

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE DE SKATEBOARD PARA
JUEGOS EXTREMOS EN PATINES EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

ALEJANDRO CAPACHO ESTEBAN
CÉSAR ARMANDO PEÑA VILLAMIZAR

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA

2012

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE DE SKATEBOARD PARA
JUEGOS EXTREMOS EN PATINES EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

ALEJANDRO CAPACHO ESTEBAN
CÉSAR ARMANDO PEÑA VILLAMIZAR

Proyecto de grado presentado como requisito para optar el título de
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Director
JOSÉ FÉLIX REYES ÁLVAREZ
Ingeniero Industrial

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA

2012

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	19
1. GENERALIDADES	21
1.1 EL ORIGEN, EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS DEL SECTOR	21
1.1.1 El origen, reseña histórica del skateboard	21
1.1.2 Nivel internacional	22
1.1.3 Nivel nacional	25
1.1.4 Nivel regional	26
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO	26
1.2.1 Límites	28
1.2.2 Posición geográfica	28
1.2.3 Características generales del territorio y suelos	28
1.2.4 Climatología y superficie	28
1.2.5 Orografía	29
1.2.6 Hidrografía	29
1.2.7 Barrios de Bucaramanga por comunas	29
1.2.8 Economía	31
1.2.9 Medios de comunicación	33
1.2.10 Lugares de Interés	33
1.3 ASPECTOS LEGALES	35
1.3.1 Construcción del parque	34
1.3.2 Funcionamiento del Parque	38
1.4 LA JUVENTUD, LAS ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO Y EL USO DEL TIEMPO LIBRE EN DEPORTES EXTREMOS	40
1.5 EL SKATEBOARD	44
1.5.1 Importancia del skateboard	46

1.5.2	El skateboard y sus competencias	47
1.5.3	Trucos en el skateboard	48
1.5.4	Componentes de un parque de skateboard	51
1.5.5	Beneficios del Skateboard	55
2.	ESTUDIO DE MERCADO	56
2.1	Objetivos	56
2.1.1	General	56
2.1.2	Específicos	56
2.2	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	57
2.2.1	Definición, usos y especificaciones del servicio	57
2.2.2	Servicios sustitutos	61
2.2.3	Servicios complementarios	61
2.2.4	Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	61
2.3	MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	62
2.3.1	Mercado potencial	62
2.3.2	Mercado objetivo	62
2.4	LA DEMANDA	62
2.4.1	Investigación de mercados	63
2.4.2	Tabulación, presentación y análisis de resultados	68
2.4.3	Estimación de la Demanda	90
2.4.4	Evolución histórica de la demanda del servicio	91
2.4.5	Proyección de la Demanda	91
2.5	OFERTA	91
2.6	RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	92
2.7	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	92
2.8	PRECIO	93
2.8.1	Análisis de precio	93
2.8.2	Estrategias de fijación de precios	93
2.9	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	94

2.9.1	Objetivos	94
2.9.2	Logotipo	94
2.9.3	Lema	95
2.9.4	Análisis de medios	95
2.9.5	Selección de medios	96
2.9.6	Estrategias publicitarias	96
2.9.7	Presupuesto de publicidad y promoción	98
2.10	CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	98
3.	ESTUDIO TÉCNICO	100
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	100
3.1.1	Descripción del tamaño del proyecto	100
3.1.2	Factores que determinan el tamaño del proyecto	100
3.1.3	Capacidad del proyecto	101
3.2	LOCALIZACIÓN	103
3.2.1	Macrolocalización	103
3.2.2	Microlocalización	103
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	105
3.3.1	Ficha técnica del servicio	105
3.3.2	Descripción técnica del proceso	106
3.3.3	Diagrama de operación, proceso y procedimiento	107
3.3.4	Control de calidad	108
3.3.5	Recursos	109
3.3.6	Estudio de proveedores	112
3.3.7	Distribución de la planta	113
3.3.8	Logística de distribución	124
3.4	CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	125
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	127
4.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN	127
4.2	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	131

4.2.1	Visión	131
4.2.2	Misión	131
4.2.3	Objetivos	131
4.2.4	Políticas	132
4.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	134
4.3.1	Organigrama	134
4.3.2	Descripción y perfil de cargos	135
4.3.3	Asignación salarial	148
5.	ESTUDIO FINANCIERO	150
5.1	INVERSIONES	150
5.1.1	Inversión fija	150
5.1.2	Inversión diferida	154
5.1.3	Inversión de capital de trabajo	154
5.1.4	Inversión total	159
5.1.5	Fuentes de financiación	159
5.2	COSTOS	161
5.2.1	Costos fijos	161
5.2.2	Costos variables	162
5.2.3	Costos totales unitarios	162
5.2.4	Precio de venta	163
5.3	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	163
5.3.1	Egresos proyectados	163
5.3.2	Ingresos proyectados	164
5.4	PUNTO DE EQUILIBRIO	165
5.6	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	165
5.7	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	166
5.8	BALANCE GENERAL	167
6.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	169
6.1	IMPACTO SOCIAL	169

6.2 IMPACTO AMBIENTAL	169
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	171
6.3.1 Valor Presente Neto – VPN	171
6.3.2 Tasa Interna Retorno – TIR	172
6.3.3 Período de recuperación	172
6.3.4 Análisis de las razones financieras	173
CONCLUSIONES	177
RECOMENDACIONES	180
BIBLIOGRAFÍA	181
Anexo A. Encuesta a la demanda	183

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Población por municipios del Área Metropolitana de B/ga. (Estratos 3, 4 y 5)	62
Cuadro 2. Edad	68
Cuadro 3. Estrato	69
Cuadro 4. Práctica del skateboard	69
Cuadro 5. Deseos de practicar el skateboard	70
Cuadro 6. Razones por las cuales practicaría el Skateboard	71
Cuadro 7. En qué sitio práctica o le gustaría practicar el Skateboard	72
Cuadro 8. Si en Bucaramanga se ofreciera un parque especializado en la práctica del Skateboard utilizaría sus servicios	73
Cuadro 9. Razones por las cuales utilizaría los servicios del parque	74
Cuadro 10. Servicios que espera ofrezca el parque	76
Cuadro 11. Frecuencia con la que asistiría al parque	79
Cuadro 12. Presupuesto que destinaría por hora de servicio en el parque	80
Cuadro 13. Número de personas con las que asistiría al parque	81
Cuadro 14. Eventos que le gustaría desarrollara el parque	82
Cuadro 15. Deseos que el parque le alquile equipo de protección	83
Cuadro 16. Medios a través de los cuales conoce sobre la existencia de un servicio	84
Cuadro 17. Lugar en que le gustaría estuviera ubicado el parque	86
Cuadro 18. Sugerencias sobre el parque	87
Cuadro 19. Evolución histórica de la demanda	91
Cuadro 20. Proyección de la demanda	91
Cuadro 21. Relación entre demanda y oferta	92
Cuadro 22. Precio ponderado	93

