

**ESTUDIO DE MERCADOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN PARQUE
TEMÁTICO INFANTIL EN LA CIUDAD DE BARRANCABERMEJA**

**MAYLIN TATIANA JARAMILLO BERMÚDEZ
LUISA JIMENA SILVA PLATA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER – UIS
FACULTAD DE INGENIERIAS FÍSICO MECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
ESPECIALIZACIÓN EN EVALUACIÓN Y GERENCIA DE PROYECTOS
BUCARAMANGA
2014**

**ESTUDIO DE MERCADOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN PARQUE
TEMÁTICO INFANTIL EN LA CIUDAD DE BARRANCABERMEJA**

**MAYLIN TATIANA JARAMILLO
LUISA JIMENA SILVA PLATA**

**Trabajo de monografía para optar al título de
Especialista en Evaluación y Gerencia de Proyectos**

**Director
MANUEL JOSE ÁLVAREZ ARANGO
Administrador de Empresas
Doctor en Ciencias de la Educación**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER – UIS
FACULTAD DE INGENIERIAS FÍSICO MECÁNICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
ESPECIALIZACIÓN EN EVALUACIÓN Y GERENCIA DE PROYECTOS
BUCARAMANGA
2014**

DEDICATORIA

Al empezar a escribir la dedicatoria recuerdo el momento en que me inscribí , llena de ilusiones, emoción y triunfos venideros, los cuales hoy reflejo en este documento y en todo el proceso de enseñanza, dedicación y esfuerzo realizado; se que no ha sido fácil y mis satisfacción no sería completa si no reconozco a mi luz todo el amor y sabiduría que han puesto en mi vida por eso en este momento agradezco a Dios, La virgen María y el Espíritu Santo su misericordia conmigo porque comenzamos todos pero algunos hoy no nos acompañan.

A mis padres Cesar Augusto Jaramillo y Fanny Bermúdez, y mi hermana Fanny Cecilia Jaramillo que me acompañaron durante el proceso guiándome con palabras sabias y una actitud incondicional, más que mi logro es nuestro Logro. A mi novio José Alejandro Plata por las ayudas no tan matemáticas y prácticas en las materias y noches de traspasado como guardián de mis sueños; ellos y las diferentes personas que conocí durante estos dos años me permitieron y motivaron a correr la milla de más; hoy a solo un metro de pasar la meta, Dios me construye otra pista la cual estoy dispuesta a recorrer con el fin único de mejorar como persona, profesional y aportar desarrollo y conocimiento de nuestra Sociedad.

MAYLIN TATIANA JARAMILLO

DEDICATORIA

*Al ESPÍRITU SANTO, por iluminar todos mis caminos
para que yo alcance mi ideal.*

*A mi esposo CARLOS GUILLERMO GARCIA por todo
su amor, su apoyo y dedicación para que pudiera
conseguir este logro y tantos más desde que llegó a mi vida.*

*A mi hermosa hija VALERIA que con sus sonrisas
llena cada instante de mi vida con la más pura felicidad.*

*A mis PADRES, por estar siempre a mi lado y brindarme
su apoyo incondicional.*

LUISA JIMENA SILVA PLATA

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	17
1. JUSTIFICACIÓN	18
2. OBJETIVOS	19
2.1 OBJETIVO GENERAL	19
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
3. ALCANCE Y LIMITACIONES.....	20
4. HIPÓTESIS	21
5. DISEÑO METODOLÓGICO	22
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN Y ENFOQUE.....	24
5.2 INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN	24
5.3 SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN GRUPO OBJETIVO.....	25
5.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA	26
5.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	27
6. MARCO REFERENCIAL.....	29
6.1 MARCO CONTEXTUAL.....	29
6.1.1 Caracterización geográfica del municipio de Barrancabermeja.	29
6.1.2 Los parques temáticos.	30
6.1.3 Edu–Entretenimiento.	32
6.2 MARCO TEÓRICO	35
6.2.1 Investigación de mercados.....	35
6.2.2 El proceso del estudio del mercado.....	37
6.2.3 Turismo.....	38
6.3 MARCO LEGAL.....	40
7. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR	42
7.1 EL SECTOR TURISMO	42
7.2 SECTOR ENTRETENIMIENTO.....	44
7.3 TURISMO Y ENTRETENIMIENTO EN SANTANDER	46
7.4 ENTRETENIMIENTO EN LA REGIÓN	47
7.5 SUBSECTOR DE ENTRETENIMIENTO: LOS PARQUES TEMÁTICOS.....	49

8. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	55
8.1 NIVEL NACIONAL.....	55
8.1.1 Divercity.....	56
8.1.2 Kandu.....	57
8.2 NIVEL REGIONAL	59
8.3 NIVEL MUNICIPAL	61
8.3.1 City Park.....	61
9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	63
9.1 TAMAÑO DEL MERCADO	63
9.1.1 Caracterización demográfica de la población.....	63
9.2 DEMANDA POTENCIAL	70
9.3 HALLAZGOS DE LA ENCUESTA	73
10. ESTRATEGIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD.....	83
10.1 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	83
10.2 DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE PUBLICIDAD.....	83
10.3 PROMOCIÓN	84
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85
BIBLIOGRAFÍA.....	87
WEBGRAFÍA.....	89
ANEXOS.....	90

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Clasificación estrato Barrancabermeja	26
Tabla 2. Participación de actividades realizadas en el tiempo libre	45
Tabla 3. Clasificación precios Kandu	58
Tabla 4. Clasificación precios Kandu	58
Tabla 5. Proyecciones de población total municipio por área 2005-2025	64
Tabla 6. Tasa de crecimiento migratorio Barrancabermeja 2000-2009	65
Tabla 7. Proyecciones de población de 3 a 13 años Barrancabermeja Código 68081 2013	71
Tabla 8. Ingreso promedio por hora de trabajo en jefes de hogar	72
Tabla 9. Promedio de Ingresos Hogar y per cápita por estratos	72

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Metodología cuestionario a aplicar	28
Figura 2. Clasificación economía Barrancabermeja	29
Figura 3. Comportamiento del PIB sector turismo 2012- II trimestre 2013	44
Figura 4. Logo Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria	50
Figura 5. Logo Parque Nacional del Café	51
Figura 6. Logo Parque Nacional de Chicamocha	51
Figura 7. Logo Parque Jaime Duque	52
Figura 8. Logo Mundo Aventura	53
Figura 9. Logo Divercity	53
Figura 10. Logo Kandú	54
Figura 11. Logo City Park	59
Figura 12. Logo Arkadia	60
Figura 13. Logo Happy City	60

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Actividades desarrolladas por los niños en el tiempo libre	74
Gráfica 2. Valoración de importancia en que los niños tengan espacios de diversión que aporten a su aprendizaje	74
Gráfica 3. Frecuencia con la que visitan lugares de entretenimiento	75
Gráfica 4. Salidas a lugares de entretenimiento en tiempo libre	75
Gráfica 5. Lugares de menor y mayor preferencia para compartir con los niños	76
Gráfica 6. Consideración acerca de la existencia de suficientes lugares para el entretenimiento de los niños	77
Gráfica 7. Precios dispuesto a pagar por un día de diversión por cada niño	78
Gráfica 8. Análisis del Costo dispuesto a pagar por estrato	78
Gráfica 9. Conocimiento de los parques temáticos del país	79
Gráfica 10. Características que consideran debe tener un parque temático	80
Gráfica 11. Profesión de preferencia para el juego de roles	81
Gráfica 12. Consideración de lugar apropiado para la instalación de un parque temático	81
Gráfica 13. Servicios adicionales del parque	82

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Instrumento (Encuesta)	85

RESUMEN

TITULO:

ESTUDIO DE MERCADOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN PARQUE TEMÁTICO INFANTIL EN LA CIUDAD DE BARRANCABERMEJA¹

AUTORES:

MAYLIN TATIANA JARAMILLO BERMÚDEZ, LUISA JIMENA SILVA PLATA²

PALABRAS CLAVES: Demanda, Oferta, Turismo, Entretenimiento, Encuesta, Muestreo Probabilístico, Edu-entretenimiento, Parques Temáticos.

DESCRIPCIÓN:

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. El propósito de este trabajo de grado es determinar la existencia de un mercado en la ciudad de Barrancabermeja para el desarrollo de un Parque Temático infantil basado en el formato del 'Edu-entrenimiento' el cual se trata que los niños entre las edades de 3 y 13 años jueguen y aprendan los conceptos, principios y valores que le van a servir en la vida, a través de la interacción con los roles laborales, realizando un estudio de mercado que aporte al fortalecimiento del sector turismo combinado con el entretenimiento. Este estudio recogió la información secundaria y primaria disponible a nivel nacional, regional y local, con el fin de realizar proyecciones futuras de la demanda, la oferta, el precio del Servicio y demás característica del comportamiento de los futuros usuarios; el grado de profundidad con el que se abordó la investigación fue descriptiva y tuvo un carácter cuantitativo con relación a estadísticas obtenidas del sector y aplicación del instrumento, así mismo cualitativa de forma que permitió caracterizar el mercado, conocer sus debilidades y oportunidades y las condiciones que se requieren para tener una aceptación por parte del mercado actual.

¹ Monografía

² Facultad De Ingenierías Físico Mecánicas - Escuela De Estudios Industriales y Empresariales - Especialización En Evaluación Y Gerencia De Proyectos - Director: Manuel Jose Álvarez Arango.

ABSTRACT

TITLE:

MARKET STUDY FOR CONSTRUCTION OF A THEME PARK IN THE CITY OF CHILD BARRANCABERMEJA³

AUTHORS:

MAYLIN TATIANA JARAMILLO BERMÚDEZ, LUISA JIMENA SILVA PLATA⁴

KEY WORDS: Demand, Supply, Tourism, Entertainment Industry, Survey Sampling Probabilistic, Edu -tainment, Theme parks.

DESCRIPTION:

Today, people seek entertainment and cultural activities that allow them to share and enjoy leisure time with family and friends. One such alternative is in the theme parks, which emerge as spaces where not only you can enjoy rides and participate in dynamic , but also learn , through non-formal education about cultural , social and historical themes that are part of our community and claiming to be transmitted to people of any age .The purpose of this work is to determine the degree of existence of a market in the city of Barrancabermeja in the development of a children's theme park based on the format of ' edu - entertainment industry ' which is that children between the ages of 3 and 13 years to play and learn the concepts, principles and values that will serve in life, through interaction with job roles, performing market research that contributes to strengthening the tourism industry combined with entertainment. This study collected primary available at national , regional and local level and secondary information , in order to make future projections of demand , supply, prices and other Service feature of the behavior of future users , the degree of depth which research addressed was descriptive and had a quantitative relation to statistics from industry and instrument application , also qualitative so that allowed us to characterize the market, know your weaknesses and opportunities and the conditions required for a acceptance by the market today.

³ Monograph

⁴ Faculty Physical Mechanical Engineering - School Of Industrial And Business Studies –Specialization In Assessment And Project Management .- Director: Manuel Jose Álvarez Arango

INTRODUCCIÓN

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.

Los parques temáticos hacen parte del sector turístico en la categoría de turismo natural, pues allí se encuentra el agroturismo, ecoturismo, agroturismo y los parques temáticos. Adicionalmente, la relación entre el turismo y los parques está totalmente ligada, pues algunos de los planes turísticos que actualmente se venden incluyen entradas a parques temáticos en aras de satisfacer los productos y servicios que la demanda exige. Uno de los puntos importantes de los parques temáticos es que son un atractivo turístico principalmente familiar puesto que la mayoría de atracciones están dirigidas al público infantil.

Este proyecto pretende dar una panorámica del mercado de parques temáticos infantil en la ciudad de Barrancabermeja, con el fin de que la información sea utilizada por futuros inversionistas e información primaria para estudios posteriores. El objetivo es identificar la demanda y oferta actual de parques temáticos infantiles con la filosofía de “Edu-entretenimiento”, el cual pretende enseñar a los niños, a través del juego de rol, el valor del trabajo, la interacción social, el respeto por el medio ambiente y por la sociedad. Así mismo, analizar y describir las características del comportamiento de los posibles usuarios, competidores y estrategias de marketing.

1. JUSTIFICACIÓN

Uno de los propósitos del Edu-entretenimiento, quizá el más importante, es el de contribuir directamente en el cambio social (Singhal y Rogers, 1999), definido como el proceso por el cual una transformación ocurre en la estructura de un sistema social. El Edu-entretenimiento es una estrategia educativa que ofrece a la población infantil una experiencia de desarrollo auténtico y de gran alcance, que prepara a los niños para entender y manejar diferentes situaciones que serán de gran aporte para el crecimiento económico y cognoscitivo de la región y del País.

En la ciudad de Barrancabermeja no existe en la actualidad un escenario que les permita a los niños entre las edades 3 a 13 años combinar la recreación y diversión con el aprendizaje y participar de actividades que complementen su formación como futuros ciudadanos de la región. Razón por la cual se propone este estudio de mercado que permita tener una visión del comportamiento y caracterización de la población frente a una propuesta de entretenimiento conocida como Edu-entretenimiento mediante la construcción de un Parque Temático.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la existencia de un mercado en la ciudad de Barrancabermeja para el desarrollo de un Parque Temático infantil que contribuya al desarrollo y diversión de los niños a través de la interacción con los roles laborales de la región.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un diagnóstico del mercado actual para un parque temático infantil en Barrancabermeja mediante fuentes secundarias.
- Identificar la demanda actual para un parque temático infantil que combine la recreación y diversión con el aprendizaje en la ciudad de Barrancabermeja.
- Identificar la oferta actual de parques temáticos infantiles en la ciudad de Barrancabermeja y región de Santander.
- Definir la estrategia de marketing y publicidad para posicionar el modelo de negocio a nivel regional.

3. ALCANCE Y LIMITACIONES

El propósito final de ésta investigación es aportar al fortalecimiento del sector turismo combinado con el entretenimiento, específicamente el Edu-entretenimiento en la ciudad de Barrancabermeja realizando un estudio de mercado.

Este estudio recogerá la información secundaria y primaria disponible a nivel nacional, regional y local, con el fin de realizar proyecciones futuras de la demanda, la oferta, el precio del servicio y demás característica del comportamiento de los futuros usuarios; esta información nos permitirá conocer el estado del sector de entretenimiento y generar estrategias de valor agregado que puedan impulsar el mercado del Edu-entretenimiento en la ciudad.

Para terminar, este estudio nos permitirá el análisis de las diferentes variables del mercado como demanda, oferta, precio, publicidad que permitirá realizar recomendaciones que fortalezcan el desarrollo del modelo de negocio de Edu-entretenimiento mediante el parque temático infantil para que sea competitivo y satisfaga las necesidades actuales del mercado.

4. HIPÓTESIS

En la ciudad de Barrancabermeja existe la necesidad de tener espacios de entretenimiento para los niños en edades de 3 a 13 años que combine la diversión con la educación.

Variables:

- Conocer la importancia que le dan los padres de familia al entretenimiento de los niños.
- Tipos de espacios de entretenimiento que combinen la diversión con la educación.
- Precio que está dispuesto a pagar por el entretenimiento de los niños.
- Lo que no le gusta del entretenimiento actual para los niños.
- Percepción de la oferta de lugares de entretenimiento en la ciudad.
- Espacios o escenarios con los que debe contar el lugar de entretenimiento.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño metodológico de la investigación utilizada para el estudio busca obtener información sobre el mercado de Parques Temáticos Infantiles en el municipio de Barrancabermeja, por lo cual se realizará una investigación concluyente, descriptiva, transversal simple; la información se obtendrá a través de un cuestionario estructurado aplicado a una muestra calculada mediante la fórmula del muestreo proporcional y cualitativo mediante el análisis de información secundaria.

