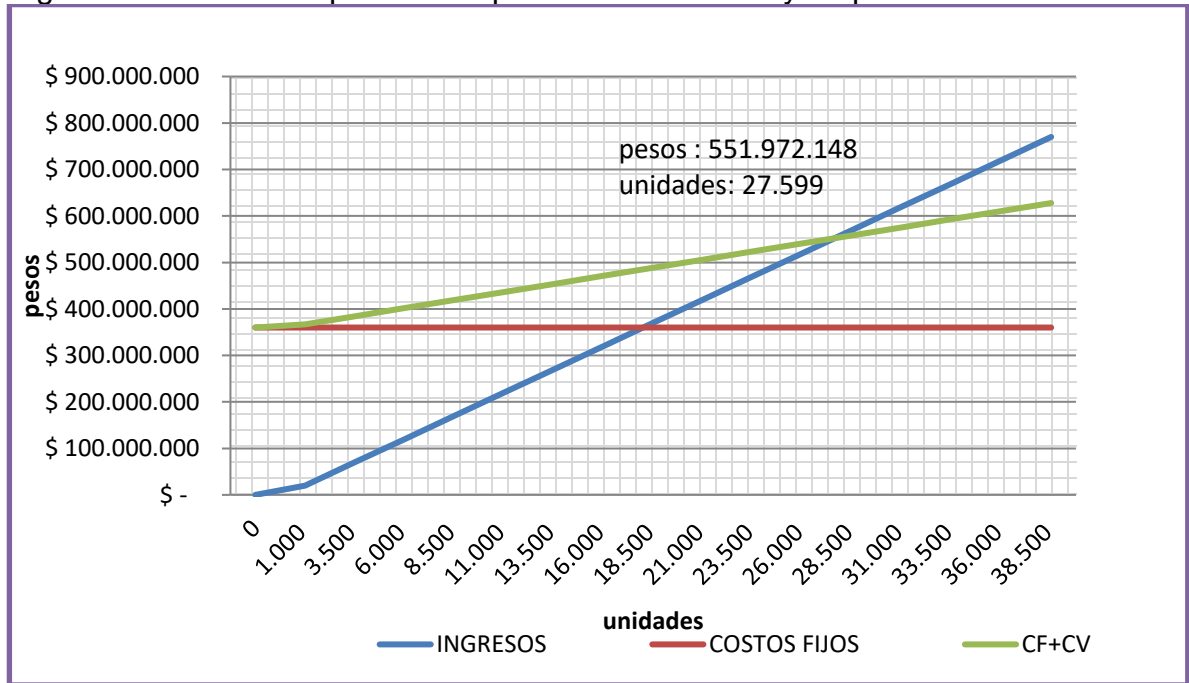
CF = costos fijos;
CVT = costo variable total;
VT = ventas totales

Tabla 110. Cálculo del punto de equilibrio en unidades y en pesos

	Referencia	Recorrido por visitante
F1	Ventas presupuestadas	30.653
F2	precio de venta (\$)	20.000
F3	Costo unitario variable (\$)	6.955
F4	Margen de contribución (\$)	13.045
F5	Tasa de participación (Total ventas/cada producto)	100%
F6	PUNTO DE EQUILIBRIO/FORRO (UN) (F10*F5)	27.599
F7	Margen de contribución ponderado unitarios (\$) 8F4*F5)	13.045
F8	Costos fijos (\$)	360.018.892,5
F9	Margen de contribución ponderado total (\$) (A7+B7+C7)	13.045
F10	PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL (UN)(F8/F9)	27.599
F11	PUNTO DE EQUILIBRIO \$	551.972.148

El punto de equilibrio corresponde al 90% del total de las ventas teniendo en cuenta que se está trabajando una capacidad utilizada al 71,4% de la capacidad diseñada.