Cuadro 23. Instrumentos de medios publicitarios	95
Cuadro 24. Presupuesto de lanzamiento	98
Cuadro 25. Presupuesto de operación	98
Cuadro 26. Factores de determinación de la macro – localización	104
Cuadro 27. Determinación de la Microlocalización	104
Cuadro 28. Ficha técnica de servicio	105
Cuadro 29. Construcciones	110
Cuadro 30. Instalaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres	111
Cuadro 31. Estudio de proveedores	113
Cuadro 32. Descripción del cargo gerente	135
Cuadro 33. Descripción del cargo contador	137
Cuadro 34. Descripción del cargo secretaria de gerencia	139
Cuadro 35. Descripción del cargo supervisores	141
Cuadro 36. Descripción del cargo encargado de la boletería	143
Cuadro 37. Descripción del cargo encargado de baños y vestidores	145
Cuadro 38. Descripción del cargo vigilante	147
Cuadro 39. Asignación salarial	149
Cuadro 40. Construcciones	150
Cuadro 41. Equipos	152
Cuadro 42. Muebles y enseres	152
Cuadro 43. Equipo de oficina	153
Cuadro 44. Total inversión fija	153
Cuadro 45. Inversión diferida	154
Cuadro 46. Materias primas	154
Cuadro 47. Mano de obra directa	155
Cuadro 48. Depreciación de la actividad del skateboard	156
Cuadro 49. Depreciación área administrativa del parque	156
Cuadro 50. Costos indirectos de prestación del servicio	156
Cuadro 51. Total costos mensuales de prestación del servicio	157
Cuadro 52. Gastos de personal administrativo y de ventas	157

Cuadro 53. Gastos de administración y ventas	158
Cuadro 54. Total capital de trabajo	158
Cuadro 55. Inversión total	159
Cuadro 56. Gastos financieros	159
Cuadro 57. Fuentes de financiación del proyecto	161
Cuadro 58. Total costos fijos	161
Cuadro 59. Total costos variables	162
Cuadro 60. Costos totales mes	163
Cuadro 61. Costos totales unitarios (Hora)	163
Cuadro 62. Precio de venta	163
Cuadro 63. Egresos proyectados	164
Cuadro 64. Ingresos proyectados	164
Cuadro 65. Flujo de caja proyectado	165
Cuadro 66. Estado de resultados proyectado	166
Cuadro 67. Balance general proyectado	167
Cuadro 68. Valor presente neto	171
Cuadro 69. Tir del proyecto	172
Cuadro 70. Período de recuperación de la inversión	173

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Skatepark	45
Figura 2. Flips	49
Figura 3. Grabs	49
Figura 4. Grind	50
Figura 5. Lip	50
Figura 6. Flatland	51
Figura 7. Fun box	51
Figura 8. Halfpipe	52
Figura 9. Rampas	53
Figura 10. Pirámide	53
Figura 11. Railes	54
Figura 12. Bowl	54
Figura 13. Skateboarding	58
Figura 14. Patinetas skateboard	59
Figura 15. Skatepark	59
Figura 16. Skatepark	60
Figura 17. Diseño skatepark	60
Figura 18. Canal de Comercialización	92
Figura 19. Logotipo	94
Figura 20. Diagrama de operación, proceso y procedimiento	107
Figura 21. Skatepark	114
Figura 22. Pista de skatepark	115
Figura 23. Rampas y ubicación	116
Figura 24. Gradería	118
Figura 25. Baños y vestidores	119

Figura 26. Área administrativa	120
Figura 27. Enfermería	121
Figura 28. Cafetería	122
Figura 29. Garita – boletería	123
Figura 30. Parqueadero	123
Figura 31. Organigrama del parque	134

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Edad	68
Gráfica 2. Estrato	69
Gráfica 3. Práctica del skateboard	70
Gráfica 4. Deseos de practicar el skateboard	70
Gráfica 5. Razones por las cuales practicaría el skateboard	71
Gráfica 6. En qué sitio practica o le gustaría practicar el skateboard	73
Gráfica 7. Si en Bucaramanga se ofreciera un parque especializado en la práctica del Skateboard utilizaría sus servicios	74
Gráfica 8. Razones por las cuales utilizaría los servicios del parque	75
Gráfica 9. Servicios que espera ofrezca el parque	78
Gráfica 10. Frecuencia con la que asistiría al parque	79
Gráfica 11. Presupuesto que destinaría por hora de servicio en el Parque	80
Gráfica 12. Número de personas con las que asistiría al parque	81
Gráfica 13. Eventos que le gustaría desarrollara el parque	82
Gráfica 14. Deseos que el parque le alquile equipo de protección	83
Gráfica 15. Medios a través de los cuales conoce sobre la existencia de un servicio	85
Gráfica 16. Lugar en que le gustaría estuviera ubicado el parque	87
Gráfica 17. Sugerencias sobre el parque	89

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE DE SKATEBOARD PARA JUEGOS EXTREMOS EN PATINES EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA*

AUTORES: CAPACHO ESTEBAN, Luis Alejandro
PEÑA VILLAMIZAR, Cesar Armando**

PALABRAS CLAVES: Skateboard, Factibilidad, Etapas, Mercados, Técnico, Financiero,

DESCRIPCIÓN:

El presente estudio desarrolla los trabajos necesarios para determinar la factibilidad de un proyecto empresarial, que en este caso examina la creación de un parque de skateboard en la ciudad de Bucaramanga; el estudio se presenta en una serie de etapas que mantienen la secuencia necesaria para su realización. Como primera medida se encuentra la descripción del problema, la justificación del proyecto y sus objetivos; seguido por el estudio de mercados que describe el servicio ofrecido, investigación del mercado y su respectiva ficha técnica donde se plasma cual fue su objetivo, cómo se realizó, y desde luego el resultado del mismo.

Más adelante se observa el estudio técnico que contiene todo lo referente con la operación del trabajo necesario para el funcionamiento del parque tal como; instalaciones, horarios de servicio y recursos humanos. Como cuarta instancia se halla el estudio administrativo, allí se observan los requisitos, deberes y beneficios legales al constituir una empresa de este tipo, así, como la forma de constitución que se pretende con la misma.

En la fase quinta se halla el estudio financiero, es aquí donde se determina la inversión, los costos, los gastos, precio de venta, ingresos punto de equilibrio, TIR, y muchos más indicadores financieros que coadyuvan para determinar la factibilidad del proyecto. Por último está la evaluación de proyecto, es aquí donde se encuentran aspectos como el impacto ambiental y social que tiene el proyecto en la ciudad y desde luego una evaluación financiera.

* Proyecto de Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia - Gestión Empresarial. Director: José Félix Reyes Álvarez.