La aplicación del cuestionario se realizará a través de correo electrónico y entrevistas personales a la población objetiva, la cual será clasificada por escalamiento ordinal (estratos 3, 4, 5 y 6). La naturaleza del cuestionario será de tipo cualitativo, de tal forma que permita presentar la información no necesariamente con valores numéricos exactos, sino que permita caracterizar el mercado según los gustos y preferencias de los padres de familia.

Durante el diseño metodológico se plantean los cuestionamientos que dan mayor claridad a la metodología para desarrollar la investigación y la información que se desea obtener; entre estos el Quien, el Qué, el Cuándo, el Donde, el Por qué y el Cómo; para el caso de este estudio los cuestionamientos estuvieron dirigidos de la siguiente manera:

1. *¿Quién debería considerarse cliente de un parque temático infantil en la ciudad?*
 - a) Los padres de familia que buscan un espacio de diversión y entretenimiento para sus hijos.
 - b) Los padres que estén en la capacidad económica de ofrecerle a sus hijos un tiempo de entretenimiento y diversión en el parque temático.

- c) Los padres que tienen un interés en celebrar los cumpleaños de los niños en un lugar agradable e interesante.
- d) Los colegios de primaria de la ciudad.

2. *¿Qué información debería obtenerse de los encuestados?*

- a) Cuánto dinero invierten en entretenimiento de los niños.
- b) Cuáles son los lugares más frecuentados para la diversión de los niños actualmente.
- c) Estilo de vida de las familias y hábitos de consumo.
- d) La influencia del centro comercial como lugar de acopio.
- e) El conocimiento de la oferta existente en la ciudad.
- f) Evaluación de los diferentes parques temáticos departamentales en términos de criterios de elección.
- g) Información concerniente a la hipótesis específica que se somete a prueba.

3. *¿Cuándo debería obtenerse la información de los encuestados?*

- a) Durante los fines de semana.
- b) En momentos de festejos especiales.

4. *¿Dónde debería contactarse a los encuestados para obtener la información requerida?*

- a) En los hogares de la población objetivo.
- b) En los centros comerciales.
- c) En los lugares de entretenimiento de la ciudad.
- d) En las redes sociales.
- e) En las empresas donde laboramos.

5. *¿Por qué vamos a realizar este estudio de mercados?*

- a) Conocer si existe un mercado adecuado para el montaje de un parque temático infantil en la ciudad.

- b) Conocer los gustos y estilos de vida de la población con relación al entretenimiento de los niños.
- c) Aportarle a la dinámica económica de la ciudad unas variables de mercado que le permitan tomar decisiones a futuros inversionistas.

6. *¿Cómo se va a obtener la información de los encuestados?*

- a) Encuestas personales.
- b) Encuestas por correo electrónico.

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN Y ENFOQUE

El grado de profundidad con el que se abordará la investigación será descriptiva que como su nombre lo indica, busca describir las características o funciones del mercado de los parques temáticos infantiles; ya que este tipo de investigación permitirá conocer el entorno del sector en la ciudad, analizar y recopilar información para establecer cuál es la realidad actual del entretenimiento infantil y las oportunidades que ofrece el mercado de Barrancabermeja para la incursión de este nuevo modelo de negocio.

El enfoque de la investigación tendrá un carácter cuantitativo con relación a estadísticas obtenidas del sector y la aplicación del instrumento, así mismo cualitativa de tal forma que permita caracterizar el mercado, conocer sus debilidades y oportunidades y las condiciones que se requieren para tener una aceptación por parte del mercado actual.

5.2 INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la recolección de los datos se utilizan los siguientes instrumentos:

- Encuestas estructuradas realizadas a los padres de familia de los estratos 3, 4, 5 y 6 quienes son el grupo objetivo de la investigación.
- Observación simple en los centros de entretenimiento de la ciudad.
- Información secundaria recopilada a través de páginas web, revistas, estudios anteriores reconocidos por el sector, libros.
- Encuestas realizada por entidades reconocidas y demás información disponible en el mercado.

5.3 SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN GRUPO OBJETIVO

La población objetivo de la investigación son los habitantes de los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Barrancabermeja, específicamente los padres de familia mayores de edad; ya que son las personas que están en la capacidad de adquirir y decidir el tipo de entretenimiento para sus hijos.

Según los datos obtenidos mediante el VISOR CERTIFICADO PPO del DANE con base al CENSO de población realizada en el 2005, la ciudad de Barrancabermeja para el 2012 contaba con una población total de 191.718 habitantes de los cuales 97.660 se encuentran entre las edades de 22 y 60 años; teniendo en cuenta las restricciones como población objetivo se obtiene⁵:

⁵ Información suministrada por la oficina asesora de Planeación-Estratificación de Barrancabermeja para uso interno administrativo. Para obtener el número de habitantes se multiplico por factor de 3.8 según lineamientos del DANE para dichos cálculos.

Tabla 1. Clasificación por estratos Barrancabermeja

ESTRATOS	No. VIVIENDAS	No. HABITANTES	% Participación	Población en edad 22 a 60
1	16.885	4.163	33%	32.445
2	18.768	71.318	37%	36.063
3	9.143	34.743	18%	17.568
4	5.224	19.851	10%	10.038
5	686	2.607	1%	1.318
6	119	452	0,2%	229
TOTAL	50.825	193.134	POBLACION OBJETIVO	29.153

Fuente: Oficina de Planeación-Estratificación de Barrancabermeja

5.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA

En estadística, la muestra es una porción significativa de la población objetivo de estudio. Al aplicar el estudio a la muestra se obtiene información confiable, similar a la que se obtendría en caso de aplicar el estudio a toda la población pero con menor costo en tiempo y dinero.

La muestra seleccionada, objeto de este estudio, será una muestra de tipo probabilístico mediante la cual cada elemento de la muestra tendrá la misma probabilidad de ser seleccionada. Así mismo, la población objetivo serán los padres de familia de los estratos 3, 4, 5 y 6 teniendo en cuenta como base de datos la información suministrada por planeación municipal y el directorio telefónico de la ciudad.

Mediante la aplicación de la fórmula del muestreo para una población finita y conocida⁶:

$$n = \frac{N * Z^2 * \sigma^2}{(N - 1) * e^2 + \sigma^2 * Z^2}$$

Ecuación 1. Calculo de la muestra

⁶ Formula Muestreo Probabilístico.

Dónde:

n = El tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población, que generalmente cuando no se tiene su

valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza.

Para confianza 90% = 1.65

e = Límite aceptable de error muestral

Se maneja el muestreo probabilístico simple en forma proporcional al número de habitantes para la población objetivo se maneja un error del 5% y un nivel del confianza del 90%.

Aplicando la formula se obtiene:

$$n = \frac{29153 * 1.65^2 * 0.5^2}{(29153 - 1) * 0.05^2 + 0.5^2 * 1.65^2}$$

$$n = 269.7$$

Según los cálculos anteriores el instrumento será aplicado a 270 personas adultas de la ciudad de Barrancabermeja.

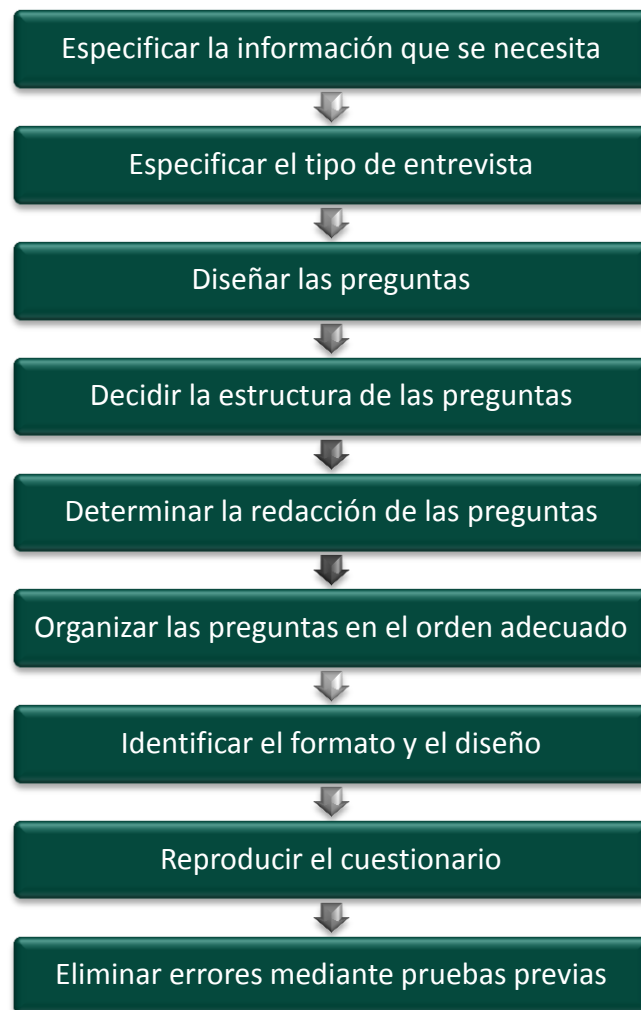
5.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el cumplimiento del objetivo general y los objetivos específicos se establece una guía (encuesta) que permitirá conocer si existe un mercado para el montaje de un parque temático infantil en la ciudad, conocer los gustos y estilos de vida de la población con relación al entretenimiento de los niños y aportarle a la

dinámica económica de la ciudad unas variables de mercado que le permitan tomar decisiones a futuros inversionistas.

Esta encuesta se realizará a la muestra identificada anteriormente de forma aleatoria durante los meses de Octubre y Noviembre, se aprovechará los eventos especiales de los fines de semana y la celebración del Día de los Niños en la ciudad. Instrumento de recolección encuesta estructurada (Ver Anexo A), para el diseño del instrumento se siguieron los siguientes pasos⁷ :

Figura 1. Metodología cuestionario a aplicar



Fuente:MALHOTRA Naresh k. Investigación de Mercados. 5 Edición. Pag. 303

⁷ MALHOTRA Naresh k. Investigación de Mercados. 5 Edición. Pag. 303.

6. MARCO REFERENCIAL

6.1 MARCO CONTEXTUAL

6.1.1 Caracterización geográfica del municipio de Barrancabermeja.

Figura 2. Clasificación económica Barrancabermeja



Fuente: Imagen. Barrancabermeja. http://www.barrancabermeja.org/_sec/sugen1.htm

El municipio de Barrancabermeja se encuentra ubicado en la Provincia de Mares, al occidente del departamento de Santander, en el corazón de Colombia en la margen oriental del Río Magdalena, se extiende sobre este gran valle, irrigado por los ríos Sogamoso, La Colorada y Opón, con una latitud Norte de $7^{\circ} 03' 48''$; una longitud oeste de $73^{\circ} 51' 50''$ y con una altitud sobre el nivel del mar de 75.94 metros. Es importante reconocer que el municipio se encuentra en la cuenta hidrográfica del Magdalena Medio.

Cuenta con dos sistemas de ciénagas y gran variedad de caños y quebradas; como son entre otros las Ciénagas San Silvestre, El Llanito, Zapatero, Juan Esteban y Opón, las quebradas El Llanito, Cremosa, Zarzal, Vizcaina y los caños El Llanito, San Silvestre y el Tigre, entre otros.

La extensión total de Barrancabermeja es de 1.347,83 Km²; está compuesta por 30,37 Km² (2,24%) de zona urbana y 1.317,46 Km² (97,76%) de área rural, la temperatura oscila entre 20°C y 37°C con 28°C de temperatura media.

El municipio limita, al norte municipios de Puerto Wilches, Sabana de Torres y Girón, al sur municipios de Puerto Parra, Simacota y San Vicente de Chucurí, al oriente municipios de San Vicente de Chucurí y Betulia y al occidente municipio de Yondó (Antioquia).

En cuanto al relieve, éste es bajo y va desde los 150 m.s.n.m. al oriente, hasta los 75 m.s.n.m. en la margen occidental del río Magdalena. Este relieve tiene una clara correlación con la temperatura y humedad, que junto con la posición geográfica cercana al ecuador determina patrones de asentamiento poblacional y actividades de tipo económico, tanto en zona rural como urbana; determinando consigo la oferta agrícola del territorio, la cual la componen algunos frutales en especial cítricos y tropicales, tubérculos, plátanos y ganadería bovina y bufalina.

Alrededor de su cabecera se encuentran los seis corregimientos que componen la zona rural del municipio, la cual equivale al 97.76% del territorio; sin embargo, ese espacio rural alberga menos del 8% del censo total poblacional. Pese a este gran diferencial, las cifras encontradas hacen entrever que esta brecha se amplía con el paso del tiempo en número absolutos, al ganar mayor importancia el casco urbano⁸.

6.1.2 Los parques temáticos.

Se conoce como parque temático al lugar en donde se reúnen un conjunto de atracciones entorno a una línea argumental específica destinada a ofrecer entretenimiento, educación, ocio y cultura a sus visitantes. Los parques

⁸ Información Caracterización del Municipio Plan de Desarrollo “Barrancabermeja Ciudad Futuro”

temáticos se pueden clasificar de acuerdo con los segmentos hacia los que se dirigen sus temáticas: aventura, acuáticos, históricos, científicos y de animación.

Uno de los puntos importantes de los parques temáticos es que son un atractivo turístico principalmente familiar puesto que la mayoría de atracciones están dirigidas al público infantil. A nivel global puede contribuir al crecimiento económico de un país no solo como un incentivo al turismo sino también a la atracción de inversión extranjera para ser parte del grupo empresarial que dirige el parque ya sean mediante la compra de acciones o incursionando en otros lugares con franquicias.

Su principal característica se centra en el manejo de su entorno o ambientación que tiene un carácter muy definido. Son comunes el manejo de temas como sitios geográficos, la prehistoria, cuentos infantiles y épocas de la historia, entre otros. Estos parques pueden o no tener dentro de su oferta de entretenimiento atracciones de alto impacto, familiares e infantiles o juegos de destreza.

La década de los setenta fue la era de la expansión de los parques temáticos en Estados Unidos y la década de los ochenta en el resto del mundo. Actualmente se acercan a 900 los parques temáticos y de atracciones existentes en Estados Unidos, a 250 en Europa, 140 en Centro y Suramérica, 75 en el Oriente y 6 en África.

Actualmente existen parques con gran reconocimiento a nivel mundial como:

- Walt Disney World
- Six Flags
- Hopi Hari
- Beto Carrero World
- Disneyland Resort Paris
- Parc Asterix
- Sea World
- Futuroscope
- Kidzania
- Disneylandia
- Puy du fou
- Playcenter

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 ellos⁹. Algunos de ellos son:

- Zoológico de Barranquilla
- Parque Nacional de Chicamocha
- Parque Nacional del Café
- Parque Mundo Aventura
- Cici Aquapark
- Parque Explora
- Parque Recreativo Piscilago
- Parque y Zoológico Jaime Duque
- Parque Temático Las Malocas
- Parque Temático Los Ocarros
- Parque las Chimeneas
- Zooparque Los Caimanes
- Panaca Sabana
- Panaca Quindío
- Ecoparque Chinauta
- Maloka
- Jardín botánico
- Salitre Mágico
- Catedral de Sal
- Divercity
- Ciudad Reptilia
- Zoológico Santacruz
- Parque Temático 1900
- Multiparque Creativo

6.1.3 Edu–Entretenimiento.

El Edu-entretenimiento como tal, surgió como una alternativa al interior de los medios masivos y desde las aulas, para hacer un frente al carácter educativo no formal de los medios masivos que estaban llenando los espacios de esparcimiento, socialización y cognición de las audiencias.