Figura 51. Cálculo del punto de equilibrio en unidades y en pesos



7. CONCLUSIONES

Una vez realizados los estudios de mercados, técnico, administrativo y financiero, y llevada a cabo evaluación de impacto social, ambiental y económico, se llega a concluir lo siguiente:

- Existe la oportunidad para la creación y funcionamiento de un “Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela” él cual tiene como finalidad reconocer, valorar y exaltar la cultura de la Agroindustria del bocado Veleño y la panela que son productos autóctonos de la “Región del Rio Suarez”; dando a conocer la memoria histórica y la importancia de la “denominación de origen del bocado veleño” y la panela como “bebida nacional”, así mismo degustar de la riqueza gastronómica de la región, a través de la creación de espacios de aprendizaje, cultura y entretenimiento.
- Se establece el tamaño del proyecto en base al estudio de mercados conforme a la demanda existente de 2.080.890 familias de Monquirá, Vélez, Barbosa, Tunja, Duitama, Sogamoso y Bogotá de los estratos III, IV, Y V; tomando como referencia que la unidad familiar está compuesta en promedio por tres integrantes para un total de 30.653 personas demandantes anuales. Por lo cual lo anterior da a conocer la cantidad de pasaportes a comercializar anualmente determinando capacidad diseñada, instalada y utilizada.
- La capacidad instalada que se cubrirá corresponde a la capacidad máxima disponible de prestación del servicio permanente, teniendo en cuenta las fortalezas humanas, físicas y técnicas con las cuales cuenta el Parque Temático, por lo tanto se estimó así, La capacidad utilizada se desarrollara tomando un 71,4% de la capacidad instalada inicialmente, adicional a esto se tendrá un

crecimiento anual del 1,5% conforme al crecimiento poblacional anual real, que lleve a un total de 32.534 servicios en los 5 años estipulados.

- El “Parque Temático cultural del Bocado Veleño” y la Panela estará ubicado en el Municipio de Barbosa departamento de Santander, este cuenta con un lote de 2 hectáreas ubicado en la Finca la Mana en el Km 1 vía Barbosa.
- El Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela se constituirá como una sociedad por acciones simplificadas SAS la cual le permite a los empresarios fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Cuenta con una estructura organizacional compuesta por un área administrativa y un área operativa, la administrativa conformada por el gerente, la auxiliar contable, el contador, asesor comercial y el vigilante, en la parte operativa están los operarios, los guías, el coordinador de servicios y el auxiliar de mantenimiento.
- Para la puesta en marcha del Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela “PANECA”. Se requiere de una inversión de \$ 589.655.897 los cuales serán aportados por los socios accionistas,
- Los ingresos netos se tienen en cuenta por el número de servicios a prestar que equivalen a 30.653 pasaportes donde el con un valor de \$20.000 por persona, bajo estas condiciones para el primer año de vida útil del proyecto se obtendrán ventas por \$680.252.632, las cuales también están compuestas por ingresos por arriendos que se recibirán de las estaciones: Ruta de la tradición Bocado, Dulce senda de la caña panelera, Restaurante típico y parada dulce, las cuales contarán con un canon de arrendamiento mensual.
- La evaluación final del proyecto indica la factibilidad del proyecto, demostrando que aporta económicamente y socialmente a la región, contando con la participación de inversionista, proveedores, clientes y trabajadores, donde todos de alguna manera serán beneficiarios del servicio prestado por “PANECA” se

obtiene un valor presente neto por encima de cero, con un periodo de retorno de la inversión inferior a la vida útil del proyecto, con una TIR estimada de 15,21% por encima de la Tasa Mínima Atractiva de Retorno (10,9%), un Valor Presente Neto de \$75.286.828, un Periodo de Retorno de la Inversión de 4,43 años y con un punto de equilibrio cuando hay ventas por un valor de que equivalen a 44.340 pasaportes para adultos y un valor de \$551.972.148 que equivalen a 27.599 pasaportes, de esta manera se puede afirmar que el proyecto es viable si se tiene en cuenta los lineamientos establecidos en este documento que hacen relación a los estudios de mercados, técnico, administrativo, financiero y la evaluación financiera.

8. RECOMENDACIONES

Cabe recalcar que los estudios realizados en este proyecto de factibilidad equivalen a la etapa inicial como prueba piloto para la puesta en marcha del Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela.