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A SKATEBOARD PARK GAMEENDS IN SKATEN THE CITY OF BUCARAMANGA*

AUTHORS: CAPACHO ESTEBAN, Luis Alejandro
PEÑA VILLAMIZAR, Cesar Armando**

KEYWORDS: Skateboard, Feasibility, Steps, Markets, Technical, Financial.

DESCRIPTION:

This study develops the work necessary to determine the feasibility of a business project, which in this case examines the creation of a skateboard park in the city of Bucaramanga; the study is presented in a series of steps that maintain the required sequence for realization. As a first step is the description of the problem, the justification of the project and its objectives, followed by market research that describes the service offered, market research and their respective plasma sheet where what was your goal, how this was done, and of course the result.

Later there is a technical study that contains everything related to the operation of the work necessary to operate the park such as, facilities, opening hours and human resources. As a fourth instance is the administrative study, there are observed the requirements, responsibilities and legal benefits to starting a business of this type, as well, including the method by which it is intended with it

In the fifth phase is the financial study, this is where the investment is determined, costs, expenses, selling price, income breakeven, IRR, and many more financial indicators that help to determine the feasibility of the project. Finally there is the project evaluation is here where issues such as environmental and social impact has the project in the city and certainly a financial evaluation.

* Graduation Project

** Institute Regional Outreach and Distance Education – Business Management. Director: José Félix Reyes Álvarez.

INTRODUCCION

Las empresas oferentes de servicios de deportes en la última década han generado un gran protagonismo, en especial en el sector; como consecuencia a la agrupación y a la organización del deporte extremo y a la alta competitividad,

Hoy en día se necesita de lugares especializados que se dediquen a ciertas líneas de deportes extremos, para que el deportista se decida por adquirir ciertos servicios no solamente requiere una buena calidad sino además se necesitan estrategias de mercadeo para llegar de una manera rápida y clara, logrando así posicionarse en la mente del practicante. Y con este propósito la recreación, en la ciudad de Bucaramanga, se ha utilizado en los últimos años como alternativas ideales para captar la atención del público; aprovechando un lugar idóneo como parte del desarrollo santandereano en la práctica de juegos extremos, como la necesidad del ser humano para divertirse, manteniendo el tiempo de óseo en el deporte.

El presente proyecto tiene como propósito plasmar la investigación sobre la factibilidad para la creación de un parque de skateboard para juegos extremos en patines en la ciudad de Bucaramanga.

La temática empleada en el contenido de este anteproyecto se da en forma lógica y secuencial desarrollando cada uno de sus estudios con las explicaciones básicas que se requieren para el fácil entendimiento y su valoración.

Los estudios a tratar son seis, en el estudio inicial se presenta las generalidades donde se da la información del origen, tendencias, contexto geográfico y aspectos legales. En el estudio dos nos muestran el estudio de mercados donde nos permite conocer los objetivos, la descripción del servicio, el mercado potencial, el

mercado objetivo, la demanda y precio. El estudio tres da a conocer el estudio técnico donde se investiga el tamaño del proyecto su capacidad diseñada, la localización, toda la ingeniería del proyecto y su logística de distribución. El cuarto es el estudio administrativo donde se plasma la forma de constitución de la empresa, sus políticas y su estructura organizacional. El quinto es el estudio financiero donde se refleja la inversión y los estados financieros del proyecto, y por último la evaluación del proyecto que permite si es viable o no viable bajo el punto de vista financiero y social.

1. GENERALIDADES

1.1 EL ORIGEN, EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS DEL SECTOR¹

1.1.1 El origen, reseña histórica del skateboard. El skateboarding apareció entre los años de 1940 y 1950. La mayoría de los Skateboard eran solo patinetes, a los cuales se le quitaba la barra de manos. Otras personas hicieron sus skateboard al tomar las ruedas de patines y unirlos a una pieza de madera. El primera skateboard comercial apareció en 1960, cuando Makaha skateboard empezó un gran negocio. La compañía Makaha luego desarrollaría el Kicktail.

Por los años 70, el diseño del skateboard había avanzado, y los modelos producidos eran más seguros que los de los años anteriores. Ya que las compañías que hacían ruedas, trucks, y otras partes las diseñaban especialmente para hacer trucos, así que eran más fuertes. Por muchos años la construcción de skateboard vario de diferentes materiales, como plástico, fibra de vidrio, metal, y madera, pero a finales de 1970 la madera era el material optimo. Las tablas construidas por 7 capas de madera tendían a ser más livianas y fuertes que otros materiales. Aparecieron los primeros profesionales, como Tony Alva.

Las rampas se usaron primero en 1975 en la bahía de Melbourne, Florida. Florida fue el sitio de muchos inicios de otros deportes, incluyendo el primer skatepark: Skateboard City en Puerto Orange, Florida, el cual abrió en 1976.

El skateboard ganó popularidad en los 80's y 90's, y vio una mayor apreciación por el deporte, especialmente como un deporte competitivo. La atención dada al

¹ SKATEBOARD: DESCRIPCIÓN, HISTORIA, COMPETICIÓN, TRUCOS. Disponible en Internet: <http://www.tododxts.com/deportes/deportes-alternativos/273-skateboard>

skateboarding en deportes de competición, como los X Games, además trajo nuevos seguidores en el deporte. Fue por estas fechas cuando llegó a España. Y hasta la fecha ha avanzado, así como los trucos, que han ido ganando complejidad y mucha variedad.

Actualmente gracias al canal ESPN se da a conocer este deporte en la sección Extreme Games donde la popularidad del skateboard aumenta considerablemente entre la juventud, convirtiendo este juego en lo más llamativo para los adolescentes.

1.1.2 Nivel Internacional. Los primeros tipos de Tablas eran en realidad como scooter (parecidos a los que ahora se conocen como patines del diablo. Estas construcciones, de principios de siglo XX destacaban por llevar ruedas de patines clavadas a una madera, la que normalmente tenía una caja de madera clavada con manijas, poco aerodinámico e inestable.

Durante las siguientes cinco décadas, fue cambiando la apariencia del scooter, sacaron la caja y empezaron a poner ruedas de metal. Cientos de patines fueron desmontados y unidos a planchas de madera. En la década del 50 los ejes sufrieron modificaciones y los riders empezaron a maniobrar más fácilmente.

Junto con el aumento en la popularidad del surf en 1959 el primer Roller Derby Skateboard estaba a la venta. Comenzaron a usarse ruedas de una especie de arcilla y al lado del surf comenzó a tomar consistencia. Para la década de los 60's, el skateboard había ganado un impresionante seguimiento entre las masas del surf.