⁹ Tomado del diario El Universal (2 febrero 2011). Parques de diversiones, un sector en crecimiento
<http://www.eluniversal.com.co/cartagena/economica/parques-de-diversiones-un-sector-en-crecimiento-7035>

Pese a las bondades que presenta esta posición crítica, todavía prevalece como un tema de controversia pues entre la comunidad de educadores se debate cómo y en qué medida las audiencias de los medios son influenciadas por lo que ven, sobretodo, al determinar cómo estas estrategias pueden ser o no educativas.

Por esta condición un poco ambigua, se sugieren tres aproximaciones para el concepto del Edu-entretenimiento:

- Por un lado, la del educador; donde el Edu-entretenimiento pasa a ser un conjunto de herramientas pedagógicas vistas, regularmente, como material complementario del aprendizaje tales como videojuegos y software interactivos.
- La del comunicólogo; que ve en el Edu-entretenimiento una forma de producción que permite enfatizar la responsabilidad social de los medios y ofrecer nuevas perspectivas al cumplimiento de su función educativa y formativa sin descartar la redituable vinculación con el entretenimiento.
- La del psicólogo; que encuentra en el Edu-entretenimiento una ventana más de socialización del individuo con los medios, su medio ambiente y el conocimiento.

De manera amplia podemos decir que el Edu-entretenimiento es una forma de entretenimiento diseñado para educar y divertir como proceso conjunto y no separado. Según los investigadores Arvind Singhal y Everett M. Rogers (1999), el Edu-entretenimiento intenta elaborar y llevar un espectáculo a través de lecciones a audiencias, tanto receptoras como interactuantes, de forma tal que se logre un programa de instrucción o entrenamiento que potencie y desarrolle las habilidades mentales, morales, psicológicas y de comportamiento.

En nuestros días, el concepto de Edu-entretenimiento se debate aún en sus fundamentos teóricos pero en la práctica es un campo de crecimiento constante; sobretodo, cuando se habla de desarrolladores de productos de entretenimiento educativo; mismos que han rebasado en algunos aspectos a los medios masivos y se han posicionado con mayor fuerza en productos que responden a necesidades sectorizadas y particulares con audiencias segmentadas.

Este cambio puede ocurrir a un nivel individual, de comunidad o de algún otro sistema. Por lo tanto, el Edu-entretenimiento pretende influir en las expectativas, actitudes, y comportamientos deseados en las audiencias. Así mismo, puede anticipar los efectos provocados en individuos miembros de tal audiencia y generar las condiciones de cambios necesarios y sobretodo, positivas al accionar social.

El Edu-entretenimiento se ha convertido en una de las estrategias más usadas a nivel internacional. Muchas de las agencias internacionales de las Naciones Unidas como Unicef o la Organización Panamericana de la Salud han adoptado el Edu-entretenimiento, porque ha resultado ser una forma muy efectiva de llegar a un gran número de personas y lograr de manera interactiva y divertida transmitir un mensaje”, explicó Jesús Arroyave, director de la Maestría en Comunicación de la Universidad del Norte.¹⁰

El compromiso de este proyecto con la sociedad de Barrancabermeja es desarrollar actividades orientadas a la consolidación de competencias ciudadanas inspirando a niños y niñas a adoptar y vivir valores universales a través del juego de rol, el cual es una forma universal de juego disfrutado por los niños de todo el mundo. El juego de roles es divertido y muy positivo educativa y psicológicamente además de los beneficios motivacionales que ofrece.

¹⁰ Artículo: <http://www.elheraldo.co/tendencias/eduentretenimiento-para-el-cambio-social-102994>

6.2 MARCO TEÓRICO

6.2.1 Investigación de mercados.

“La investigación de mercados es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso. La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones¹¹”.

Michelle Wirth Fellman

“La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing¹²”.

Naresh K Malhotra

Adicionalmente es útil para analizar el mercado, tener en cuenta los 5 tipos de fuerzas que según Porter marcan el éxito o el fracaso de un sector o de una empresa (Porter; 1994):

- Amenaza de entrada de nuevos competidores
- La rivalidad entre los competidores
- Poder de negociación de los proveedores

¹¹ WIRTH FELLMAN, Michelle “An Anging Profession” Marketing Research, Chicago, 2000, pág.33-35.

¹² MALHOTRA Naresh k. “Investigación de Mercados”. 5 Edición. Pearson Education. México 2008 Pag.7

- Poder de negociación de los compradores
- Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Naresh Malhotra, clasifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene por objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros¹³.

Sin embargo, e independientemente de la corriente acerca de su clasificación y sinónimos, es importante que el mercadólogo tenga en cuenta lo siguiente: Un estudio de mercado es una actividad de mercadotecnia que tiene la finalidad de ayudarlo a tomar decisiones en situaciones de mercado específicas.

A continuación se listan algunos términos y conceptos básicos relacionados con los estudios de mercado, la mayor parte de ellos basados en las definiciones de Gabriel Baca Urbina:

- Canal de distribución. La ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria.
- Comercialización. La actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar adecuados para satisfacer sus expectativas.
- Compañía. Sociedad o junta de varias personas unidas para un mismo fin.
- Competitividad. Capacidad de enfrentarse a otros similares con la posibilidad de liderar por desempeño.
- Consumidores. Son los compradores finales de cualquier bien o servicio.

¹³MALHOTRA Naresh k. "Investigación de Mercados un enfoque práctico". Segunda Edición. Prentice-Hall Hispanoamérica. 1997 Pag. 90-92.

- Demanda. La cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a determinados precios, en determinado momento y en cierto lugar.

6.2.2 El proceso del estudio del mercado.

Según Kotler, Bloom y Hayes, un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

- *Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar.* El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.
- *Realización de investigación exploratoria.* Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.
- *Busqueda de información primaria.* Se suele realizar a través de investigación basada en la observación, entrevistas cualitativas, entrevistas grupales, investigación basada en encuestas, investigación experimental.
- *Análisis de los datos y presentación del informe.* La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio¹⁴.

¹⁴ KOTLER Philip, BLOOM Paul y HAYES Thomas El Marketing de Servicios Profesionales, Primera Edición, , Ediciones Paidós Iberica S. A., 2004

6.2.3 Turismo.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*¹⁵.

6.2.3.1 Clasificación del turismo¹⁶. Según las actividades que se originan de la motivación y desplazamiento del Individuo; se divide así:

- ✓ Turismo de negocios. Aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general.
- ✓ Turismo cultural. Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad. Este tipo de turismo precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo.
- ✓ Turismo histórico. Su principal atractivo es el valor Histórico.
- ✓ Turismo religioso. La motivación de esta forma de turismo es principalmente religiosa, sin embargo los peregrinos que lo practican tiene necesidades similares a las de cualquier turista desde el momento en que demandan servicios tales como: transporte, alimentación, a veces alojamiento.
- ✓ Turismo Ecoturismo. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como

¹⁵ Glosario Básico. Organización Mundial del Turismo OMT. Turismo.
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

¹⁶ ([clasificación-turismo/clasificacion-turismo.shtml](http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico/((clasificación-turismo/clasificacion-turismo.shtml))))

cultural) que acoge a los viajeros. Debido a su rápido crecimiento también se le ve como un subsector de la actividad turística¹⁷. Según Ceballos-Lascurain (1987), el ecoturismo es aquel "turismo que consiste en realizar viajes a áreas naturales relativamente sin disturbar o sin contaminar, con el objetivo específico de estudiar, admirar y gozar el panorama, junto con sus plantas y animales silvestres y, asimismo, cualquier manifestación cultural (pasado y presente) que se encuentre en estas áreas" (WTO/UNEP 1992:2).

- ✓ Turismo en el espacio rural (Agroturismo). Diferentes actividades de esparcimiento que se pueden realizar en el medio rural y que incluye modalidades tales como: turismo rural, turismo ecológico, agroturismo (es aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos)¹⁸. Existen dos características del turismo en el espacio rural que agregan elementos a la presentación de esta actividad como elemento de una estrategia de desarrollo. La primera tiene relación con el potencial turístico del medio rural, asociado a que éste no exige que la región tenga atractivos naturales extraordinarios, sino que posea aspectos culturales bien desarrollados; una arquitectura apreciable, una gastronomía característica, que la población conserve sus hábitos y costumbres, tornando la zona interesante, como un todo. La segunda, tiene que ver con la posibilidad de crear eslabonamientos con otras actividades tales como la elaboración de alimentos caseros (panes, pasteles, quesos, cecinas, conservas, mermeladas, dulces, miel y otros), los restaurantes de comidas típicas, la

¹⁷ http://www.ecotur.es/ecoturismo-agroturismo-casa-hotel-rural-ecologico/ecoturismo/definicion-del-ecoturismo_4318_2483_4723_0_1_in.html

¹⁸ RIVERO, Hernando y BLANCO, Marvin. El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local. Documento técnico. Junio 2003. Colombia. Pág. 11.

artesanía, los paseos (de carreta y/ o a caballo), los senderos para caminatas ecológicas, entre otros¹⁹.

- ✓ Turismo aventura. Viajes y salidas turísticas que implican un alto grado de contacto con la naturaleza mediante la acción y un cierto grado de riesgo implícito, ya sea navegando sus aguas, volando por sus cielos o recorriendo sus territorios.
- ✓ Turismo salud. Fomentan el bienestar y la relajación corporal y mental a través de actividades asociadas a la vida sana, tratamientos de agua termales, talasoterapia, aroma terapia, fototerapia, tratamientos psicofísicos y crecimiento personal holístico en su mayoría prescritas por médicos.
- ✓ Turismo gastronómico. Su motivación principal es el deleite de platos gastronómicos autóctonos

6.3 MARCO LEGAL

Para el desarrollo de parques temáticos a nivel nacional la Ley 1225 del 2008 regula 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".

Según lo anterior en el ejercicio de la Institucionalidad a la hora de implementar un parque temático se deberán tenerse en cuenta los Artículos 2 – Parques Temáticos “Son aquellos que se instalan en un sitio o ubicación de carácter permanente o no permanente. Su principal característica se centra en el manejo de su entorno o ambientación que tiene un carácter muy definido. Son comunes

¹⁹ Ibíd, pág. 11-13

el manejo de temas como sitios geográficos, la pre-historia, cuentos infantiles y épocas de la historia, entre otros. Estos parques pueden o no tener dentro de su oferta de entretenimiento atracciones de alto impacto, familiares e infantiles o juegos de destreza.” Artículo 5 – Estándares de Operación de Atracciones o dispositivos de entretenimiento.

Para el ejercicio y asociación gremial, existe una entidad sin ánimo de lucro, en la que se promueve el desarrollo, la innovación y el crecimiento de la industria del entretenimiento y la diversión en Colombia, estableciendo y fomentando buenas prácticas de administración, seguridad, mantenimiento y operación del sector de la diversión llamadas ACOLAP., dentro de sus funciones se encuentran:

- Participación en la construcción de la normatividad.
- A partir del 2011, Bogotá es la sede del Latin American Amusement Expo – LAAE, primera feria especializada para la industria de los parques de diversiones y el entretenimiento familiar. Se realiza cada dos años.
- Se impulsa la creación y el desarrollo de actividades de internacionalización.
- Desarrolla una gestión comercial que busca afiliar a todos los parques de diversiones y dispositivos de entretenimiento de todo el país.

7. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR

7.1 EL SECTOR TURISMO

El turismo en el mundo se genera por diversos factores entre ellos supervivencia, búsqueda de mejores oportunidades, ambientes más favorables o recreación; por lo anterior el turismo es otro motivo que provoca movilidad social y que se ha convertido en un mecanismo de generación de riqueza y prosperidad para las regiones y comunidades que lo explotan. Según J. Lea (1988: 10) (cfr. A. Santana 1997: 27-28), existen dos conceptualizaciones del turismo: una optimista y otra pesimista. La conceptualización optimista (dominante en la década de los sesenta), asume el turismo como una industria regida por la ley del máximo beneficio en el menor tiempo, industria que conforma un poderoso agente de cambio económico y social, que estimula el empleo, la inversión, y crea riqueza.

La conceptualización pesimista (dominante en la década de los setenta), considera el turismo como una forma más de colonialismo y dependencia económica, que perpetúa las desigualdades existentes entre anfitriones y visitantes. Por tal razón el turismo debe ir acompañado además de políticas y lineamientos nacionales por la participación de las comunidades y el sentido de pertenencia para lograr la visión deseada; y es que el turismo más que una estrategia de desarrollo se convierte en el jalonador de los demás sectores de una región; por tal motivo trae consigo diferentes impactos asociados a los costes y beneficios producidos; el impacto ambiental, el impacto social y cultural; los cuales deben manejarse de forma articulada y progresista para obtener ventajas competitivas y desarrollo local.

Según los últimos reportes del sector turismo nacional en nuestro país se registran entre los meses de enero a septiembre de 2013 que por las fronteras aéreas, marítimas y terrestres de Colombia se registró el ingreso de 1.862.428 viajeros no residentes, 8,8 % más que el mismo período de 2012 (1.711.690).

La llegada de pasajeros en cruceros de enero a septiembre de 2013 (192.171) registró un aumento de 28,4 % con respecto al mismo período de 2012 (149.653). La salida de colombianos por los puntos de control migratorio aéreos, terrestres y marítimos se incrementó 13,3 % (2.611.157) de enero a septiembre de 2013 con respecto al mismo período de 2012 (2.305.573). En los primeros nueve meses del año los visitantes a los parques nacionales naturales pasaron de 621.210 en 2012 a 664.060 en 2013, registrando un crecimiento de 6,9 % con respecto al mismo período de 2012.

En relación a los destinos turísticos en los nueve primeros meses de 2013, Bogotá (51,4 %), Cartagena (13,4 %) y Medellín (10,7 %) fueron los principales destinos a visitar reportados por los viajeros extranjeros no residentes en Colombia al ingresar al país. Se destaca el crecimiento de Medellín (17,8 %), Cartagena (12,4%), Cali (11,6 %) y la disminución de Bucaramanga (-10,4 %) y Santa Marta (-0,4%)²⁰.

En relación al PIB, según cifras del DANE, en el primer trimestre del año 2013 el crecimiento del PIB fue 2,8% en relación al mismo trimestre del 2012. Para el sector turismo que se encuentra dentro de la categoría de Comercio, reparación, restaurantes y hoteles representa cerca del 11% del PIB . Por encima de la media se ubicaron los sectores de construcción (6,3 %), minas y canteras (6,0 %); establecimientos financieros (5,4 %) y servicios sociales (4,9 %); en la media comercio (4,2%) y por debajo de la media los servicios de transporte (4,1 %), hotelería y restaurante (4,0 %), electricidad, gas y agua (3,5

²⁰ Informe Turismo CITUR 2013. <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16590>

); mantenimiento y reparación (3,3 %); agricultura (2,6 %) y la industria manufacturera (-0,5 %). En el segundo trimestre de 2013 el sector de hoteles y restaurantes (4,6 %) creció 0,4 puntos porcentuales por encima del PIB total (4.2 %). El comportamiento del sector durante el primer semestre de 2013, registró un aumento de 4,2 %, esto es 0,4 puntos porcentuales menos que el mismo período de 2012 (4,6 %).

Figura 3. Comportamiento del PIB sector turismo 2012- II trimestre 2013



Fuente: Informe Turismo 2013 – Ministerio de Comercio Industrial y Turismo

El sector en el que se ubica el proyecto es el de Servicios, subsector Turismo y específicamente parques temáticos, el cual se puede clasificar con el código CIUU 9219: “Otras Actividades de Entretenimiento”.