Para un mejor funcionamiento, una buena rentabilidad y un excelente servicio, el del Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela tiene en cuenta:

- Establecer estrategias con proveedores de insumos y servicios para brindar un mejor servicio ofreciendo calidad en cada uno de sus atractivos, tanto en la parte de precios, como en la parte de calidad.
- Es necesaria la implementación de un área de innovación donde periódicamente se esté trabajando en búsqueda de un mejor servicio, y de la satisfacción del cliente, aplicando las políticas ya determinadas por el “Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela”.
- Buscar los medios e instrumentos que permitan mantener las condiciones básicas de ingresos y egresos, es decir, hacer gestión activa con clientes y proveedores.
- Implementar el paquete tecnológico propuesto, así como las recomendaciones administrador, propendiendo siempre la maximización de recursos en pro de la calidad y la búsqueda del mejoramiento continuo.
- La inversión en publicidad para que el Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela tenga más distinción a nivel regional y nacional, con el fin de que se conozca la cultura del bocado y la panela.

- El ejecutar el paquete tecnológico es de gran importancia, debido a que le permite tener una ventaja competitiva con respecto a otros parques que se dediquen a ofrecer el mismo servicio.
- Establecer políticas de ventas para que los clientes tengan mayor frecuencia para asistir al Parque Temático Cultural del Bocado Veleño y la Panela, obteniendo mayor rentabilidad.
- Cumplir con lo estipulado en la norma de responsabilidad social empresarial, para tener mayor acogida con el cliente.

BIBLIOGRAFÍA

ARIZA P., Andrea. et. al. Parques temáticos en Colombia: Construyendo empresas perdurables que acepten el desafío de subirse a la montaña de la turbulencia global. Bogotá: Universidad del Rosario, 2011. 74 p.

BRAVO MONTILLA, Ángela María y RINCÓN AMBROSIO David Ernesto. Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia. Trabajo de grado administrador de negocios internacionales. Bogotá: Universidad del Rosario, 2013. 99 p.

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Comportamiento de la actividad productiva y del entorno competitivo y empresarial. Bogotá: Observatorio Económico la Región Cundinamarca, 2016. p. 7

DAZA ENSUNCHO, Johanna y MERCADO TAPIA, Pedro M. Estudio de factibilidad para la creación del parque Científico Tecnológico de la Universidad de Cartagena. Trabajo de grado administración de empresas. Cartagena: Universidad de Cartagena, 2010. 171. p.

ECHEVERRI CAÑAS, Lina María. La imagen y la marca país: Propuesta de un modelo estratégico de proyección-país para Colombia. Bogotá: Universidad del Rosario, 2014. 410 p.

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA. Plan de desarrollo turístico de Santander. Bogotá: Mincit, 2012. p.85

GRUPO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO EN GESTIÓN, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD. Agenda prospectiva de investigación y desarrollo

tecnológico para la cadena productiva de la panela y su agroindustria en Colombia. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2009. 258 p.

MINISTERIO DE CULTURA Y MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Política de Turismo Cultural. Bogotá: Mincultura, 2006. p. 11

MINISTERIO DE TRABAJO. Perfil productivo del municipio de Barbosa: Insumo para el diseño de las estrategias y alternativas para la generación de empleo a las víctimas de la violencia. Bogotá Colombia: RED ORMET 2013. p. 49-50

OVIEDO CARRILLO, Olga Lucia y PALENCIA PESTANA, Linda patricia. Factibilidad para la creación de una empresa de turismo con destino a los lugares de los municipios de Santander. Trabajo de grado gestor empresa. Bucaramanga: Instituto de proyección regional y educación a distancia, 2010. 299. p.

ANEXOS

Anexo A. Encuesta Demanda

ENCUESTA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER ESTUDIO DE MERCADOS

Estudio de mercados para la creación del Parque Temático en las ciudades de Barbosa, Vélez y Moniquirá, Tunja, Duitama, Sogamoso y Bogotá.

Nombre de quien formula la encuesta:

Actividad: Estudiante del programa Gestión empresarial, Universidad Industrial de Santander Sede Barbosa.

1. ¿Por cuantas personas está conformado su núcleo familiar?

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

2. ¿Realiza frecuentemente turismo en Colombia?

- Si _____
- No _____

3. ¿Realiza turismo cultural por medio de los parques temáticos?

- Si _____
- No _____

4. ¿Con que frecuencia realiza turismo cultural por medio de los parques temáticos?