Así mismo, se comenzó a publicitar este deporte en revistas de surf, lo que le empezó a dar más auge que nunca. La compañía Makaha, diseñó las primeras tablas profesionales en 1963 y un team fue formado para promover el producto. El

primer campeonato de skateboard tuvo lugar en 1963 en la Escuela Pier Avenue Junior, en Hermosa en California.

Hacia 1965, el deporte fue elevado por campeonatos internacionales, películas, revistas (Quarterly Skateboarder) y viajes que atravesaban los Estados Unidos con teams de skaters, lo que hizo expandir a este deporte por el mundo entero.

Así mismo, a partir de 1965 la popularidad del Skateboard fue sufriendo una terrible baja, debido al poco progreso en el diseño y la construcción del equipo, es el caso por ejemplo de la construcción de ruedas, que pese a que las de arcilla no eran las más seguras ni estables, eran las más baratas y por ende las que más se producían, esto hacia que los skaters viviesen cayendo de sus tablas ya que dichas ruedas no se sujetaban bien al suelo.

Todo esto hizo que muchas ciudades comenzaran a prohibir el deporte por medidas de seguridad y salud.

El skateboard fue casi totalmente eliminado del escenario deportivo, hasta su resurgimiento en 1970 cuando un surfer llamado Frank Nasworthy desarrollo una rueda de skate hecha de uretano. Como era de esperar, el agarre era magnífico comparado con las ruedas de arcilla.

Con el pasar del tiempo, estas ruedas ganaron una continua difusión a través de California. Las empresas comenzaron a surtirse de nuevos productos, ideas y proyectos referidos al deporte, así el skateboard recupero su merecida fama.

El primer skatepark al aire libre fue construido en Florida en 1976. Pronto fue seguido por miles de otros skateparks en todo Norte América. Apareció el vertical y el slalom y el freestyle se volvieron menos populares. También la apariencia de los skates cambió: pasaron de ser de 6 o 7 pulgadas de ancho a ser de más de 8.

Esto aseguraba mejor estabilidad en terrenos verticales. Wes Humpston y Jim Muir lanzaron la primera línea exitosa de tablas con dibujos. Pronto, casi todos los productores lo hicieron.

En 1978 Alan Gelfand inventó el ollie o no hand's aerial y movió al skateboard al siguiente nivel. Las raíces del freestyle se desarrollaron cuando los skaters comenzaron a llevar movimientos verticales a la calle. En esos días, los skaters tenían un aspecto similar al de los hippies. Usaban el pelo largo y poleras con shorts de colores similares a los de los surfistas californianos.

La música que identificó a estos adolescentes agresivos sobre ruedas fue la de grupos como The Ramones, Manor Threat, Black Sabbath y Pink Floyd. En los 80, las tablas, los trucks y las ruedas del skateboard se importaban desde Estados Unidos. Surgieron las tablas de fibra de vidrio que se vendían incluso en los supermercados. A mediados y fines de los 80 tres principales productores manejaban la mayoría del mercado del skateboard (Powell, Vision/Sims y Santa Cruz).

Crecieron los ganadores de competencias y algunos skaters profesionales llegaron a ganar 10 mil dólares por mes. La National Skateboard Association, encabezada por Frank Hawk, realizó varias competencias en Norte América y en todo el mundo. Los calzados de Airwalk, Vans y Vision se volvieron muy populares junto con la ropa de skate.

El skateboarding en piletas era enormemente popular como resultado de la mejor tecnología, los skaters eran capaces de realizar saltos e ir más allá del coping. Los seguros de los skatepark se volvieron un problema por la responsabilidad civil. De hecho, los seguros de los skateparks eran tan caros para la mayoría de los dueños que cerraron sus puertas y comenzaron a aparecer amenazas, intimidaciones.

Dado esto, en 1984, en un sin fin de ires y venires, los skaters parecieron desaparecer. Una que otra vez se encontraba alguno deslizándose en un estacionamiento de supermercado o de un mall del barrio alto. En 1986, tímidamente, tras una moda llegada desde Estados Unidos, el skateboard comenzó a salir a las calles de este país. El estilo "street" (calle) llegó para quedarse. Estos fueron los skaters new wave que en sus modas tendieron también hacia el estilo punk y el hardcore. Los distinguieron sus zapatillas de cuero de caña alta, el pelo corto y peinado con gel hacia arriba y las calaveras en los diseños de sus poleras.

En 1995, el skateboarding fue muy expuesto gracias a los Extreme Games de ESPN. Empresas de calzado como Etnies y Vans empezaron a vender enormes cantidades de producto seguidos por otros productores para, una vez más, aumentar la popularidad del skateboarding. Hacia finales de los 90, el principal foco del skateboard sigue siendo el street y la industria está llena de numerosas compañías. En muchos casos, los profesionales desarrollaron sus propios productos y comenzaron con sus compañías.

En los últimos 40 años, el skateboard tuvo sus picos y caídas. Sin embargo, la tecnología ha progresado mucho desde las ruedas de arcilla. Su popularidad, pese a las subas y bajas, nunca fue totalmente desbancada, siempre estuvo en la mente de toda esa loca idea de deslizarse sobre una tabla con ruedas haciendo saltos y piruetas sorprendentes, en síntesis, el deporte no desapareció ni lo hará, porque vino para quedarse, para ofrecer atracción, diversión y continuar renovándose.

1.1.3 Nivel nacional. En los últimos 40 años, el skateboard en Colombia tuvo sus picos y caídas. Sin embargo, la tecnología ha progresado mucho desde las ruedas de arcilla.

Su popularidad, pese a las subas y bajas, nunca fue totalmente desbancada, siempre estuvo en la mente de toda esa loca idea de deslizarse sobre una tabla con ruedas haciendo saltos y piruetas sorprendentes, en síntesis, el deporte no desapareció ni lo hará, porque vino para quedarse, para ofrecer atracción, diversión y continuar renovándose. Pero solo fue que hace 25 años este deporte se masificó en el país y se volvió una práctica extendida y conocida entre los jóvenes.

1.1.4 Nivel regional. En Bucaramanga el skate sufrió una dinámica semejante a la de Colombia, pero fue hace 10 años que se masificó dicho deporte y se volvió común observar pequeños grupos de jóvenes con sus skates haciendo piruetas en calles, parques y centros comerciales.

1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

Parroquia de Nuestra Señora de Chiquinquirá y San Laureano Del Real de Minas de Bucaramanga, fue el nombre que le otorgaron los habitantes a la parroquia fundada en el año de 1.772, en el mismo lugar donde se hallaba el "Real de Minas de Bucaramanga", pueblo de indios establecido en el año de 1.622 para la explotación del oro.

En una época alcanzó a ser la sede de la Alcaldía Mayor de los Reales de Minas más cercana, pero cuando el oro comenzó a escasear se fue convirtiendo paulatinamente en un pueblo de criollos y mestizos, desplazando casi por completo a la población indígena.