7.2 SECTOR ENTRETENIMIENTO

La sociedad del entretenimiento es aquella que pretende satisfacer el apetito lúdico-recreativo de la sociedad; El término “entretenimiento” según el Diccionario de la Real Academia Española, se refiere a Acción y efecto de

entretener o entretenerse - cosa que sirve para entretener o divertir - mantenimiento o conservación de alguien o algo. En otras palabras, el entretenimiento en el marco de las industrias de la cultura, el ocio y la recreación debe ser entendido como “todo como aquello que produce una experiencia placentera o satisfactoria” (Vogel, 2004: 21); todos aquellos productos o actividades que buscan de alguna manera generar un estado psicológico de satisfacción y felicidad que buscan, siempre, movernos emocionalmente²¹.

Para el caso de Colombia el entretenimiento se ve reflejado en la participación de las diferentes actividades en el tiempo libre que dedican las personas de lunes a viernes, el 2.72% siendo la mujer con mayor participación de dicha actividad.

Tabla 2. Participación de actividades realizadas en el tiempo libre

Actividad	Total horas		
	Total	Hombre	Mujer
Trabajar	736,949	529,494	207,455
c.v.e.%	60.48	80.82	60.33
Cuidado personal	200,188,097	101,771,097	98,417,000
c.v.e.%	1.04	3.46	3.61
Estudiar	107,473,055	54,447,630	53,025,426
c.v.e.%	2.71	4.17	6.15
Arreglar y mantener el hogar	4,378,692	1,668,340	2,710,352
c.v.e.%	6.73	11.81	9.36
Cocinar	231,300	88,924	142,376
c.v.e.%	41.58	95.97	31.28
Transportarse	11,841,604	6,144,603	5,697,001
c.v.e.%	6.30	9.02	12.03
Cuidar enfermos y adultos mayores	185,037	83,801	101,236
c.v.e.%	27.21	45.46	32.55
Buscar Trabajo	3,324	3,324	0
c.v.e.%	99.74	99.74	0.00
Cuidar los niños	1,930,244	811,074	1,119,170
c.v.e.%	19.89	39.25	19.55
Actividades de tiempo libre	81,386,749	41,267,523	40,119,226
c.v.e.%	2.72	4.01	5.43

²¹ MARTÍNEZ LÓPEZ José Samuel. La sociedad del entretenimiento y su imperativo superyoico de goce: El Fenómeno de lo Lúdico (1).

Fuente: DANE Colombia cabeceras municipales. Total de horas, total de personas y promedio de horas invertidas de lunes a viernes por las personas por sexo según actividad.

7.3 TURISMO Y ENTRETENIMIENTO EN SANTANDER

El departamento de Santander está situado en el oriente del país, está dividido en 87 municipios, organizados en 6 provincias regionales: Comunera, García-Rovira, Guanentá, Mares, Soto y Vélez cuenta con una amplia oferta turística basada en los deportes extremos y la aventura. Es una de las zonas más voluptuosas de Colombia por sus montañas, cañones, cuevas y ríos. Escenarios que son aprovechados por el sector turístico para el rafting, el torrentismo, escalada de montañas, kayak, parapente, espeleología y rappel.

La oferta turística de Santander es amplia y no se reduce sólo a la aventura y la naturaleza. El golf es uno de sus nuevos atractivos, teniendo que es un mercado que mueve cinco millones de viajeros anualmente por todo el mundo según la IAGTO (Asociación Mundial de la Industria del Turismo del Golf).

Bucaramanga es también un destino con una activa vida nocturna y es posible realizar diferentes recorridos por lugares como el Parque del Agua, La casa Bolívar, Floridablanca (famosa por sus obleas), el chocolate de Girón y para los interesados en calzado y marroquinería el barrio de San Francisco es sin duda una de las mejores opciones no sólo en la región sino en toda Colombia.

Por último, en el departamento existe un lugar que llama la atención de los viajeros por su historia y arquitectura, Barichara. Un pueblo lleno de paredes blancas pintadas con cal, caminos y paredes de piedra amarilla y tejados de barro naranja son algunas de las características de este lugar. La conservación de este pueblo le valió el título a Monumento Nacional en 1978.

7.4 ENTRETENIMIENTO EN LA REGIÓN

Desde hace varias décadas, Barrancabermeja como ciudad ha generado procesos sociales, políticos, económicos y culturales que la han consolidado como un polo relevante de desarrollo para la región y el país. Como región, aprovecha las ventajas y oportunidades que le brinda su riqueza minero energético, la calidad de sus suelos, su diversidad ambiental y cultural y la localización geoestratégica que la distingue de otros tejidos urbano-rurales y regionales.

Estas ventajas pasan por mostrar una ciudad que ofrece una localización propicia por su conectividad y situación geográfica, que le permite desarrollar cadenas productivas regionales y nacionales y se crean los escenarios logísticos necesarias para soportarlas; por otra parte la reactivación petrolera de los últimos años, ampliará la inversión de la capacidad petroquímica en los años venideros, y por lógica generará empleo en todo el circuito del petróleo y una nueva bonanza que implica el riesgo de tener nuevamente fenómenos de fuga de capitales y acumulación de flujos migratorios generados por expectativas no claras de generación de empleo estable y masivo.

Otra ventaja es la gran oferta hídrica: siete grandes ciénagas, una zona de humedales menores, el río Magdalena y su plano aluvial, el tramo final del río Sogamoso, sumándole la diversidad y el valor escénico de los ecosistemas primarios y acuáticos, junto con la cultura tradicional anfibia ribereña que se ve claramente en prácticas económicas y formas de asentamiento en torno al agua.

Existen oportunidades para desarrollar servicios turísticos y no turísticos ligados a los ejes de comunicaciones Sur-Norte; Oriente- Occidente. La construcción en el mediano plazo de la ruta del sol, va a propiciar un acercamiento significativo a la capital del país. Esta ciudad es el punto intermedio entre la capital y la costa

Caribe de Colombia, Según cálculos del ministerio de transporte se va acortar a cuatro horas y media aproximadamente el viaje por tierra desde Barrancabermeja a estos dos centros de turismo del país. Lo que daría lugar pensar en un punto de descanso a las personas que hagan turismo desde estos dos destinos.

En la actualidad Barrancabermeja posee diversidad económica, aunque su principal actividad depende de la industria petrolera, en Barrancabermeja se encuentra la sede central de la empresa ECOPETROL, la refinería más grande del país. La ciudad también cuenta con amplias zonas bancarias, industriales, comerciales y educativas que hacen de la ciudad un centro de convergencia mercantil en la cual se puede conseguir todo tipo de productos de primera necesidad además de los servicios técnicos y profesionales que requiere el área del Magdalena Medio²² .

La ciudad cuenta con una variedad de atractivos turísticos y lugares de entretenimiento entre los que se encuentran:

- ✓ Museo del Petróleo. Se encuentra ubicado a 15 minutos del centro de la ciudad, en la vía al corregimiento; reúne la historia petrolera y posee valiosa infraestructura y reliquias de la industria de hidrocarburos.

- ✓ Paseo Yuma. Se encuentra localizado en la tradicional avenida del ferrocarril, es una zona muy bella, apta para tomar fotografías junto a los monumentos del maestro Lombana quien hizo realidad la historia de la fauna y flora de Barrancabermeja, entre ellos pumas, iguanas, garzas, tortugas, chiguiros.

²² Informe Plan de Desarrollo Barrancabermeja Ciudad Futuro – Turismo y Entretenimiento de Barrancabermeja.

- ✓ Paseo en tren. Al visitar Barrancabermeja, una experiencia inolvidable es el paseo en tren en el parque infantil, el más céntrico de Puerto Petrolero y recorrer la ciudad.
- ✓ El Malecón. El malecón lo invita a vivenciar las emociones de Jurasik Park. Allí, podrá recorrer el parque natural que reúne la belleza de la ciénaga Miramar con la majestuosidad de los dinosaurios, tiranosaurios, brontosaurios y una gigantesca iguana, obras de arte hechas a mano con residuos de hierro de la industria petrolera.
- ✓ Ciénaga San Silvestre. La reserva natural más importante de Barrancabermeja está ubicada a solo 10 minutos de la ciudad y es de fácil acceso. Considerada “paraíso terrenal” por las ventajas que ofrece, es el mejor de Colombia para la práctica del Ski Náutico. Se trata de un espejo de agua con espectaculares paisajes naturales dignos de admiración.

Barrancabermeja posee varios clubes, en los cuales se puede encontrar variadas atracciones para el sano entretenimiento de la comunidad del puerto petrolero, algunos de estos clubes son los siguientes:

- ✓ Club Náutico San Silvestre. Se encuentra ubicado en el kilómetro 5 vía al corregimiento El Llanito. Es el sitio ideal para practicar básquet, microfútbol, natación, deportes náuticos y pesca deportiva.
- ✓ Club Infantas. Se encuentra localizado en pleno centro de Barrancabermeja. Hay varias piscinas, pista de baile, salones, restaurantes, canchas de tenis, taberna, canchas de tenis, gimnasio y mucho más.

7.5 SUBSECTOR DE ENTRETENIMIENTO: LOS PARQUES TEMÁTICOS

Los principales parques temáticos existentes actualmente en el país son:

- **Panaca: Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria/ Recuento histórico.** Primer parque agropecuario del mundo, especializado en zoolología doméstica fue inaugurado en diciembre de 1999. Durante el 2000 ingresaron más de 250.000 visitantes, en el 2001 entraron 228.000 visitantes, en el 2002 entraron 220.000 y para el año 2003 se espera que supere los 200.000 visitantes.

Figura 4. Logo Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria



Fuentes <http://www.panaca.com.co>

- **Parque Nacional del Café.** Se empezó a construir en 1990 y abrió sus puertas en 1995, se convirtió en el principal jalonador de turismo a la zona y en el motor para la apertura de nuevos parques temáticos. El Parque Nacional del Café, fue fundado por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y el Comité Departamental de Cafeteros del Quindío, pertenece a la Fundación Parque de la Cultura Cafetera y es una entidad sin ánimo de lucro destinada a la preservación del patrimonio cultural e histórico del café en Colombia, a la promoción de actividades culturales, recreativas, ecológicas y al impulso del ecoturismo en la región. Es un parque temático y de atracciones lleno de todo el esplendor del paisaje quindiano donde encontrará toda la magia y la historia de la cultura cafetera.

Figura 5. Logo Parque Nacional del Café



Fuentes: <http://www.parquenacionaldelcafe.com>

- **Parque Nacional del Chicamocha.** Es el parque atractivo más importante del departamento de Santander, ubicado a 54 km de Bucaramanga, en la vía que conduce a San Gil en jurisdicción del municipio de Aratoca. Administrado por la Corporación Parque Nacional del Chicamocha, entidad sin ánimo de lucro, que trabaja en pro del desarrollo socioeconómico de la Región, por iniciativa de la Gobernación de Santander y la Cámara de Comercio de Bucaramanga como socios fundadores. Con una ubicación estratégica en medio del imponente Cañón del Chicamocha, desde el 2006, el Parque Nacional del Chicamocha ofrece un recorrido por la cultura, las costumbres y la historia para que turistas nacionales y extranjeros conozcan y tengan contacto con todo lo que representa la “Santandereanidad” y la pujanza de la gente de la región. Todo esto combinado con la diversión y atracciones de aventura que ofrecemos al visitante distribuidas por todo el Parque y el imponente teleférico de 6.3 kms con 39 cabinas panorámicas, único en el mundo ubicado en un Cañón.

Figura 6. Logo Parque Nacional de Chicamocha



Fuente: <http://parquenacionaldelchicamocha.com>

- **Parque Jaime Duque.** El Parque Jaime Duque es un gran centro recreativo y cultural único en su estilo en Latinoamérica. Está ubicado a tan sólo 30 minutos de Bogotá por la Autopista Norte. Es un lugar mágico, con atracciones para toda la familia. Cuenta con uno de los mejores zoológicos del país, más de treinta atracciones culturales y recreativas, rodeadas de bellos lagos y jardines. En el los visitantes pueden a disfrutar de un agradable día de descanso y diversión, en un ambiente seguro y tranquilo. Cuenta con 2 excelentes restaurantes y el servicio de parqueadero es gratuito.

Figura 7. Logo Parque Jaime Duque



Fuente: <http://www.parquejaimeduque.com>

- **Parque Mundo Aventura:** Es una entidad sin ánimo de lucro, aporte de la Cámara de Comercio de Bogotá para todos sus habitantes. Su modelo de negocios es único, donde un Parque activo (Mundo aventura) financia o consigue los recursos necesarios para que algunos de los parques pasivos del distrito funcionen y brinden recreación de calidad. El parque también contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los niños menos favorecidos. A la fecha cerca de dos millones de niños de estratos 1 y 2 han disfrutado del parque durante un día de diversión totalmente GRATIS.

Figura 8. Logo Parque Mundo Aventura



¡Todo un día de diversión!

Fuente: <http://www.parquemundoaventura.com>

En el sector de parques temáticos con formato Edu-entretenimiento infantiles se encuentran:

- **Diversity.** Es una ciudad a escala que cuenta con 7200m2 donde los niños entre los 3 y los 13 años pueden jugar en 45 atracciones, en las cuales pueden desempeñar más de 60 roles entre profesionales y oficios. En Diversity los niños se divierten jugando en forma autónoma y aprenden a ser independientes al trabajar para ganar dinero y ahorrarlo o gastarlo en diversión; todo ello cumpliendo las reglas que todo ciudadano tiene en la ciudad. En Colombia Diversity tiene sede en Bogotá, Barranquilla y Medellín.

Figura 9. Logo Diversity



Fuente: www.diversity.com

- **Kandu.** Es un centro de “Edu-entretenimiento” familiar combinado con un restaurante interactivo donde puedes comer, disfrutar y divertirte, mientras

aprendes. Kandu proporciona espacios de unión e integración entre niños y adultos. Para los niños, Kandu ofrece una experiencia de juego altamente participativa, emocionante e inspiradora. Para los adultos, Kandu ofrece un ambiente agradable donde se pueden relajar disfrutar de diferentes shows mientras interactúan con sus hijos aprendiendo interesantes tópicos relacionados con el desarrollo de ellos. El centro de Kandu es un restaurante con gran variedad gastronómica y alrededor existe una ciudad a escala donde los niños pueden elegir entre muchas actividades como pasarela de modas, minería, laboratorio marino, teatro. Kandu en resumen es un ambiente creativo donde la familia entera disfruta, aprende y se divierte, dejando memorias que duren toda la vida. Kandu se encuentra en Bogotá y en Medellín.

Figura 10. Logo Kandu



Fuente: <http://www.kandu.com.co>

8. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Los parques temáticos no son una novedad y sin embargo cada año atraen a millones de turistas de todo el planeta. Nacieron con el concepto de atraer a los admiradores de una película, una saga o recrear un mundo de imaginación en un solo lugar²³.

El desarrollo de parques temáticos en el mundo como Kidzania, Wannado City, Kandu y Divercity nacieron en los años noventa basados en el concepto innovador de Luis Javier Laresgoiti cuando se materializó el concepto de juegos de rol, es una réplica de una ciudad real a tamaño infantil, con edificios, tiendas y salas de cine, así como vehículos y peatones que se desplazan a lo largo de sus calles.