- Anual _____
- Semestral _____

5. ¿Precios pagado por persona en una visita a un parque temático?

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| \$10.000 a \$19.999 _____ | \$30.000 a \$39.999 _____ |
| \$20.000 a \$29.999 _____ | \$30.000 a \$39.999 _____ |
| \$40.000 a Más _____ | |

- Mensual _____
- Trimestral _____
- Anual _____

6. ¿Actualmente mediante cual medio publicitario recibe información de turismo cultural?

Radio _____
Prensa _____
Internet _____
Televisión _____
Todas las anteriores _____

7. ¿Le interesa conocer la cultura del bocadillo Veleño y la cultura de la panela por medio del parque temático?

Si _____
No _____

8. ¿Con que frecuencia estaría dispuesto a asistir al “Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela”?

Anual _____
Semestral _____

9. ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por concepto de la entrada al Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela?

\$5.000 a \$14.999 _____ \$25.000 a \$34.999 _____
\$15.000 a \$24.999 _____ \$35.000 a Más _____

10. ¿De qué forma le gustaría acceder a la prestación del servicio?

Por medio de cajas de compensación _____
Por medio de agencias de turismo _____
Por medio de servicio directo con el parque _____

11. ¿De acuerdo a las siguientes opciones indique cuales son para usted, las características más importantes que debería tener el Parque Temático Cultural del Bocadillo Veleño y la Panela?

Seguridad _____
Parqueadero _____
Zona de comidas _____
Espacios libres _____
Aspecto pedagógico _____
Totas las anteriores _____

12. ¿Mediante cual medio de publicitario le gustaría recibir más información acerca del parque temático?

Radio _____
Prensa _____
Internet _____
Televisión _____
Todas las anteriores _____

Anexo B. Encuesta satisfacción del servicio

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO

Apreciado visitante, su opinión es valiosa para mejorar la calidad de nuestro servicio valore de 1 a 5, siendo 1 la más baja calificación y 5 la más alta calificación.

1)

En el momento del ingreso al parque	1	2	3	4	5
Amabilidad en la Atención					
Agilidad en la atención					
Información completa y veraz					

2)

Acompañamiento del guía	1	2	3	4	5
Claridad en la explicación de los procesos					
Información completa y veraz					
Buen trato del personal					

3)

En general como le han parecido los servicios que ofrece el parque.	1	2	3	4	5

4)

Si tiene alguna observación diligencie este espacio:

Si tiene alguna observación diligencie este espacio:

Anexo D. Ficha técnica

FICHA TECNICA "PARQUE TEMATICO CULTURAL DEL BOCADILLO VELEÑO Y LA PANELA" BARBOSA SANTANDER	
Servicio	Promoción de la cultura de la "Región del Río Suarez".
Diseño	<p>El parque temático-Cultural ha diseñado de acuerdo a su capacidad y necesidades del cliente unas tarifas donde se ofrecerá un pasaporte que incluye diferentes actividades en un ambiente de conocimiento.</p> <p>Para la tarifa de cada pasaporte se tuvo en cuenta que la mayoría de la población viaja en familia, por ello las actividades van dirigidas hacia la integración de la misma.</p> <ul style="list-style-type: none"> ↓ Ruta de la tradición bocadillera ↓ Dulce senda de la caña panelera ↓ Danzas típicas de la "Región del Río Suarez" ↓ Fonda Santandereana ↓ Juegos Autóctonos ↓ Parada del Copete
Descripción del servicio	Ofrece un recorrido en el cual encontrara toda la magia y la historia de la cultura del bocadillo veleño y la panela costumbres de una tradición que se extiende por toda la "Región del río Suarez", marco de un destino turístico - cultural que ofrece a los visitantes un espacio de sano esparcimiento.
Especificaciones Técnicas	<p>Conocimientos generales sobre la Cultura Regional.</p> <p>Conocimientos generales sobre la función del guía de turismo cultural:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Conocimiento de legislación Turística. -Conocimiento del mercado Turístico. -Conocimiento sobre patrimonio cultural. -Habilidad para comunicar, orientar e informar. -Habilidad para conducción de grupos.
Vida útil	Por ser un servicio la vida útil se acaba cuando es disfrutado.
Normatividad	-Política de Turismo Cultural de Colombia y CONPES 3659. Reconoce las problemáticas que han atacado la industria cultural y creativa en el país. Hace un marco social e histórico sobre estas y las razones por las cuales no han podido crecer y reconoce la importancia del estado a la hora de darle