La actividad minera realizada a orillas del Río de Oro desapareció, aunque sus habitantes siguieron disfrutando de las facilidades económicas brindadas por el Rey de España a los pueblos que tributaran con oro -cuando en realidad se dedicaban a diversas actividades agrícolas-, lo cual se convertía en una estafa a la

Corona Española debido a que ni eran indios, ni mineros. Esta situación fue denunciada ante la Real Audiencia por el cabildo de la ciudad de San Juan de Girón -quienes siempre habían tenido pretensiones sobre los territorios de Bucaramanga-, obligando así a otorgarle el carácter de Parroquia Independiente. Los pocos indios que aún quedaban en el pueblo de Bucaramanga fueron reubicados en el pueblo de Guane. Posteriormente se procedió a rematar las tierras destinadas a los resguardos de indígenas, proceso que finalizó en 1.795 bajo la administración del segundo alcalde del pueblo, don Juan Buenaventura Ortiz.

No se tiene conocimiento acerca del origen de la palabra "Bucaramanga", pero se presume que tiene una raíz indígena, de cuyo significado tampoco se conoce mucho, ya que no se ha realizado ningún estudio lingüístico sobre los primeros habitantes de esta región. En todo caso, ese es el nombre con que siempre se ha designado a nuestra ciudad, y la retahíla que sirve de título para este artículo, fue sólo un formalismo utilizado para su "segunda fundación", en 1.772.

Este hecho se corrobora cuatro años después de la independencia política de España en 1.823, cuando un decreto que ordenaba otorgarle el carácter de "Villa" a todas las antiguas parroquias, rebautiza a la ciudad con el nombre de "Villa de Bucaramanga".

En 1.857, la Villa de Bucaramanga es designada como capital del estado independiente de Santander, título que perdería cuatro años después con la Villa del Socorro, hasta que la Constitución de 1.896 la declarara, definitivamente, como ciudad capital del departamento de Santander.

A finales del siglo XIX, Bucaramanga padeció la crisis económica causada por la Guerra de los Mil Días, pero en la segunda década del siglo XX comenzó a

recuperarse, demostrando un gran crecimiento desde el punto de vista poblacional y de infraestructura.

Hoy en día, Bucaramanga es una de las ciudades más importantes de Colombia, es la capital del Departamento de Santander. Cuenta con cerca de 530.000 habitantes en la ciudad y 1.100.000 en el Área Metropolitana, de acuerdo con proyecciones del DANE para 2.011.

1.2.1 Límites. Bucaramanga limita por el Norte con el municipio de Ríonegro; por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y; por el Occidente con el municipio de Girón.

1.2.2 Posición geográfica. Bucaramanga se encuentra en una terraza inclinada de la Cordillera Oriental a los 7 08' de latitud norte con respecto al Meridiano de Bogotá y 73° 08' de longitud al Oeste de Greenwich.

1.2.3 Características generales del territorio y suelos. El área metropolitana formada por Bucaramanga, Piedecuesta, Florida y Girón está ubicada sobre el Valle del Río de Oro. Se distingue en ella dos sectores de diferente conformación física: uno formado por la meseta y otro por el valle.

Sus suelos, desde el punto de vista agrológico, se pueden dividir en dos grupos: los primeros, al no tener peligro de erosión, son propicios para el cultivo de gran variedad de productos y el uso para la ganadería. La otra clase de suelos tiene una alta potencialidad erosiva; por esta razón, presenta baja fertilidad y una capa de fertilidad superficial, en alguna situación casi nula.

1.2.4 Climatología y superficie. El área municipal es de 165 kilómetros cuadrados, su altura sobre el nivel del mar es de 959m y sus pisos térmicos se distribuyen en: cálido 55 kilómetros cuadrados: medio 100 kilómetros cuadrados y

frío 10 kilómetros cuadrados. Su temperatura media es 23°C y su precipitación media anual es de 1.041 m.

1.2.5 Orografía. La topografía de Bucaramanga es en promedio un 15% plana, 30% ondulada y el restante 55% es quebrada. Tres grandes cerros se destacan a lo largo del territorio: Morro Rico, Alto de San José y El Cacique.

1.2.6 Hidrografía. Los ríos principales son: El Río de Oro y el Suratá y las quebradas: La flora, Tona, La Iglesia, Quebrada Seca, Cacique, El Horno, San Isidro, Las Navas, La Rosita, Bucaramanga.

1.2.7 Barrios de Bucaramanga por comunas. La ciudad se divide de la siguiente manera:

- **Comuna I: Comuna Norte.**

Barrios: Las Olas, Kennedy, Las Hamacas, Colorado, El Rosal, Café Madrid. La Unión, El Túnel, El Cable, La Playa, José Antonio Galán, Colseguros Norte y Villa Rosa.

- **Comuna II: Comuna Nororiental.**

Barrios: Villa Helena, Los Angeles, Esperanza Tres, Regadero Norte, Esperanza I-II, Lizcano, José María Córdoba, San Cristóbal, La Juventud, Olas II, Transición, Las Mercedes y La Independencia.

- **Comuna III: Comuna San Francisco.**

Barrios: Norte Bajo, San Rafael, El Cinal, Chapinero, Comuneros, Universidad, Mutualidad, Modelo, San Francisco Norte, San Francisco y Alarcón.

- **Comuna IV: Comuna Occidental.**

Barrios: Gaitán, La Estrella o Tres Estrellas, Tugurios, Nariño, Granjas de Palonegro, Navas, Granada, Girardot, Doce de Octubre, La Feria, Nápoles, Pío XII, 23 de Junio, Santander y Don Bosco.

- **Comuna V: Comuna García Rovira.**

Barrios: Alfonso López, García Rovira, La Joya, Campo Hermoso, Pantano I-II, La Palma, Quinta Estrella, Primero de Mayo, Chorreras de San Juan y Villa Prado.

- **Comuna VI: Comuna La Concordia:**

Barrios: La Concordia, Ricaurte, San Miguel, Los Candiles, Aeropuerto, La Ceiba, La Victoria, La Salle y La Puerta del Sol.

- **Comuna VII: Comuna La Ciudadela.**

Barrios: Macaregua, Plaza Mayor, Naranjos, Samanes, Corviandi, Almendros, Alameda, Juan Pablo II, Ciudad Bolívar, Balconcitos y Barrio Mutis.

- **Comuna VIII: Comuna Sur-Oriental.**

Barrios: Bucaramanga, San Gerardo, La Hoyada, Juan XXIII, Los Canelos, 20 de Julio, Cordoncillo, Pablo VI y África.

- **Comuna IX: La Pedregosa.**

Barrios: Antonia Santos Sur, Nueva Granada, El Sol, San Pedro Claver, Quebrada de La Iglesia, San Martín, Torres de Alejandría, La Pedregosa, Libertad, Diamante I, Villa Diamante, Asturias. Arrayanes, Edén y Villa Inés.