En estas ciudades, los niños en edades de 1 a 12 años, aprenden acerca del mundo adulto, así como del valor del dinero y el trabajo, con la posibilidad de experimentar hasta 70 profesiones diferentes mientras sus padres pueden esperar en el área para adultos el cual cuenta con internet y comida. De esta forma los niños aprenden cómo consumir y van a disfrutar de comprar y trabajar para poder seguir comprando.²⁴

8.1 NIVEL NACIONAL

Como competencia directa a nivel nacional con el concepto de Edu-entretenimiento en los parques se encuentra:

²³ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7507669>

²⁴ http://empren-d.com/contenidoVr_Is.php?CN=271%20%20class=#.Ucz1svIE_Sg

8.1.1 Divercity.

El parque temático más conocido como "La ciudad divertida" es un espacio de 5.200 mts² dotado de 46 atracciones diferentes, todo hecho a la medida de los niños para que jueguen a ser grandes mientras conocen muchos aspectos de la vida real de la ciudad. En total la empresa presenta 60 roles sociales para interactuar entre ellos están: Bombero, detective, actor, modelo, fabricante, constructor, artista plástico, médico, veterinario, piloto entre otros. Divercity está Ubicada en diferentes zonas del país, Bogota, Barranquilla (sin información en página), Medellín y a Nivel Internacional en Lima. (sin información en página)

DIVERCITY BOGOTA:

Ubicación: Centro Comercial Santa Fe (Autopista Norte con Calle 183)

Horario: Martes a Jueves de 9:00 a 6: 00 pm y Lunes Festivos (Varia en los meses del año- Sujeto a Promociones)

Precios:

Niño menores de Tres años no Pagan

Pasaportes

Niños entre 3-13 años \$ 27.000

Mayores 13 años \$ 9.000

Pasaporte Pasatarde

Martes a Jueves de 3pm a 6pm

Niños entre 3-13 años \$ 14.900

Mayores 13 años \$ 4.900

DIVERCITY MEDELLIN

Ubicación: Centro comercial Santa Fe

Horario: Martes a Jueves de 9:00 a 6: 00 pm y Lunes Festivos (Varia en los meses del año- Sujeto a Promociones)

Precios:

Niño menores de Tres años no Pagan

Niños entre 3-13 años \$ 23.900

Mayores 13 años \$ 8.500

8.1.2 Kandu.

Con una propuesta innovadora, llegó a Colombia “Kandu”, un concepto que reúne educación y entretenimiento para los niños, así como espacios de integración familiar; todo en un mismo lugar. “Kandu” que viene de la pronunciación de las palabras en inglés “Can” que traduce “Poder” y “Do” que traduce “Hacer”, es un centro de “Edu-Entretenimiento” que combinado con un restaurante interactivo, permite a sus visitantes experimentar “Juegos de rol” en cada uno de sus pabellones, los cuales están dotados con elementos reales que permiten a los niños sentirse protagonistas de su propia historia. Se trata de hacer realidad sus sueños y fantasías, aunque sea por un momento, y así identificar en qué área tienen su mayor potencial para desarrollarlo al máximo.

Más que un restaurante, “Kandu” es unos espectáculos interactivos en el que niños y adultos, son los actores principales. Las actividades de Kandu combinan la experiencia de un juego con la vida real, permitiendo así un desarrollo más completo de cómo desenvolverse correctamente en un entorno común. Por esto, a todos los visitantes, ya sean regulares, escolares o aquellos que quieran celebrar su fiesta, se ofrece un ambiente lleno de alegría y creatividad, que facilita la enseñanza de nuevos mundos. Este parque interactivo, conformado por más de 20 pabellones, permite a los niños desde el primer momento, ser libres en ese mundo mágico aprenden a pagar y decidir en qué gastar sus “Kachings”, la moneda propia de Kandu. Los adultos pueden jugar con sus hijos ó relajarse mientras disfrutan de una obra de teatro, un desfile de modas, manteniendo comunicación con sus hijos en todo momento. La seguridad y

comodidad en cada espacio del parque, es una de las prioridades más apremiantes del equipo Kandu²⁵.

Horario:

De martes a viernes: 9:00 a.m. – 12:00 m. Visitas escolares.
1:00 – 4:00 p.m. Público general.
5:00 – 8:00 p.m. Público general.

Fines de semana y festivos

9:00 a.m. - 12:00 p.m. Público general*
1:00 - 4:00 p.m. Público general*
5:00 - 8:00 p.m. Público general*

* Sujeto a disponibilidad. Aplica el Paquete

Precios:

Sábados, domingos y festivos.

Tabla 3. Clasificación Precios Kandu

EDAD	PRECIO	ALIMENTOS
Niños 0 a 2 años	Gratis	NO INCLUYE
Niños 3 a 13 años	\$39.900	Platos a la carta + 1 bebida
Adultos 14 a 64 años	\$29.000	Platos a la carta + 1 bebida
Adultos mayores de 65 años	Gratis	NO INCLUYE

Fuente: <http://www.kandu.com.co/site/horarios>

De martes a viernes.

Tabla 4. Clasificación Precios Kandu

	Precio	Alimentos
Niños 0 a 2 años	Gratis	NO INCLUYE
Niños 3 a 13 años	\$25.500	NO INCLUYE

²⁵ <http://acolap.org.co/asociados/parque-tematico-kandu/2888/>

Adultos 14 a 64 años	\$13.000	NO INCLUYE
Adultos mayores de 65 años	Gratis	NO INCLUYE

Fuente: <http://www.kandu.com.co/site/horarios>

8.2 NIVEL REGIONAL

Santander como departamento cuenta con diferentes ofertas para el entretenimiento de los niños, algunos de estos se encuentran en los Centros comerciales, en su gran de atracciones mecánicas y reciente tecnología algunos de estos son Citypark, Happy city, Arkadia

Figura 11. Logo City Park



Fuente: <http://www.citypark.com>

Se destacan en el departamento de Santander parques como PANACHI (Parque Nacional del Chicamocha) el cual mezcla el turismo de aventura con los paisajes imponentes del Cañón del Chicamocha. Está situado en Santander a 60 minutos de Bucaramanga, capital del departamento y el área de deportes extremos del municipio de San Gil y a los alrededores que son de gran afluencia

por parte de los turistas de todo el país y extranjeros en temporada de vacaciones.

Figura 12. Logo Arkadia



Fuente: <http://www.arkadia.com>

Figura 13. Logo Happy City



Fuente: <http://www.happycity.com.co/site>

Dentro de los proyectos planificados para la ciudad de Bucaramanga se encuentra la construcción de un parque temático para Real de Minas. El proyecto se ubicará en un terreno que inicialmente estaba destinado para la construcción de vivienda, Este nuevo parque tiene como objetivo “construir un sitio similar al ‘Circuito Mágico del Agua’ de Lima, en donde hay 13 fuentes controladas por computadora y se mezcla la música, la luz, el color y el agua.”²⁶- “Será el ícono turístico de la ciudad” aseguran los mandatarios.

26. VANGUARDIA LIBERAL. Municipio construirá ‘parque temático’ en Real de Minas – Viernes 14 de Diciembre de 2012.

8.3 NIVEL MUNICIPAL

En lo que se refiere al producto relacionado, no existe en el municipio una competencia directa; sin embargo existen centros de diversión Infantil de máquinas y centros recreativos familiares que se constituyen en productos sustitutos del parque temático; estos centros de diversión existentes están constituidos por (máquinas de video juegos y juegos deportivos, máquinas de atracción, piscina de pelotas, áreas de obstáculos de entretenimiento entre otros.

8.3.1 City Park.

Ubicado en el tercer nivel del Centro Comercial San silvestre en Barrancabermeja y en el Centro Comercial Iguana, es un parque de entretenimiento familiar en el cual convergen modernas alternativas de entretenimiento por medio de atracciones: mecánicas, electrónicas, infantiles, de redención y Winner Box . Además, en este nivel está la plaza de restaurantes que agrupa diferentes alternativas para compartir en familia: El Corral, Frisby, Mimo's, Ketaco, Cimarrón, Juanpa Parilla & Pizza, Mac Pollo, Matachos, Hamburguesas El Garaje, El Consulado Antioqueño, Mediterráneo, Palata.

Horario:

11:00 am - 9:00 pm con una serie de Descuentos en las maquinas así:

Lunes a viernes 11:00 am – 3:00 pm 25% de descuento

Martes todo el día 50% descuento

Sábados, Domingos y Festivo 11:00 am – 2:00 pm descuento

El sistema de precios se basa en la recarga de una tarjeta citypark, la cual tiene un costo de \$2.000, con recargas posibles desde \$50.00 hasta \$100.000 lo cual lo hace merecedor del título cliente VIP.

La ciudad de Barrancabermeja además cuenta con áreas de esparcimiento familiar públicos y de libre acceso como el Centro Recreativo de CAFABA, el Parque Recreacional, el Club Infantas, y en más de 45 parques con polideportivas y juegos móviles para los niños.

9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El mercado al que se ofrece este modelo de negocio, son todos aquellos niños entre las edades de 3 a 13 años que sean residentes de Barrancabermeja o que visiten la ciudad en temporadas vacacionales o fines de semana, que junto con sus padres tengan la necesidad de encontrar en un sólo lugar un ambiente agradable, con una amplia oferta de diversión para la satisfacción de todo tipo de público.

El producto también está orientado a grupos de niños pertenecientes a instituciones educativas que deseen realizar jornadas de diversión para los niños en el parque.

9.1 TAMAÑO DEL MERCADO

9.1.1 Caracterización demográfica de la población.

Por medio de este capítulo se busca conocer la dinámica poblacional de la ciudad de Barrancabermeja como centro de desarrollo de políticas públicas e iniciativas empresariales para su satisfacción y aceptación del producto. Según los datos del Censo del DANE de 2005 proyectados, en 2012 la ciudad contaría con una población alrededor de 200.000 habitantes de los cuales el 49,2% son hombres y el 50,8 % son mujeres.

Tabla 5. Proyecciones de población total municipio por área 2005-2025

AÑO	TOTAL	TOTAL MUNICIPIO			TOTAL CABECERA			TOTAL RESTO	
		HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
2005	190.058	92.816	97.242	170.805	82.180	88.625	19.253	10.636	8.617
2011	207.366	101.692	105.674	187.888	90.932	96.956	19.478	10.760	8.718
2012	210.260	103.180	107.080	190.725	92.389	98.336	19.535	10.791	8.744
2013	213.149	104.666	108.483	193.551	93.840	99.711	19.598	10.826	8.772
2014	216.031	106.149	109.882	196.364	95.285	101.079	19.667	10.864	8.803
2015	218.900	107.626	111.274	199.157	96.720	102.437	19.743	10.906	8.837
2016	221.750	109.094	112.656	201.926	98.143	103.783	19.824	10.951	8.873
2017	224.578	110.551	114.027	204.668	99.553	105.115	19.910	10.998	8.912
2018	227.380	111.995	115.385	207.378	100.946	106.432	20.002	11.049	8.953
2019	230.153	113.425	116.728	210.055	102.323	107.732	20.098	11.102	8.996
2020	232.893	114.839	118.054	212.694	103.681	109.013	20.199	11.158	9.041
2021	235.598	116.236	119.362	215.295	105.020	110.275	20.303	11.216	9.087
2022	238.265	117.615	120.650	217.854	106.340	111.514	20.411	11.275	9.136
2023	240.891	118.974	121.917	220.368	107.637	112.731	20.523	11.337	9.186
2024	243.471	120.311	123.160	222.835	108.911	113.924	20.636	11.400	9.236
2025	246.002	121.624	124.378	225.250	110.160	115.090	20.752	11.464	9.288

Fuente: Proyecciones del Censo 2005 DANE

A la hora de analizar la oportunidades de la propuesta de inversión vista desde la capacidad de aceptación de la población; la ciudad de Barrancabermeja cuenta con una población flotante de mucha importancia en la medida que ejercer una demanda de bienes, recursos, bienes y servicios, adicionales o diferentes a las de la población residente.

Frente a lo anteriormente descrito en este aparte del análisis se realiza un cálculo de las tasas de crecimiento de la población y de los volúmenes de la misma teniendo en cuenta los efectos de la población flotante que ha sido atraída por la presencia de intercambios poblacionales motivados por las oportunidades de empleo que ofrece la ciudad.

En las regiones en transición demográfica, como lo demuestran las pirámides poblacionales es Barrancabermeja, el crecimiento natural constituye una proporción importante pero cada vez más se debe tener en cuenta el crecimiento migratorio.

Tabla 6. Tasa de crecimiento migratorio Barrancabermeja 2000-2009

Año	Tasa crecimiento inmigración	Tasa crecimiento emigración	Tasa de crecimiento migratorio
2000	2,11%	0,92%	1,18%
2001	2,02%	0,99%	1,03%
2002	1,18%	0,70%	0,48%
2003	0,62%	0,50%	0,13%
2004	1,12%	1,01%	0,12%
2005	3,55%	3,17%	0,38%
2006	3,43%	1,91%	1,52%
2007	0,18%	0,24%	-0,06%
2008	0,34%	0,45%	-0,11%
2009	0,20%	0,38%	-0,18%

Fuente: CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES DEL MAGDALENA MEDIO CER – Estudios Dinámica Demográfica de Barrancabermeja 2011.

Es importante anotar que a partir del 2010 Barrancabermeja se ha convertido en el epicentro de múltiples macro proyectos que cambiarán su dinámica económica y la convertirán en una ciudad deseada por los inversionistas y el talento humano foráneo: la construcción de la Hidroeléctrica del Río Sogamoso; la Ruta del Sol sector II que abarca 28 municipios, de los cuales el puerto petróleo es el más importante; la construcción de la Vía Yuma, que conectará el Puente Barrancabermeja–Yondó, Troncal del Magdalena Medio y el proyecto de modernización de la Refinería de Barrancabermeja PMRB entre otros, ver lista de macro proyectos Barrancabermeja que se muestra a continuación y que alterarían los datos registrados en la tabla anterior.

Macro proyectos que cuentan con financiación real a la fecha²⁷:

- Gran Vía Yuma
- Plan de Saneamiento Hídrico.

Macro proyectos de iniciativa Plan de Gobierno Barrancabermeja Ciudad Futuro y Empresa Privadas de Santander:

- Sistema Integrado Multimodal
- Conexión Vial del Puente Barrancabermeja Yondó con la denominada Carretera Nacional (Yondó – La Virgen)
- Conexión vial de la Troncal del Magdalena Medio con la denominada Carretera Nacional
- Construcción doble calzada Ruta del Sol
- Proyecto modernización de la refinería de Barrancabermeja (PMRB)
- Plataforma Logística Multimodal
- Proyecto Hidroeléctrico sobre el Río Sogamoso
- Malecón del Río de la Magdalena
- Proyecto Doble Calzada Bucaramanga - Barrancabermeja – Remedios

Proyectos estratégicos de la ciudad según Plan de Desarrollo 2012-2015:

- Centro materno infantil
- Centro de medicina especializada de alta complejidad
- Centro de acopio regional de vacunas
- Megalubiblioteca
- Centro poli funcional de eventos
- Parque nacional del agua

²⁷ Plan de Desarrollo Barrancabermeja Ciudad Futuro. Pág. 16.