Anexo E. Formato Control de Asesoría

**FORMATO DE SEGUIMIENTO DE LAS ASESORÍAS PARA EL DESARROLLO DEL
PROYECTO DE GRADO
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL**

Título del trabajo: "FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL PARQUE
TEMÁTICO DEL BOCAILLO VELETO Y LA PAJELA, EN EL MUNICIPIO DE BARBOSA"

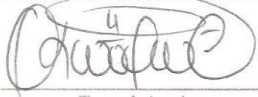
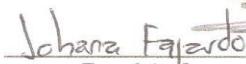

Autor 1: KAROL LIZETH CASTAÑEDA ALVAREZ Teléfono: _____
Correo Electrónico: _____ Celular: 313 875 1043

Autor 2: DEISY IGHANA FAJARDO AMEAR Teléfono: _____
Correo Electrónico: _____ Celular: 322 405 2756

Tutor: GUILLERMO LEON CASTILLO Teléfono: _____
Correo Electrónico: _____ Celular: 310 767 2271

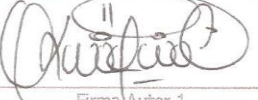
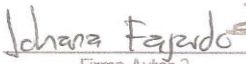

ASESORÍA 1

Fecha: Agosto 11 Lugar: U?S Hora inicio: 2:00 pm Hora fin: 3 pm
Observaciones: programación Cronograma de actividades

 Firma Autor 1	 Firma Autor 2	 Firma Tutor
--	--	---

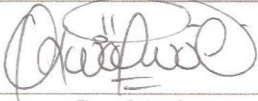
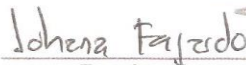

ASESORÍA 2

Fecha: septiem. 5 Lugar: U?S Hora inicio: 2:00 pm Hora fin: 3:00 pm
Observaciones: Entrega avance 1 generalidades y estudio
de mercados. Asesoría estudio tecnico

 Firma Autor 1	 Firma Autor 2	 Firma Tutor
--	--	---

ASESORÍA 3

Fecha: sept-12 Lugar: U?S Hora inicio: 2:00 pm Hora fin: 3:00
Observaciones: Revisión avance 1, entrega Avance 2, 1
estudio tecnico item 3.1

 Firma Autor 1	 Firma Autor 2	 Firma Tutor
--	--	---

ASESORÍA 4

Fecha: sept 19 Lugar: U.S Hora inicio: 10:00 am Hora fin: 11:00 am

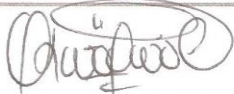

Observaciones: entrega correcciones avance 1 y segunda parte estudio tecnico, Asesoría estudio Administrativo

 Firma Autor 1	<u>Johana Fajardo</u> Firma Autor 2	 Firma Tutor
--	--	---

ASESORÍA 5

Fecha: octubre 3 Lugar: U.S Hora inicio: 3:00 pm Hora fin: 4:00 pm

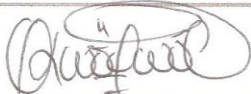
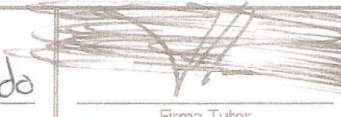
Observaciones: Revisión avance 2, entrega avance 3, estudio administrativo, Asesoría estudio Financiero

 Firma Autor 1	<u>Johana Fajardo</u> Firma Autor 2	 Firma Tutor
--	--	---

ASESORÍA 6

Fecha: octubre 17 Lugar: U.S Hora inicio: 10:00 am Hora fin: 11:00 am

Observaciones: entrega correcciones avance 2, revisión avance 3, entrega avance 4 y estudio Financiero, asesoría e. proyecto

 Firma Autor 1	<u>Johana Fajardo</u> Firma Autor 2	 Firma Tutor
--	--	---

ASESORÍA 7

Fecha: octubre 31 Lugar: U.S Hora inicio: 4:00 pm Hora fin: 5:00 pm

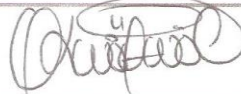

Observaciones: Revisión de las correcciones estudio Financiero, entrega

 Firma Autor 1	<u>Johana Fajardo</u> Firma Autor 2	 Firma Tutor
--	--	---

ASESORÍA 8

Fecha: nov 7 Lugar: U.S Hora inicio: 10:00 am Hora fin: 11:00 am

Observaciones: Revisión general proyecto, asesoría para correcciones y entrega Final en la plataforma.