- **Comuna X: Provenza.**

Barrios: Diamante II, Neptuno, San Luís, Fontana, Brisas de Malpaso, Provenza, Los Sauces y Coomultrasán.

- **Comuna XI: Comuna Sur.**

Barrios: El Rocío, Toledo, Dangond, Los Robles, Villa Alicia, Las Delicias, Ciudad Venecia y Manuela Beltrán.

- **Comuna XII: Cabecera del Llano.**

Barrios: Sotomayor y Nuevo Sotomayor, Campestre, Bolarquí, Puerta del Sol, Conucos, Las Mercedes, San Pío, Cabecera del Llano, Los Cedros, El Jardín, Altos del Jardín, Pan de Azúcar, Terrazas, La Floresta, San Expedito, Tejar Moderno, Portón del Tejar, Santa Bárbara y Fátima.

- **Comuna XIII: Comuna Centro Oriental.**

Barrios: Centro, Antonia Santos, Bolívar, Mejoras Públicas, La Aurora, Galán, San Alfonso, Álvarez, El Prado, Las Américas y Los Pinos.

- **Comuna XIV: Morrórico.**

Barrios: Albania, La Flora, Morrórico, Vega, Vegas de Morrórico, Sauces, Miraflores, Limoncito, Habana, Buenos Aires y Buena Vista.

1.2.8 Economía. Bucaramanga no cuenta con un sector primario desarrollado porque sus tierras están básicamente orientadas a la urbanización, sin embargo viven en esta ciudad grandes latifundistas de Santander y del Sur del Cesar, avicultores que tienen su finca en otras zonas preferentemente Piedecuesta, Lebrija y Girón.

Las industrias están dedicadas a la transformación y elaboración de productos donde se destacan una gran capacidad instalada y disponibilidad de materias primas en sectores tales como la industria textil, calzado, mecánica industrial, automotriz , conservas, curtiembres, metalúrgica, arroceras, harineras, tapicerías, salsamentarías, productoras de espermas, de cauchos, de cemento, cerveza, cigarrillo, ebanistería, plásticos, químicos, cuero , hilaza, electrónica, construcción.

Se destacan en Bucaramanga, las industrias del calzado., las confecciones, la metalmecánica y la construcción, pero el proceso de internacionalización de la economía colombiana ha generado la necesidad del cierre de muchas de estas empresas.

Bucaramanga cuenta con una zona industrial que posee una importante obra de infraestructura de servicios, vías de comunicación y cuyo propósito fundamental es la recuperación de la industria santandereana.

Su sector terciario está conformado por las unidades productivas relacionadas con la prestación de servicios. Es uno de los factores más importantes de la ciudad de Bucaramanga, se cuenta con un excelente Central de Abastos, con un Centro de Ferias, una estructura de servicios públicos básicos como agua, luz, teléfono, alcantarillado, recolección de basura de los que solo se carece en los barrios marginados.

En Bucaramanga se cuenta además con un Terminal de Transporte, con un excelente Aeropuerto y diversidad de servicios financieros como Bancos, corporaciones de Ahorro y Vivienda, además de cooperativas especializadas. Cooperativas multiactivas, compañías aseguradoras, compañías reaseguradoras, empresas constructoras que facilitan los planes de inversión y desarrollo.

Bucaramanga se ha visto afectada en los últimos veinte años por la escasa disponibilidad de espacios para la construcción y lo que es más grave, para la recreación, esto ha generado que sea una de las ciudades con menos metros de espacio verde de Colombia².

² SALCEDO, Eduardo. Urbanismo y Recreación en Colombia. Ediciones Valverde. Bogotá. 2008, p. 41.

Es una ciudad que se está densificando: “Casas viejas se derrumban y se crean edificios de diez, veinte o más pisos, con centenas de personas más en el lugar que antes ocupaban cuatro o cinco y sin que para estas zonas se construyan nuevos parques o escenarios deportivos”.

Ello ha generado que no se disponga de espacios de recreación para los jóvenes, que calles y parques se utilicen indiscriminadamente para la práctica de muchos deportes entre ellos el skateboard.

1.2.9 Medios de comunicación. Los principales medios masivos de comunicación son el periódico Vanguardia Liberal y la cadena televisión TRO (Televisión Regional del Oriente). Cuenta con un muy buen sistema de servicios públicos y se proyecta hacia el siglo XXI como un gran centro industrial, tecnológico, económico y cultural.

1.2.10 Lugares de interés. Bucaramanga posee numerosos atractivos turísticos y culturales. Parques, museos, institutos culturales, entre otros, constituyen una parte importante de las cosas que un visitante puede encontrar en Bucaramanga.

Parques: Bucaramanga es conocida en el ámbito nacional como "La Ciudad de los Parques", por la cantidad de estos sitios de esparcimiento que aportan con su belleza e importancia histórica.

Aeropuerto Internacional Palonegro: Fue construido en las afueras de la ciudad a principios de la década de los 70's, reemplazando al Aeropuerto Antonio Gómez Niño, que se encontraba enclavado en pleno centro de la ciudad, más exactamente en la Ciudadela Real de Minas.

Iglesias: La ciudad de Bucaramanga, como el resto de nuestro país, profesa mayoritariamente la religión católica.

Instituto Municipal de Cultura: Es la antigua Biblioteca Pública Municipal Gabriel Turbay. En la administración del doctor Luís Fernando Cote Peña se tomó la decisión de convertirla en Instituto, con el fin de ampliar las posibilidades de patrocinar la cultura en el área metropolitana de la ciudad.

Universidades: Bucaramanga cuenta con numerosas universidades, entre ellas se destacan:

- La Escuela Superior de Administración Pública
- Fundación Universitaria Manuela Beltrán
- Universidad Cooperativa de Colombia
- Universitaria de Santander UDES
- Universidad Pontificia Bolivariana
- Universidad Autónoma de Bucaramanga
- Universidad Santo Tomás
- Universidad Industrial de Santander
- Universitaria de Investigación y Desarrollo – UDI
- Corporación Universitaria ITAE
- Corporación Universitaria de Ciencia y Desarrollo, Uniciencia,
- Universidad Libre, Unidades Tecnológicas de Santander, entre otras.