- Centro de rehabilitación para drogadictos
- C.A.I en cada comuna (plan de seguridad integral)
- Centros de desarrollo empresarial
- Sistema de gestión de empleo para barranca-bermeja
- Centro de acopio pro-ductos agropecuarios
- Frigo matadero
- Acueducto del corregimiento el centro
- Acueducto corregimiento el llanito
- Plan de saneamiento hídrico
- Gestión integral de re-cursos hídricos. plan de manejo integral de las ciénagas san silvestre, Juan esteban
- Relleno sanitario- manejo integral de residuos sólidos
- Plan de semaforización
- Plan de desarrollo vial (intercambiadores vía-les)
- Terminal de transportes de Barrancabermeja

Esto converge entonces en los altos movimientos migratorios de población foránea para invertir en la ciudad y aumento adquisición de vivienda (arriendo y propia); según encuesta realizada por la Cámara de Comercio y Ecopetrol en el 2007; el 52% de los hogares encuestados era propietario de la vivienda donde habitan y no tenían deudas, mientras que el 13% actualmente amortizaban un crédito de vivienda, además se anotó que 20% de los hogares vivía en arriendo lo que significa que existía un déficit de vivienda²⁸.

En los últimos años el aumento en la construcción de vivienda y hoteles ha sido acelerada “Sabemos que vienen cadenas hoteleras a construir aquí sus hoteles. El dinamismo y el crecimiento de la hotelería en Barrancabermeja son muy

²⁸ CAMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA – ECOPETROL. Encuesta Social de Hogares de Barrancabermeja. Enero de 2011. PDF. Pág. 8 -10

satisfactorios”, destacó Ochoa Rueda²⁹. En la ciudad funcionan 12 hoteles de la red Cotelco, con una capacidad de 600 habitaciones. Se esperaba que a inicios de 2013 estuvieran habilitadas 200 habitaciones más.³⁰ En relación a las viviendas, en la ciudad ya se contemplan construcciones de más de cinco pisos para vivienda así como Conjunto residenciales de más de cuatro torres.

Dado la información de crecimiento de la ciudad a un ritmo acelerado, la concepción de entretenimiento para la ciudad están dirigidas a los nuevos centros comerciales existentes de la ciudad; Centro Comercial IGUANÁ y Centro Comercial San Silvestre; esto focaliza la oportunidad de ubicación del proyecto en alguno de estos centros comerciales dado su auge de expansión y áreas predestinada como inexistentes para áreas de juegos y entretenimiento Infantil.

Así mismo se evidencia una falta en políticas públicas de Infancia y adolescencia enfocada al entretenimiento educativo infantil y no solo actividades deportivas para la población Objetivo de determinada como niños de 3 a 13 años; Estas actividades deportivas se diseñan y ejecutan a través de Instituto para el fomento del deporte y la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física de Barrancabermeja –INDERBA, que serían actividades de entretenimiento para la población Infantil pero que no responde al entretenimiento educativo del proyecto. Este Instituto responde al componente³¹ recreación y deporte. Dentro de los Programas de este Componente desarrolla las siguientes líneas de acción:

- ✓ **Recreación.** Esta acción incluye la recreación escolar, recreación para el adulto mayor, recreación para grupos vulnerables, todos a la calle, nuevas formas de recreación.

²⁹ Representante del Sector Hotelero en Barrancabermeja.

³⁰ VANGUARDIA LIBERAL. “Construcción Hotelera creció 300%: Cotelco”. Sábado 07 de Enero de 2012.

³¹ PLAN DE DESARROLLO BARRANCABERMEJA CIUDAD FUTURO - Diagnostico Aprovechamiento del Tiempo Libre. Pag. 96

- ✓ **Promoción de la actividad física.** Esta línea incluye el uso del tiempo libre, lucha contra el sedentarismo, juega aunque no juegues.
- ✓ **Parques y escenarios deportivos.** Esta línea incluye nuevos escenarios deportivos, Parque recreacional del Nororiente, recuperación del Parque Recreacional, mantenimiento de escenarios deportivos, adecuación de escenarios deportivos, operación de escenarios deportivos.
- ✓ **Escuelas de formación deportiva.** Esta línea incluye detección de talento deportivo, capacitación de docentes e instructores, articulación al sistema educativo, formación deportiva, Implementación deportiva, alto rendimiento, festivales deportivos.
- ✓ **Apoyo al deporte barranqueño.** Esta línea incluye apoyo a ligas y clubes, deportistas destacados, jóvenes promesas, Alianza Petrolera, patrocinios y convenios, unidad científica médico deportiva.
- ✓ **Agenda deportiva.** Esta línea incluye Juegos inter-colegiados, inter-escolares e inter-docentes, juegos comunales.

Para inscripción en programas de recreación y deporte en el grupo poblacional es de 5 a 17 años, se observa una tendencia de aumento en la cobertura de la población, no obstante no está dirigido a la totalidad de la población Infante y el enfoque es Deportivo recreativo.

Frente a temas sociales, se reportan datos DANE del CENSO 2005 una variación en los indicadores de inequidad de 1993 a 2005 la pobreza medida por NBI pasó de 29,48% a 22,33% ubicándose por debajo de la pobreza a nivel nacional (27,78%), en la zona urbana para ese año fue de 20,99% es de mientras en la rural fue de 32, 37%.

“La pirámide poblacional de 2011 contrastada con las de 1985, 1990, 1995, 2000 y 2005 muestra la transición demográfica de la ciudad de Barrancabermeja, caracterizada por un rápido descenso en las tasas de natalidad y levemente en

la de mortalidad y que se refleja en un angostamiento de la base y un leve ensanchamiento del vértice, lo cual muestra que la población en los rangos de edad que corresponden a los niños y jóvenes menores de 14 años ha desacelerado su crecimiento y el grupo de mayores de 20 años gana cada vez más mayor participación³². Pero este es un indicador de alto grado de dificultad en la medición por la alta tasa de transición demográfica de Barrancabermeja dado los fenómenos migratorios causados por los megas proyectos anteriormente mencionados.

En relación a la fecundidad y salud medida por la relación de Niños por mujer en la ciudad de Barrancabermeja según mediciones del Centro de Observatorio Regional existe una disminución de un 39% entre 1985 y 2011 de igual forma se ha generado esta disminución en el país con un 33%; Pero al compararse con la tasa Bruta de Natalidad³³ se evidencia que para los años 2008 y 2009 muestra datos crecientes contrario a la anterior relación; esto se explica en buena parte en que nace un número importante de niños pero en que a la vez no se ha podido controlar la mortalidad en menores de 5 años. “En Barrancabermeja no solo no ha sido posible controlar la fecundidad, sino que la mortalidad en la niñez aún muestra altas tasas así su tendencia sea decreciente³⁴” Se espera que por medio de políticas públicas en salud para la Infancia se logre contrarrestar las tasas de Mortalidad en la ciudad en los próximos años.

9.2 DEMANDA POTENCIAL

Para determinar la capacidad de atención al parque se tiene en cuenta la población de niños de 3 – 13 años para las cuales están dispuestos cada uno de

³² CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES DEL MAGDALENA MEDIO CER. Dinámica demográfica de la ciudad de Barrancabermeja. Observatorio de Mercado Laboral 2012.PDF. Pág.8-10.

³³ Tasa bruta de natalidad: Número de nacimientos vivos ocurridos durante un año, por cada 1000 habitantes de la población calculada a mitad de período.

³⁴ Op. Cit, CER pag. 24

los equipos y área del parque; Según Datos Estadísticos del DANE según censo del 2005; esta será la población Objetivo existente y proyectada:

Población Total Barrancabermeja: 191.764 habitantes

Tabla 7. Proyecciones de población de 3 a 13 años Barrancabermeja Código 68081 2013

<i>Año</i>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>	<u>2016</u>
Total	36,152	35,590	35,071	34,600
Hombres	18,560	18,293	18,040	17,820
Mujeres	17,592	17,297	17,031	16,780

Fuente: DANE VISOR PPO CENSO 2005

La población objetivo para la puesta en marcha del proyecto son los niños y niñas de 3 a 13 años con acompañamiento de un adulto responsable; según esto, el parque estaría en capacidad de albergar a 300 visitantes diarios, debido a que se debe configurar las instalaciones en el área asignada por el centro comercial además de los ingresos promedios de la población del municipio de Barrancabermeja ver tabla , que es conocida como una población fluctuante por su alta tasa de familias foráneas dadas las oportunidades laborales temporales de la ciudad. Se espera que el número de visitantes promedios sea de 180 diarios y que tienda a aumentar en los periodos de vacaciones, fines de semana y festivos hasta copar su capacidad.

Tabla 8. Ingreso promedio por hora de trabajo en jefes de hogar

Jefes de Hogar	Sexo	Media	Normal	Desv. típica
Otros Parientes	Hombre	20.333	15.161	43.737
	Mujer	52.379	15.896	655.640
	Total	36.737	31.058	470.535
Jefes de Hogar	Hombre	34.398	28.441	141.151
	Mujer	21.727	9.433	80.276
	Total	31.242	37.874	128.830
Total	Hombre	29.508	43.603	117.075
	Mujer	40.964	25.329	522.145
TOTAL		33.718	68.932	329.968

Fuente: Encuesta de hogares 2011 CER. Dinámica Demográfica de la ciudad de Barrancabermeja. Unidad: Pesos

Tabla 9. Promedio de Ingresos Hogar y per cápita por estrato

Estrato	Promedio de Ingresos del Hogar	Promedio de Ingresos per cápita	Promedio de personas por hogar
1	\$1,150,381.00	\$ 332,924.00	3.9
2	\$2,651,467.00	\$ 761,711.00	3.5
3	\$3,328,784.00	\$1,056,801.00	3.3
4	\$2,814,498.00	\$ 957,221.00	3.3
5	\$2,578,710.00	\$1,060,378.00	2
6	\$6,179,979.00	\$1,767,824.00	3.5
Total	\$2,669,108.00	\$ 820,104.00	3.5

Fuente: Fuente: Encuesta a Hogares urbano – rural del municipio de Barrancabermeja 2013 – EHB_2013

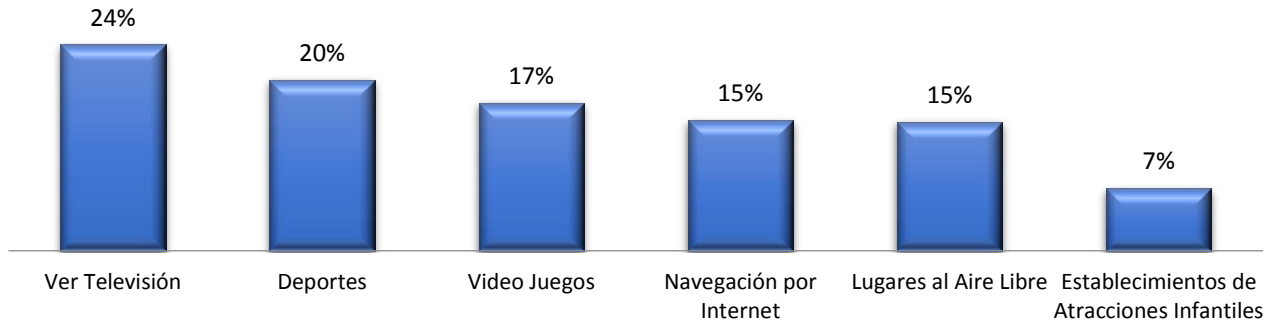
Las instituciones educativas harán también parte del nicho de mercado, se espera que realicen visitas semestrales, orientadas específicamente al Edu-entretenimiento. Para Barrancabermeja según Estadística de la Federación Nacional de Municipios reporte al 2006 Infraestructura-Educación, Barrancabermeja contaba con 38 centros educativos no oficiales y 17 centros educativos oficiales. La evolución de la demanda se plantea como una variable constante durante el horizonte del proyecto determinada por la capacidad de las instalaciones.

9.3 HALLAZGOS DE LA ENCUESTA

Según los resultados obtenidos de la encuesta aplicada de manera aleatoria a las familias barranqueñas de la población objetivo y la muestra obtenida de 270 encuestados con un error de 5% y un nivel de confianza de 90%.

Se les pregunto a los padres de familia o abuelos de los niños acerca de las actividades que realizan los niños con mayor frecuencia en el tiempo libre y la actividad en la que emplean mayor tiempo es ver televisión con un porcentaje de 24%, siendo las visitas a establecimientos de atracciones infantiles las que con menor frecuencia realizan con solo un 7% en el resultado. Como se muestra en la siguiente gráfica.

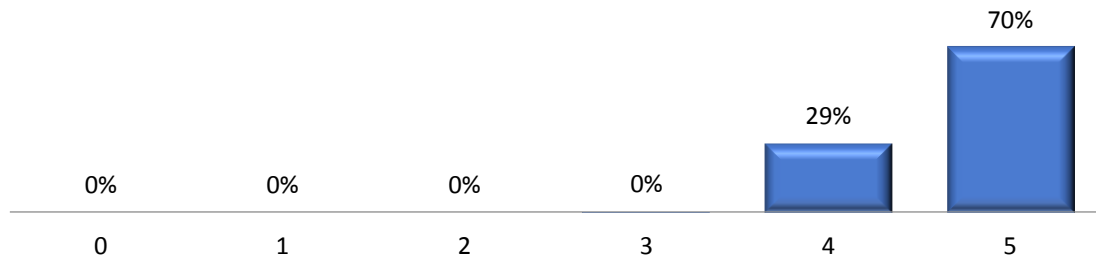
Grafica 1. Actividades desarrolladas por los niños en el tiempo libre



Fuente: Autoras del proyecto

En una escala de 1 a 5 donde uno es nada importante y cinco es muy importante, El 70% de los encuestados considera en cinco (5) o muy importante que sus hijos y/o nietos tengan espacios de diversión que aporten a su aprendizaje. Como se muestra en la siguiente gráfica.

Grafica 2. Valoración de importancia en que los niños tengan espacios de diversión que aporten a su aprendizaje



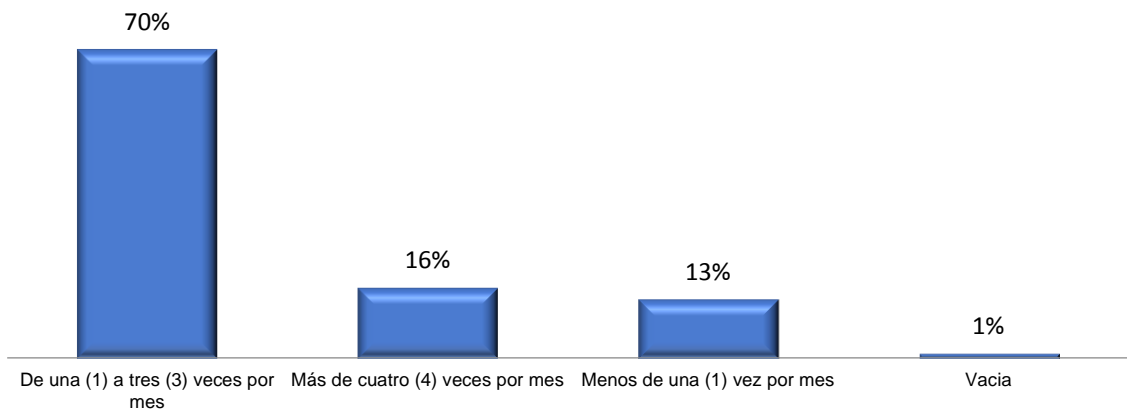
Fuente: Autoras del proyecto

La mayoría de los encuestados asegura en un 97% que lleva a sus niños a lugares de entretenimiento en el tiempo libre, esto nos lleva a evidenciar que dentro de la cultura de la población barranqueña es una alternativa muy frecuente llevar a los niños a lugares o establecimientos donde se puedan divertir y pasar un rato agradable como se muestra en la **¡Error! No se encuentra el rigen de la referencia.** y la frecuencia con la que mayor lo realizan es de una a tres veces por mes y se muestra en la gráfica 4.

¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.

Fuente: Autoras del proyecto

Grafica 4. Salidas a lugares de entretenimiento en tiempo libre

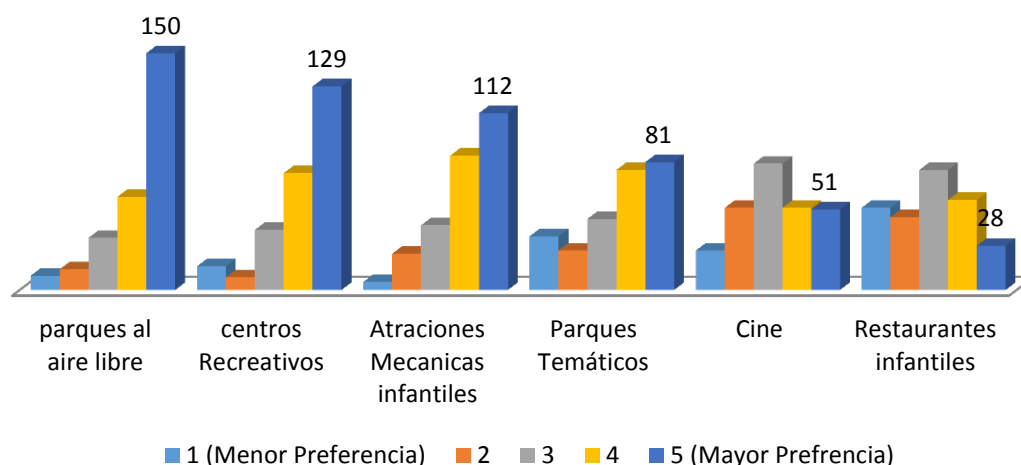


Fuente: Autoras del proyecto

- Al pedir a los encuestados que calificaran de 1 a 5 siendo 1 la calificación de menor preferencia y 5 la calificación para el lugar de mayor preferencia para compartir con los niños, los parques al aire libre son las de mayor elección seguido por los centros comerciales. Durante el ejercicio de este estudio se pudo comprobar de manera visual el resultado de la Gráfica 3 por la gran

acogida que tienen los parques de la ciudad donde se ofrecen juegos para niños como columpios, resbaladeros, saltarines y dummies inflables, así como los locales de atracciones mecánicas que funcionan en los centros comerciales como Happy City y Diver City siendo estos centros de distracción para toda la familia.

Gráfica 3. Lugares de menor y mayor preferencia para compartir con los niños



Fuente: Autoras del proyecto

- Conocer la percepción de la ciudadanía respecto a la existencia de suficientes lugares para el entretenimiento de los niños en la ciudad era un elemento importante de este estudio, como resultado se concluye que el 83% de los encuestados considera que en la actualidad la ciudad de Barrancabermeja no cuenta con los escenarios suficientes para la diversión de los niños. Lo que demuestra la oportunidad de negocio para este modelo al darle la posibilidad a todos los ciudadanos de contar con escenarios de diversión infantil permanentemente. Esta consideración también se evidencia cuando a la ciudad llegan parques de atracciones mecánicas o circos, pues estos son recibidos con gran participación de la comunidad y durante todas sus funciones registran taquillas llenas. La tabulación de los datos se muestra en

- Gráfica 4. Consideración acerca de la existencia de suficientes lugares para el entretenimiento de los niños.

Gráfica 4. Consideración acerca de la existencia de suficientes lugares para el entretenimiento de los niños



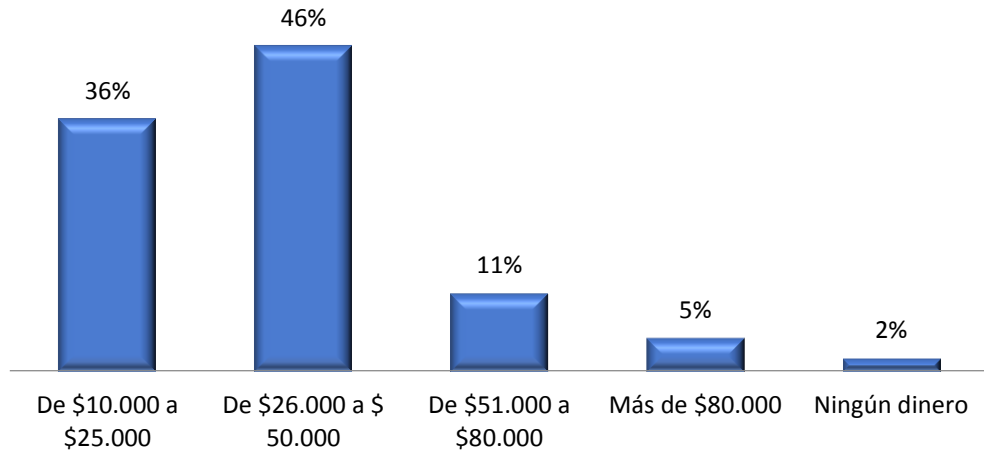
Fuente: Autoras del proyecto

Para este tipo de modelo de negocio, el precio está determinado por la forma de tener acceso al servicio de Entretenimiento en el Parque Temático Infantil, lo más frecuente es que se utiliza un sistema de Pasaporte con Acceso a todas las áreas del parque temático, y que varía en su precio dependiendo del rango de edades de los niños y los días de la semana para el acceso. Es por esto que dentro del estudio se perseguía conocer el dinero que los encuestados están dispuestos a invertir en un día de diversión por niño.

Se espera que para los próximos años la población objetivo crezca a razón

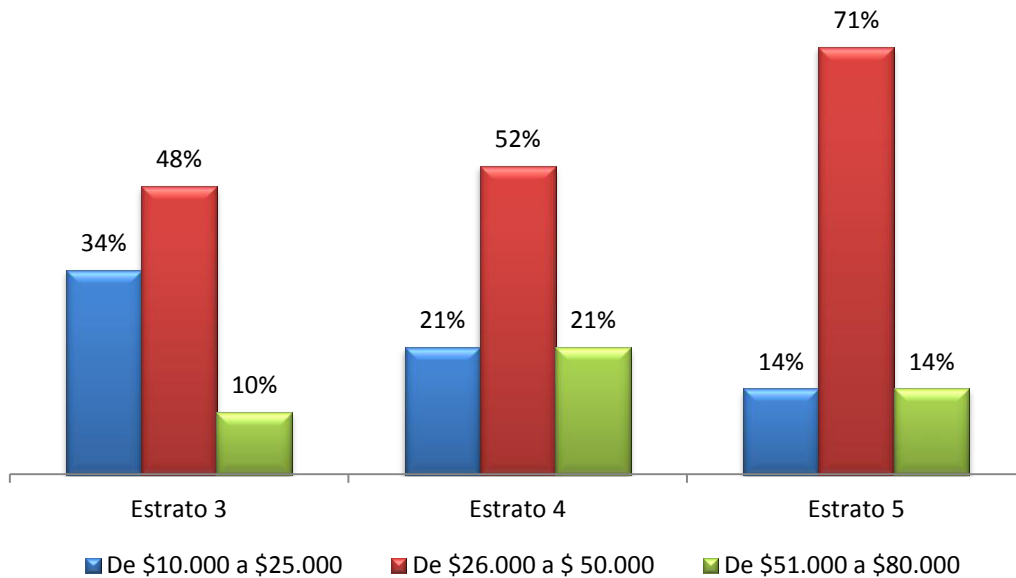
- Respecto al precio los resultados arrojaron que en un 36% los padres están dispuestos a pagar hasta \$25.000 pesos y que un 46% están dispuestos a pagar entre \$26.000 y \$50.000 pesos. Se puede notar en la gráfica 7 que el costo estimado de la entrada al parque no puede ser superior de \$50,000 pesos, ya que muy pocas personas están dispuestas a pagar más de este monto en un día de entretenimiento con sus hijos.

Gráfica 5. Precio dispuesto a pagar por un día de diversión por cada niño



Fuente: Autoras del proyecto

Gráfica 8. Análisis del Costo dispuesto a pagar por estrato



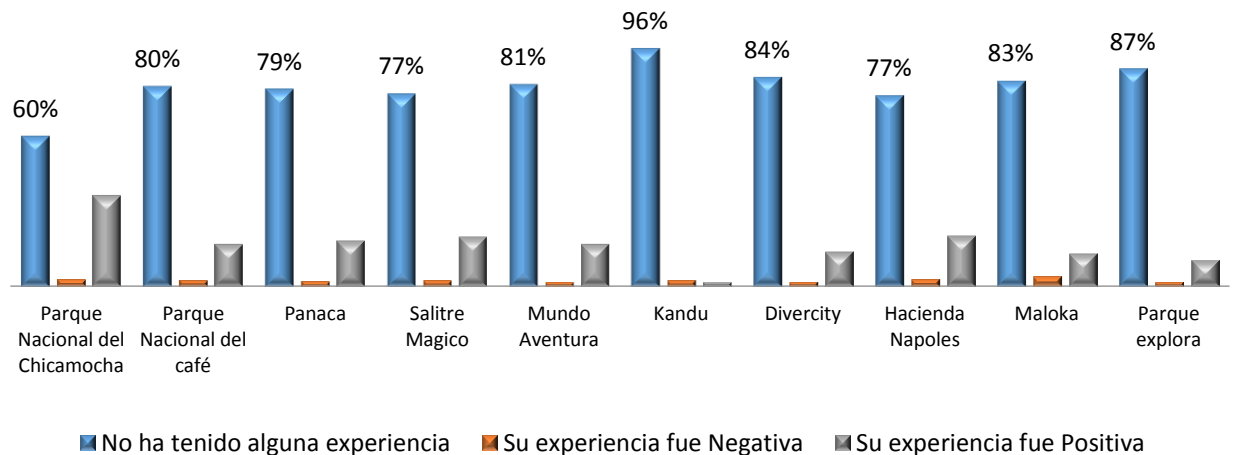
Fuente: Autoras del proyecto

De lo anterior, y teniendo en cuenta los ingresos promedio por estratos Tabla No 8; un padre de familia de los estratos III, IV y V estaría dispuestos a pagar en

general de \$26.000 a \$50.000 en entretenimiento, El comportamiento del precio en los estratos está directamente relacionado con los nivel de estratificación.

- Con el objeto de saber el conocimiento que tienen los ciudadanos acerca de los parques temáticos más importantes del país se les preguntó a los encuestados: de una lista de parques temáticos existentes a nivel nacional, seleccione los parques con los que ha tenido alguna experiencia con sus hijos y/o nietos y seleccione si esta experiencia fue positiva o negativa. Como conclusión pudimos notar que la mayoría de las personas encuestadas no conoce los parques temáticos del país. Ver gráfica 8. Por lo que desde el punto de vista del modelo de negocio para la ciudad de Barrancabermeja es muy positivo y sería totalmente innovador, generaría en la población gran motivación para visitarlo y llevar sus niños. Ya que muy seguramente las familias no han tenido la posibilidad de trasladarse a las ciudades donde ellos operan ya que si segmentamos un poco más la encuesta las personas que respondieron que si han tenido una experiencia positiva en estos parques, son aquellas de mayor estrato social.

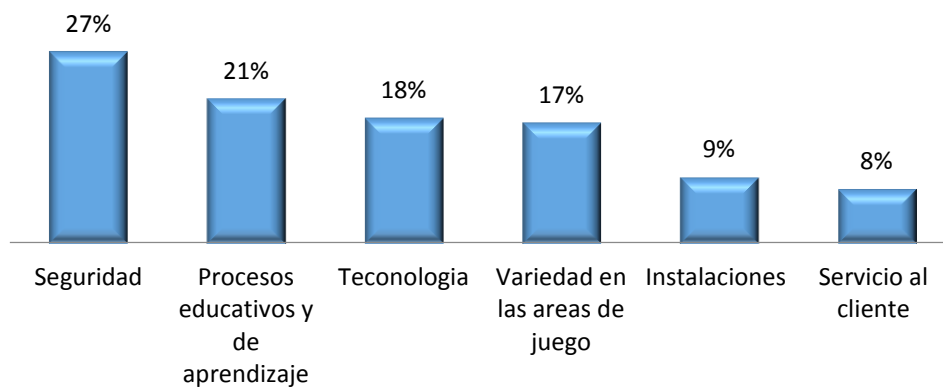
Gráfica 9. Conocimiento de los parques temáticos del país



Fuente: Autoras del proyecto

- Al estar interesados los encuestados por el parque temático se les consultó acerca de las características que consideran más importantes debe tener o por las que ellos lo evaluarían para ir a visitarlo, el resultado arroja que el 27% de los encuestados considera la seguridad dentro del parque como el elemento más importante, en segundo lugar los procesos educativos y de aprendizaje, en tercer lugar están muy de la mano la tecnología con la que cuente el lugar y la variedad de las áreas de juegos como se muestra en la Gráfica .

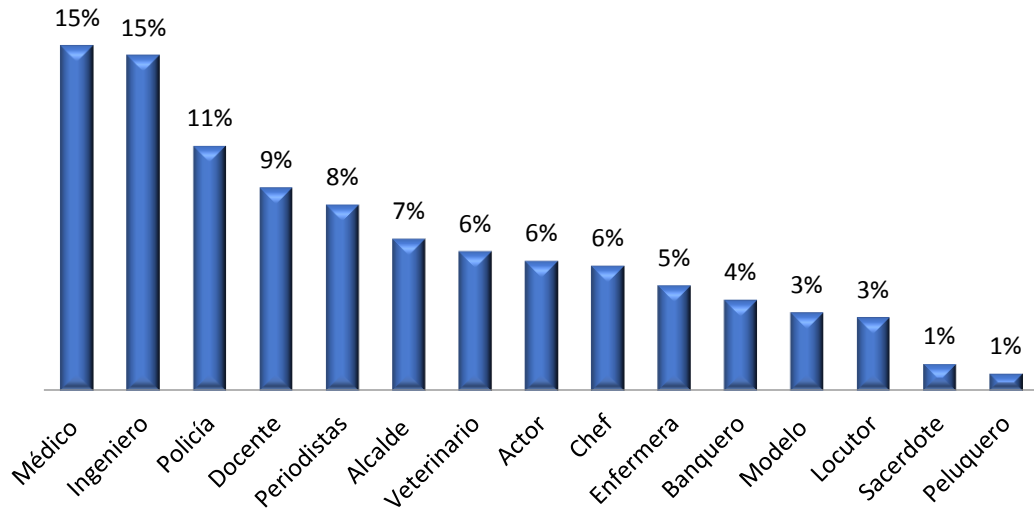
Gráfica 10. Características que consideran debe tener un parque temático



Fuente: Autoras del proyecto

- El concepto del parque que es caso de estudio en este ejercicio es que los niños se diviertan a través de los juegos de rol, que se diviertan como niños jugando a ser grandes. A los encuestados se les presento una lista de 15 profesiones cotidianas y se les pidió que escogieran las 5 de su mayor preferencia para que los niños las imitaran, los resultados de esa elección se muestra en la
-
- Gráfica . Y concluye que los juegos de rol con los que el parque tendría buena aceptación son médico, ingeniero, oficial de policía, docente y periodista.