 Firma Autor 1	<u>Johana Fajardo</u> Firma Autor 2	 Firma Tutor
--	--	---

Anexo F. Contrato individual de trabajo a término fijo

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO A TÉRMINO FIJO

NOMBRE DEL EMPLEADOR _____

DOMICILIO DEL EMPLEADOR _____

NIT _____

NOMBRE DEL TRABAJADOR _____

C.C. _____

DIRECCION DEL TRABAJADOR _____

TELEFONO _____

LUGAR, _____

FECHA _____

DE _____

NACIMIENTO _____

OFICIO QUE DESEMPEÑARA _____

SALARIO BASICO MENSUAL _____

DURACION DEL CONTRATO _____

FECHA DE INICIACION _____

FECHA DE TERMINACION _____

PERIODO DE PAGO _____

LUGAR DONDE TRABAJARA _____

CIUDAD DONDE SE CONTRATA _____

Entre el EMPLEADOR y el TRABAJADOR, de las condiciones ya dichas, identificados como aparece al pie de sus firmas, se ha celebrado el presente contrato individual de trabajo A TÉRMINO FIJO, regido además por las siguientes cláusulas, en conexión con la Ley 789 de 2002 y demás normas concordantes:

PRIMERA: EL EMPLEADOR contrata los servicios personales del TRABAJADOR y este se obliga: a) A poner al servicio del EMPLEADOR toda su capacidad normal de trabajo en forma exclusiva en el desempeño de las funciones propias del oficio mencionado y en las labores anexas y complementarias del mismo., de conformidad con las ordenes e instrucciones que le imparta EL EMPLEADOR, o sus representantes, y b) A no prestar directa ni indirectamente servicios laborales a otros EMPLEADORES, ni a trabajar por cuenta propia en el mismo oficio durante la vigencia de este contrato, en el horario que para tal fin le fije el Empleador.

PARÁGRAFO 1: En desarrollo del contrato, el Trabajador cumplirá las siguientes labores conexas con el cargo:

PARAGRAFO 2: Para los fines del contrato el trabajador estará subordinado a la Administradora del Centro de Eventos.

SEGUNDA: Las partes declaran que en el presente contrato se entienden incorporadas, en lo pertinente, las disposiciones legales que regulan las relaciones entre la empresa y sus trabajadores, en especial las del

contrato de trabajo para el oficio que se suscribe, fuera de las obligaciones consignadas en los reglamentos de trabajo o de higiene y de seguridad industrial de la empresa.

TERCERA: En relación con la actividad propia del trabajador, este la ejecutará dentro de las siguientes modalidades que implican claras obligaciones para el mismo trabajador así:

Observar rigurosamente las normas que le fije la empresa para la realización de la labor a que se refiere el presente contrato.

Guardar absoluta reserva, salvo autorización expresa de la empresa, de todas aquellas informaciones que lleguen a su conocimiento, en razón de su trabajo, y que sean por naturaleza privadas.

- Ejecutar por sí mismo las funciones asignadas y cumplir estrictamente las instrucciones que le sean dadas por la empresa, o por quienes la representen, respecto del desarrollo de sus actividades.
- Cuidar permanentemente los intereses de la empresa.
- Dedicar la totalidad de su jornada de trabajo a cumplir a cabalidad con sus funciones.
- Programar diariamente su trabajo y asistir puntualmente a las reuniones que efectúe la empresa a las cuales hubiere sido citado.
- Observar completa armonía y comprensión con los clientes, con sus superiores y compañeros de trabajo, en sus relaciones personales y en la ejecución de su labor.
- Cumplir permanentemente con espíritu de lealtad, colaboración y disciplina con la empresa.
- Avisar oportunamente y por escrito, a la empresa todo cambio en su dirección, teléfono o ciudad de residencia.