1.3 ASPECTOS LEGALES

1.3.1 Construcción del parque. Debe pedirse la licencia para Obra Nueva que se requiere para adelantar obras de edificación en terreno no construido y que se solicita en una curaduría urbana de acuerdo con el Decreto Ley 2150 del 5 de Diciembre de 1995 y 1052 del 10 de junio de 1998, que confirió a dichos entes la facultad de expedición de licencias de construcción y urbanismo en sus diferentes modalidades (ampliación, adecuación, modificación y cerramiento de lotes),

licencias de urbanismo, autorización para movimiento de tierra, reformas locativas a inmuebles, visto bueno a planos de propiedad horizontal, expedición de conceptos de normas urbanísticas (antes demarcación) y expedición de Boletines de Nomenclatura (Dirección de Inmuebles)

Antes de solicitar la licencia debe tramitar ante la curaduría urbana el concepto de norma y uso del suelo, para establecer si se puede construir en una determinada zona un tipo específico de establecimiento, de empresa, en este caso de parque. Para solicitar el concepto de norma y uso del suelo se debe presentar un documento que lleve lo siguiente:

1. Dirección oficial del predio
2. Ubicación (Manzana catastral)
3. Antecedentes urbanísticos como licencias y de más, en el caso de existir.

Una vez establecido que si se puede construir el parque en la zona elegida se solicita la licencia de construcción ante la misma procuraduría, presentando los siguientes documentos:

Formulario Único Nacional para la solicitud de licencias urbanísticas, debidamente diligenciado.

Certificado de Tradición y Libertad del predio Fotocopia de la cédula de ciudadanía del titular de la licencia, si el solicitante es persona jurídica se debe aportar el Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio, no superior a un mes.

Si se actúa a través de un apoderado se debe aportar el debido poder.

Copia del documento que acredite el pago del impuesto predial durante los últimos 5 años o copia del Acuerdo de Pago donde conste el cumplimiento del pago.

Plano de localización e identificación del predio (Plano de loteo) el cual lo puede solicitar a través de la Planoteca Secretaría de Planeación de Bucaramanga.

Relación de las direcciones de los predios colindantes.

Adicional a los anteriores requisitos para cada tipo de licencia, se requerirá alguno de los siguientes documentos específicos;

Copia en medio impreso y magnético, del proyecto arquitectónico elaborado de conformidad con las normas urbanísticas y arquitectónicas, debidamente firmado por el arquitecto, proyectista y el titular de la solicitud.

Copia de la memoria de los cálculos estructurales, de los diseños estructurales, de las memorias de otros diseños, de los elementos no estructurales y de los estudios geotécnicos y de suelos que sirvan para determinar la estabilidad de la obra, elaborados de conformidad con la norma sismo resistente, firmados por los profesionales facultados para este fin.

Copia de las matrículas de los profesionales que intervienen en la elaboración del proyecto y en su trámite.

Si la solicitud no está completa se devolverá la documentación para que sea completada, pero si el peticionario insiste, se radicará dejando constancia de ello y advirtiéndole que debe cumplir dentro de los 30 días siguientes, so pena de entender desistida la solicitud.

Si durante el término que transcurre entre la solicitud de la licencia y su expedición hay cambio de normas urbanísticas que afecten el proyecto, el titular tiene derecho a que se le conceda la licencia con base en la Norma Urbanística vigente al radicar la petición.

Se debe radicar y hacer la solicitud de la licencia, acercándose a una de las curadurías urbanas de Bucaramanga. Esta licencia tiene una vigencia de 24 meses, prorrogables por una sola vez por 12 meses. Los poseedores sólo pueden tramitar licencias de construcción acreditando su calidad.

La respuesta se obtiene pasados 45 días hábiles después de radicar los requisitos y hacer la solicitud de la licencia.

El costo de una licencia varía de acuerdo al estrato, uso y metros de la construcción. Para establecer un cálculo aproximado del valor de los cargos fijos y variables de un proyecto, se debe consultar la tabla de liquidación disponible en las oficinas de los curadores urbanos.

El cargo fijo se cancela en el momento de la radicación de los documentos y el cargo variable cuando el curador expide la licencia. Los cargos se cancelan en la Curaduría urbana.

Si su trámite es desistido o negado el valor del cargo fijo no se reintegra y no genera la obligación de cancelar el cargo variable.

Los profesionales que elaboran los diseños y estudios se harán responsables legalmente de estos diseños y de la información contenida en ellos.

Pueden solicitar Licencia de Construcción Urbanística, los propietarios, los poseedores, el representante legal de la entidad financiera en la que el propietario haya delegado la administración del manejo del predio.

La vigilancia y control fiscal de las curadurías urbanas es ejercida por la Contraloría de Bucaramanga.

Sanciones:

Existe un régimen sancionatorio cuyo fin es controlar la desmesurada construcción y urbanización de los últimos años, construcciones que no cumplen con las obligaciones urbanísticas y perjudican el desarrollo armónico de la ciudad, su finalidad es obligar a las personas a obtener los correspondientes permisos para adelantar sus obras so pena de incurrir en multas exorbitantes.

1.3.2 Funcionamiento del Parque. La Ley 388 de 1997, en su artículo 103, establece que toda actuación de construcción, urbanización, reforma demolición, que contravenga los planes de ordenamiento territorial o normas urbanísticas da lugar a la imposición de sanciones urbanísticas a los responsables, sanciones que incluyen la demolición de las obra.

Para la aplicación de las sanciones las infracciones se consideraran graves o leves según se afecte el interés tutelado por dichas normas. En el artículo 104 numeral 2, de dicha ley, se establece la cuantía de la multa y en el artículo 101 numeral 7, se expresa que en cabeza de los Alcaldes radica la función administrativa en lo que respecta al control policivo de las normas urbanas.

La Ley 1225 DE 2008, por la cual se regulan el funcionamiento y operación de los parques de diversiones, atracciones o dispositivos de entretenimiento, entre otros, en el artículo 3o. que un parque de las características del propuesto requerirá registro previo ante la autoridad municipal de Bucaramanga, para lo cual se deberá acreditar el cumplimiento de los siguientes requisitos:

1. Certificado de existencia y representación legal, por parte de las personas jurídicas que pretendan instalar atracciones o dispositivos de entretenimiento en

un parque de diversiones, ponerlos en funcionamiento, usarlos y explotarlos o registro mercantil o cédula de ciudadanía o Rut, por parte de las personas naturales.

2. Contrato o autorización del propietario, poseedor o tenedor de los lugares donde operarán las atracciones o dispositivos de entretenimiento. Cuando estos operen en inmuebles de propiedad del estado se deberá acreditar el contrato celebrado con la respectiva entidad pública.

3. Póliza de responsabilidad civil extracontractual que cubra la responsabilidad civil derivada de lesiones a los visitantes y usuarios de los parques de diversiones y atracciones o dispositivos de entretenimiento, cuyo valor será de \$500.000 mensuales determinado por la Compañía Agrícola de Seguros, previa evaluación de los riesgos involucrados que incluya una certificación de inspección técnica de las instalaciones, la cual deberá amparar como mínimo, los siguientes: lesiones y/o muerte de personas, rotura de maquinaria e incendio.

4. Hoja técnica de cada atracción o dispositivo de entretenimiento expedida por el fabricante o instalador, la cual deberá contener, como mínimo, la siguiente información: capacidad, condiciones y restricciones de uso, panorama de riesgos, plan de mantenimiento, número de operarios requerido y descripción técnica del equipo.