Grafica 11 Profesiones de preferencia para el juego de roles

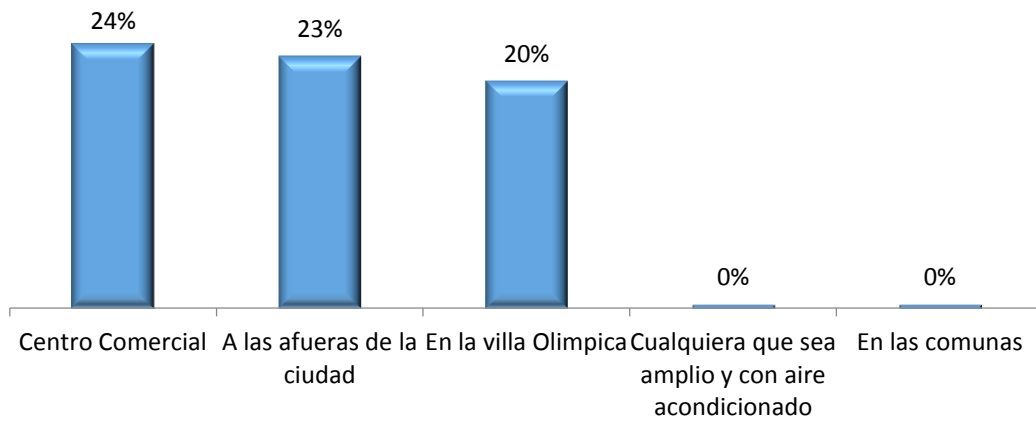


Fuente: Autoras del proyecto

Otras opciones sugeridas por los entrevistados fueron: aviador, buen ciudadano, deportista, granjero, investigador y piloto.

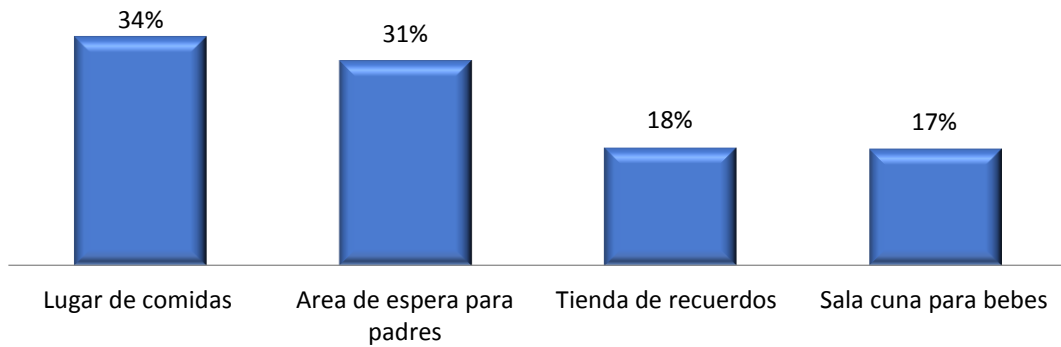
Con la aplicación del cuestionario también otros aspectos como los siguientes:

Gráfica 12. Consideración de lugar apropiado para la instalación de un parque temático



Fuente: Autoras del proyecto

Gráfica 13. Servicios adicionales del parque



Fuente: Autoras del proyecto

Otras opciones sugeridas por los entrevistados:

- ✓ Actividades padres e hijos
- ✓ Actividades para padres de familia
- ✓ Área de video
- ✓ Canchas de futbol
- ✓ Lockers
- ✓ Parqueadero
- ✓ Teatro

10. ESTRATEGIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD

10.1 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Por medio de las diferentes instituciones educativas, convenios de publicidad empresarial en cada área del Parque, Cámara de Comercio, agencias para el desarrollo turístico en el departamento y la comunidad en general.

10.2 DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE PUBLICIDAD

- **Instituciones educativas.** Promocionando los servicios y convenios con la administración local, para el acceso de los estudiantes los días Martes y Miércoles de 9:30 am a 11:00 am con descuentos hasta el 30%. Para tener acceso a dichos programas es necesario solicitar la visita vía telefónica o dirigir una carta vía fax a la administración del parque temático solicitando el cupo correspondiente y especificando la hora de la visita y número de visitantes.
- **Fundaciones y sector empresarial.** Dado el patrocinio de las empresas privadas y/o fundaciones dentro del Parque temático para cada una de las áreas; se darán pasaporte con acceso total según eventos programados que tengan las empresas en la ciudad y fuera de ella. Para solicitar los pasaportes la empresa patrocinadora deberá solicitar por escrito (hasta un máximo de 30 pasaportes al mes y disponer de ellos antes de dos meses después de la fecha generada por el sistema) la fecha del evento que piensa realizar y el número de pasaportes requeridos, además se enviara vayas publicitaria del Parque para uso del Evento.

- **Comunidad en general.** Por medio de radio, televisión, pasa calles e inauguración con pasaportes gratuitos.
- **Agencias de viajes y turismo.** Promocionar el parque temático infantil como uno de los sitios de interés de la ciudad de Barrancabermeja y el departamento de Santander dentro de los paquetes turísticos ofrecidos a los visitantes y turistas.

10.3 PROMOCIÓN

Las actividades de promoción y ventas son los determinantes de la sostenibilidad del proyecto a lo largo de la operación. Para ello se propone publicidad en los diferentes medios de comunicación (programas de televisión, prensa, radio y vallas publicitarias), mostrando la nueva alternativa de Entretenimiento y Educación para la Ciudad de Barrancabermeja “Ciudad Futuro” y sus corregimientos aledaños. Además de generar alianzas estratégicas con la Gobernación de Santander para realizar visitas programadas de Centros Educativos del Departamento al Primer Parque Temático Infantil en Santander y visita a la ciudad Petrolera de Colombia.

Además la presentación de proyectos ante organizaciones internacionales que permitan obtener donaciones que permitan ofrecer servicios gratuitos a la población desplazadas y pobreza absoluta de la ciudad de Barrancabermeja.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta los objetivos específicos planteados para el presente estudio de mercados, se tienen las siguientes conclusiones:

- La ciudad de Barrancabermeja en la actualidad cuenta con pocas alternativas de diversión para los niños y para la familia en general, esto representa la existencia de un mercado potencial favorable para el modelo de negocio planteado en este estudio, pues no existe ningún establecimiento con las mismas características y tipo de entretenimiento, y la ciudad cuenta con una población residente actual del municipio cercana a los 200.000 habitantes más la población flotante que llega a la ciudad.
- Se destaca la importancia que le dan los padres o personas a cargo de los niños como abuelos al entretenimiento de los niños y que esta diversión les aporte a su desarrollo y crecimiento.
- Como resultado del estudio se pudo determinar que un parque Temático Infantil podría entrar a participar y competir en el Mercado del Entretenimiento como una propuesta con componentes educativos y de entretenimiento. A nivel de factibilidad, se debe determinar la viabilidad comercial del parque, es necesario realizar un estudio de demanda más detallado, se sugiere hacerlo con base en:
 - Las estadísticas sobre el número de personas que acostumbran visitar los centros recreativos de la ciudad.
 - Número de estudiantes en los colegios del municipio y de la región del Magdalena Medio.

- El parque temático cuenta con una ventaja competitiva frente a los centros recreativos, representada en el componente educativo; además dados los resultados más del 40% de la población Objetivo pagaría por una alternativa de entretenimiento educativo.
- La afluencia de público está condicionada por la seguridad de la zona y la Variedad de los Juegos del Parque Temático.
- Este modelo de negocio genera grandes expectativas para los habitantes de la ciudad debido a:
 - Generación de empleo en la región alineado con las estrategias de desarrollo del municipio; lo que podría generar alianzas publico-privadas.
 - Modelo educativo basado en el entretenimiento y espacios de diversión familiar.

BIBLIOGRAFÍA

CAPACHO ESTEBAN Alejandro y PEÑA VILLAMIZAR Cesar Armando. Factibilidad para la creación de un parque de skateboard para juegos extremos en patines en la ciudad de Bucaramanga. Tesis de Grado. Universidad Industrial de Santander, 2012.

Diario El Universal (2 febrero 2011). Parques de diversiones, un sector en crecimiento, <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/economica/parques-de-diversiones-un-sector-en-crecimiento-7035>

INFORME PLAN DE DESARROLLO BARRANCABERMEJA CIUDAD FUTURO – TURISMO Y ENTRETENIMIENTO DE BARRANCABERMEJA.

KOTLER Philip, BLOOM Paul y HAYES Thomas. El Marketing de Servicios Profesionales, Primera Edición, Ediciones Paidós Iberica S. A., 2004.

MALHOTRA Naresh k. Investigación de Mercados. 5 Edición. Pag.303.

MARTÍNEZ LÓPEZ José Samuel. La sociedad del entretenimiento y su imperativo superyoico de goce: El Fenómeno de lo lúdico.

PAREDES RAMÍREZ Daniela Dinora, PÉREZ THOMPSON Irma. Propuesta de creación de un parque temático en Zaruma: actividad minería y cafetera”. Tesis de Grado. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil – Ecuador 2009.

PLAN DE DESARROLLO “BARRANCABERMEJA CIUDAD FUTURO”.

RIVERO, Hernando y BLANCO, Marvin. El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local. Documento técnico. Junio 2003. Colombia. Pág. 11.

WEBGRAFÍA

<http://www.divercity.com.co/portal/>

<http://www.kandu.com.co/>

<http://www.parque1900.com.co/home>

<http://www.viajaporcolombia.com/parques-tematicos/>

<http://externos.uma.es/cuadernos/pdfs/pdf449.pdf>

<http://www.kidzania.com/>

<http://www.eluniversal.com.co/cartagena/economica/parques-de-diversiones-un-sector-en-crecimiento-7035>

ANEXOS

INSTRUMENTO (ENCUESTA)

PREFERENCIAS DE LOS PADRES DE FAMILIA A LA HORA DE BUSCAR ENTRETENIMIENTO PARA LOS NIÑOS

De manera atenta solicito a Ud. unos minutos de su tiempo para responder el cuestionario que encontrará a continuación, en este momento estamos llevando a cabo un estudio de mercados, con el cual se espera poder identificar las preferencias de los padres de familia en el momento de llevar a sus hijos a lugares de entretenimiento y su interés en que ésta diversión aporte al conocimiento y desarrollo de los niños. Los resultados de su participación serán manejados con estricta confidencialidad y se protegerá su identidad en todo sentido. Los resultados de esta investigación y su publicación serán tratados como grupos y no como individuos.

*Obligatorio

1. GENERO *

Marca solo un óvalo.

- Femenino
 Masculino

2. EDAD *

Marca solo un óvalo.

- Entre 22 y 30 años
 Entre 31 y 50 años
 Más de 51 años

3. ESTRATO *

Seleccione el estrato del lugar de su residencia

Marca solo un óvalo.

- Estrato 1 *Después de la última pregunta de esta sección, deja de rellenar el formulario.*
 Estrato 2 *Después de la última pregunta de esta sección, deja de rellenar el formulario.*
 Estrato 3
 Estrato 4
 Estrato 5
 Estrato 6

4. DIRECCIÓN DE RESIDENCIA *

Esta información es confidencial, con fines académicos

5. 1. ¿Tiene Hijos y/o nietos entre tres (3) y trece (13) años de edad? *

Marca solo un óvalo.

SI

NO Después de la última pregunta de esta sección, deja de rellenar el formulario.

6. 2. De la siguiente lista de actividades seleccione las que realizan sus hijos y/o nietos en el tiempo libre. *

Seleccione max 3

Selecciona todos los que correspondan.

Vídeo Juegos

Deportes

Ver televisión

Navegación por internet

Lugares al aire libre

Establecimientos de atracciones infantiles

Otro: _____

7. 3. ¿Considera usted importante que sus hijos y/o nietos tengan espacios de diversión que aporten a su aprendizaje? *

Califique en la escala de 1 a 5 donde, 1 No es importante y 5 es muy importante

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

No es importante Muy importante

8. 4. ¿Lleva a sus hijos y/o nietos a lugares de entretenimiento en el tiempo libre? *

Si su respuesta es negativa, pase a la pregunta 7.

Marca solo un óvalo.

SI

NO

9. 5. ¿Con que frecuencia visita lugares de entretenimiento con sus hijos y/o nietos?

Selecciona todos los que correspondan.

Menos de una (1) vez por mes

De una (1) a tres (3) veces por mes

Más de cuatro (4) veces por mes

10. 6. En la siguiente lista califique los lugares de entretenimiento de mayor preferencia para compartir con sus hijos y/o nietos.

Califique de 1 a 5. Donde 1 es el de menor preferencia y el 5 es el de mayor preferencia.

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
Parques al aire libre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Centro Recreativos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parques temáticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurantes Infantiles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Establecimientos de atracciones infantiles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. 7. ¿Considera que la ciudad de Barrancabermeja cuenta con escenarios Suficientes para el entretenimiento de sus hijos y/o nietos? *

Si su respuesta es negativa, pase a la Pregunta 9

Marca solo un óvalo.

- Si
 No

12. 8. Si su respuesta en la pregunta anterior fue positiva, ¿Que aspectos considera importantes cuando tiene la intención de visitarlos?

Selecciona todos los que correspondan.

- Instalaciones
 Servicio al cliente
 Variedad en los juegos
 Procesos de Aprendizaje
 Precio
 Otro: _____

13. 9. Cuando realiza actividades de entretenimiento con sus hijos y/o nietos, ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a invertir en un día por niño? *

Selecciona todos los que correspondan.

- De \$10.000 a \$25.000
 De \$26.000 a \$ 50.000
 De \$51.000 a \$80.000
 Más de \$80.000
 Ningún dinero

14. 10. De la siguiente lista de parques temáticos existentes a nivel Nacional, Seleccione los parques con los que ha tenido alguna experiencia con sus hijos y/o nietos y seleccione si esta experiencia fue positiva o negativa *

Marca solo un óvalo por fila.

	No ha tenido alguna experiencia	Su experiencia fue Positiva	Su experiencia fue Negativa
PARQUE NACIONAL CHICAMOCHA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PARQUE NACIONAL DEL CAFÉ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PANACA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SALITRE MAGICO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
MUNDO AVENTURA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
KANDU	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DIVERCITY	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
HACIENDA NAPOLES	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
MALOKA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PARQUE EXPLORA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Si en la pregunta anterior tuvo una experiencia positiva en alguno de los parques, describa lo que le agradó..

16. Si tuvo una experiencia negativa en alguno de los parques, describa lo que le desagradó..

17. **11. ¿Qué características debería tener un parque temático infantil? ***

Seleccione max 3

Selecciona todos los que correspondan.

- Seguridad
- Variedad en las áreas de Juego
- Procesos Educativos y de Aprendizaje
- Servicio al cliente
- Instalaciones
- Tecnología
- Otro: _____

18. **12. Si existiera un lugar que combinara el entretenimiento con la educación a través del juego de rol ¿que profesiones/roles le gustaría sus hijos y/o nietos vivieran la experiencia? ***

Seleccione max. 5

Selecciona todos los que correspondan.

- Banquero
- Docente
- Médico
- Enfermera
- Alcalde
- Policía
- Chef
- Peluquero(a)
- Veterinario
- Locutor
- Periodista
- Sacerdote
- Ingeniero
- Actor
- Modelo
- Otro: _____

19. **13. ¿Qué lugar considera apropiado para la Instalación de un Parque temático Infantil en la ciudad de Barrancabermeja? ***

Seleccione un aunica respuesta

Marca solo un óvalo.

- Centro Comercial
- Zona Comercial
- A las afueras de la ciudad
- En la villa Olimpica
- Otro: _____

20. **14. ¿Qué otros servicios adicionales le gustaría tuviera un parque temático Infantil para el entretenimiento de sus hijos y/o nietos? ***

Selecciona todos los que correspondan.

- Tienda de Recuerdos
 - Área de Espera para Padres
 - Lugar de Comidas
 - Sala Cuna para bebes
 - Otro: _____
-