CUARTA: El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR por la prestación de sus servicios el salario indicado, pagadero en las oportunidades también señaladas arriba. Dentro de este pago se encuentra incluida la remuneración de los descansos dominicales y festivos de que tratan los capítulos I y II del título VII del código Sustantivo del Trabajo. Se aclara y se conviene que en los casos en los que EL TRABAJADOR devengue comisiones o cualquier otra modalidad de salario variable, el 82.5% de dichos ingresos, constituye remuneración ordinaria, y el 17.5% restante está destinado a remunerar el descanso en los días dominicales y festivos de que tratan los capítulos I y II del título VII del Código Sustantivo del Trabajo.

PARAGRAFO: Las partes expresamente acuerdan que lo que reciba el trabajador o llegue a recibir en el futuro, adicional a su salario ordinario, ya sean beneficios o auxilios habituales u ocasionales, tales como alimentación, habitación o vestuario, bonificaciones ocasionales o cualquier otra que reciba, durante la vigencia del contrato de trabajo, en dinero o en especie, no constituyen salario.

QUINTA: Todo trabajo suplementario o en horas extras y todo trabajo en día domingo o festivo en los que legalmente debe concederse descanso, se remunerará conforme a la ley, así como los correspondientes recargos nocturnos. Para el reconocimiento y pago del trabajo suplementario, dominical o festivo EL EMPLEADOR o sus representantes deben autorizarlo previamente por escrito. Cuando la necesidad de este trabajo se presente de manera imprevista o inaplazable, deberá ejecutarse y darse cuenta de él por escrito, a la mayor brevedad, al EMPLEADOR o a sus representantes. EL EMPLEADOR en consecuencia, no reconocerá ningún trabajo suplementario o en días de descanso legalmente obligatorio que no haya sido autorizado previamente o avisado inmediatamente, como queda dicho.

SEXTA: EL TRABAJADOR se obliga a laborar la jornada ordinaria en los turnos y dentro de las horas señaladas por el EMPLEADOR, pudiendo hacer este ajustes o cambios de horario cuando lo estime conveniente. Por el acuerdo expreso o tácito de las partes, podrán repartirse las horas de la jornada ordinaria en la forma prevista en el artículo 164 del Código Sustantivo del Trabajo, modificado por el artículo 23 de la ley 50 de 1990, teniendo en cuenta que los tiempos de descanso entre las secciones de la jornada no se computan dentro de la misma, según el artículo 167 ibídem.

Así mismo el empleador y el trabajador podrán acordar que la jornada semanal de cuarenta y ocho (48) horas se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo seis días a la semana con un día de descanso obligatorio, que podrá coincidir con el domingo. En éste el número de horas de trabajo diario podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana y puede ser de mínimo ocho (8) horas continuas y hasta diez (10) horas diarias sin lugar a ningún recargo por trabajo suplementario, cuando el número de horas de trabajo no exceda el promedio de cuarenta y ocho (48) horas semanales dentro de la jornada ordinaria de las 06:00 am a las 10:00 pm.

SEPTIMA: Los primeros dos meses del presente contrato se consideran como periodo de prueba, y por consiguiente cualquiera de las partes podrá darlo por terminado unilateralmente, en cualquier momento durante dicho periodo.

OCTAVA: La duración del presente contrato es la establecida en este documento y desde ya las partes acuerdan que no será prorrogado. Por consiguiente, el Trabajador queda preavisado desde la fecha, en el sentido de aceptar que este contrato no se prorrogará ni renovará total o parcialmente y vencido el término del mismo, el Empleador dispondrá máximo de ocho (8) días para cancelarle su liquidación.

NOVENA: Son justas causas para dar por terminado unilateralmente este contrato por cualquiera de las partes, las enumeradas en el artículo 7º del Decreto 2351 de 1965; y además por parte del EMPLEADOR, las siguientes faltas que para el efecto se califiquen como graves a saber: a) Solicitar préstamos especiales o ayudas económicas a clientes o proveedores del empleador aprovechándose de su cargo u oficio o aceptarles donaciones de cualquier clase sin la previa autorización del empleador. b) Autorizar o ejecutar sin ser de su competencia, operaciones que afecten los intereses del empleador o negociar bienes y/o mercancías del empleador en provecho propio. c) Retener dineros o hacer efectivos cheques recibidos para el empleador. d) Presentar cuentas de gastos ficticias o presentar como cumplidas visitas o tareas no efectuadas. e) Cualquier actitud en los compromisos comerciales, personales o en las relaciones sociales que pueda afectar en forma nociva la reputación del empleador. f) Retirar de las instalaciones donde funcione la empresa elementos, máquinas y útiles de propiedad del Empleador sin su autorización escrita. g) La no asistencia puntual al trabajo, sin excusa suficiente a juicio del Empleador. h) El hecho de que el Trabajador abandone el sitio de trabajo, llegue embriagado al mismo o ingiera bebidas embriagantes en el sitio donde labora, sin excusa suficiente a juicio del Empleador. i) El desarrollo de actividades tales como rifas y ventas. j) El incumplimiento de las normas contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo. k) Incurrir en conductas de acoso laboral señaladas en la Ley 1010 de 2006 y/o conductas determinantes de acoso sexual. l) Utilizar los medios de comunicación electrónicos y/o implementos de trabajo entregados para el desempeño del cargo, en asuntos personales ajenos a las labores señaladas para su desarrollo.

DECIMA: Las invenciones o descubrimientos realizados por el TRABAJADOR contratado para investigar pertenecen al EMPLEADOR, de conformidad con el artículo 539 del Código de Comercio, así como en los artículos 20 y concordantes de la ley 23 de 1982 sobre derechos de autor. En cualquier otro caso el invento pertenece al TRABAJADOR, salvo cuando este no haya sido contratado para investigar y realice la invención mediante datos o medios conocidos o utilizados en razón de la labor desempeñada, evento en el cual el trabajador tendrá derecho a una compensación que se fijará de acuerdo al monto del salario, la importancia del invento o descubrimiento, el beneficio que reporte al EMPLEADOR u otros factores similares.

DECIMA PRIMERA: Las partes podrán convenir que el trabajo se preste en un lugar distinto del inicialmente contratado, siempre que tales traslados no desmejoren las condiciones laborales o de remuneración del TRABAJADOR, o impliquen perjuicios para él. Los gastos que se originen con el traslado serán cubiertos por el EMPLEADOR de conformidad con el numeral 8º del artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo. El trabajador se obliga a aceptar los cambios de oficio que decida el EMPLEADOR dentro de su poder subordinante, siempre que se respeten las condiciones laborales del trabajador y no se le causen perjuicios. Todo ello sin que se afecte el honor, la dignidad y los derechos mínimos del TRABAJADOR, de conformidad con el artículo 23 del código sustantivo del Trabajo, modificado por el artículo 1º de la ley 50 de 1990.

DECIMA SEGUNDA: Mientras subsista el presente contrato de trabajo, la trabajadora tendrá derecho a habitar en el lugar donde se desarrolla su actividad, Departamento. Este beneficio se concede por mera liberalidad del empleador sin que constituya factor para la base salarial.

DECIMA TERCERA El presente contrato reemplaza en su integridad y deja sin efecto alguno cualquier otro contrato verbal o escrito celebrado entre las partes con anterioridad. Las modificaciones que se acuerden al presente contrato se anotarán a continuación de su texto.

DECIMA CUARTA. Sistema de Seguridad Social Integral. Para los fines consiguientes, el Trabajador manifiesta que se encuentra vinculado al Sistema de Seguridad Social Integral como sigue:

SALUD: _____

PENSION: _____

ARP _____

CAJA DE COMPENSACION: _____

Para constancia se firma en dos ejemplares del mismo tenor y valor, ante testigos en

_____ -

EL Empleador

El Trabajador,

CC

C.C.

TESTIGO,

C.C.

TESTIGO.

C.C.

Anexo G. Pasaporte (manilla)

MANILLAS Material impermeable, resistente al rasgado y a la tensión, flexible, de muy bajo peso, resistente a los químicos y con pH neutro.