5. Plan de señalización con las condiciones y restricciones de uso recomendadas por el fabricante o instalador, en lugares visibles en cada una de las atracciones o dispositivos de entretenimiento existentes en el parque de diversiones.

6. Plan de emergencias del sitio donde opera el parque de diversiones.

7. Certificación de existencia de un contrato de servicios médicos para la atención de emergencias celebrado con una entidad legalmente constituida.

8. Certificación de la realización de pruebas previas a la puesta en marcha, de conformidad con las recomendaciones del fabricante o instalador.

1.4 LA JUVENTUD, LAS ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO Y EL USO DEL TIEMPO LIBRE EN DEPORTES EXTREMOS

La idea del joven plasmada en la desbordancia de emociones y pensamientos propios de su edad nos dan pie para creer sin lugar a dudas de la necesaria creación de una nueva cultura social para criticar a la sociedad en la que vivimos; romper con los esquemas establecidos buscando una igualdad y aceptación por parte de los que no comparten este tipo de concepciones alternativas de expresiones de los jóvenes, el deporte extremo es la mejor vía para hacerlo sin preocuparse de los pensamientos de los demás, sin olvidar que es simplemente una forma de vida atrayente para el joven actor de sus criterios de conflicto con la sociedad dominante.

Este deporte extremo se contrapone a otras actividades de esparcimiento como ir al cine, ir a discotecas, chatear por Internet, pasear o los deportes tradicionales que tienen reglamentaciones e indumentarias propias para cada una de sus disciplinas; en el deporte no tradicional prima la inexistencia de tales parámetros de control, es por esto tan llamativo para muchos de sus practicantes y espectadores ya que no existen técnicas preestablecidas ni reglas de participación que los encierren en una encrucijada de sus propios intereses e inquietudes, dándoles gran libertad de expresiones y movimientos con una variedad de características que les deja ser, sin pensar en los demás ni mirar atrás.

El deporte extremo es una vivencia personal de adrenalina y vértigo unido a una serie de conductas desordenadas y frustraciones que han tenido que ir adquiriendo por la inexperiencia y falta de guías adecuadas; Slusher asegura, que el deporte es diferente de todo lo que compone la vida.

Es dinámico, pero sin miedo o vergüenza y es también agresivo. Las actividades extremas son el medio con el cual el joven establece una razón de mostrarse tal y como es al medio en que vive y se desarrolla como una persona enteramente social y compleja.

Los jóvenes se ven en la necesidad de buscar nuevas alternativas más acordes con su pensamiento y sensibilizaciones.

Claramente lo vemos reflejado en las acciones que toman frente a las situaciones que se les presentan "Situados en la modernidad, es cada vez más obvio que las viejas formas de producción y de consumo son abandonadas por un nuevo universo de comunicación que potencia el aspecto físico, lo superficial, lo externo, y la uniformización y comodificación de uno mismo" (McLaren: 1997:80).

Hoy en día se han creado disciplinas deportivas para llenar espacios que a los jóvenes se les quieren quitar, obligándolos a realizar actividades que van en contra de sus expectativas y principios; buscando salir del aburrimiento existencial en el que se encuentran enfrascados, estableciendo nuevas alternativas para el disfrute de sus habilidades y capacidades. "Desde las diferentes corrientes científicas y sociales el deporte se ha explicado, interpretado y utilizado como un importante elemento cultural. Sin embargo, con los deportes radicales, de riesgo y evasión se ha creado un nuevo modelo social claramente marginal y contracultural". Mata Verdejo.

El joven se hace cada vez más elocuente a la hora de determinar cuales son las propuestas semejantes con sus necesidades de encontrar las doctrinas que les demuestren que tan confiables pueden ser para sí mismos y le den una mejor perspectiva, los jóvenes buscan para desenmarañarse del mundo actual su propia cultura abierta no excluyente, el saber es también cultura es complejidad, dinamismo, discusión,... y relación con la realidad. Es allí donde entran en juego la imagen de vértigo y sensaciones extremas implícitas en ellos.

Los deportes extremos son una opción para muchos que no encuentran satisfacción en los deportes tradicionales o en un ambiente de drogas, alcohol y sexo sin medida, que impera entre muchos sectores de la juventud.

En este sentido, los significados del disfrute y desarrollo de la personalidad de cada uno nos hace irreverentes frente a las situaciones que no compartimos, al buscar por todos los medios de escapar, aunque solo sea por unos instantes del mundo que nos rodea, todo esto se ve reflejado ante una sociedad cerrada a los cambios constantes que se van dando en la cultura actual, con la creación de nuevas ideologías de pensamientos libres y espontáneos del joven, la práctica deportiva no tradicional es una muy buena manera de llamar la atención; gritando con el cuerpo y sus movimientos el hecho de no aceptar ni seguir las reglas sino más bien de crearlas.

Se debe tener una posición bien argumentada y razonablemente constituida donde se den posiciones de rescate de tradiciones y pensamientos de personas que de una u otra forma han significado en gran medida un símbolo atrayente para los jóvenes, desarrollando una nueva identidad propia de sus pensamientos, frente a la propuesta preestablecida de una sociedad armónica y abstracta formada por concepciones bastante contradictorias y más bien enfocadas hacia el deterioro de su contexto, Mata Verdejo, "Actividades Físicas de Aventura en la Naturaleza

(AFAN)"; actividades que implican el culto al riesgo y la trasgresión de reglas previamente institucionalizadas.

Para este autor, "el concepto clásico de deporte al que se han asociado los estudios provenientes de diversas tradiciones científicas hasta nuestros días, resulta en la actualidad inadecuado por ser incompleto y no abarcar las distintas realidades deportivas";

Esto lleva a aceptar en recopilar estas doctrinas absurdas en algunos casos y darles una verdadera crítica de sí en verdad tienen validez o no.

El joven sin darse cuenta trata de crear su propia concepción de la vida con un deseo de bienestar propio; naciendo una serie de "inadaptados" que buscan un lugar dentro de este mundo tan cambiante y a veces absurdo que no atiende a sus necesidades e interrogantes frente a sus deseos de explorar todas y cada una de sus capacidades vivenciando los cambios que le quieren dar al mundo que los rodea creando su propia cultura social acorde con su realidad y concepciones explotándola con el máximo disfrute de sus ideologías extremas o alternativas.

Estas disciplinas deportivas han causado mucha aceptación y de alguna forma han enriquecido la gran gama de deportes ya existentes, dándoles una mejora sustancial en cuanto al número de aficionados y practicantes, generando la extrapolación de sentimientos y emociones calladas por la sociedad actual que sin darse cuenta ha sido muy excluyente de sus necesidades de expresión explosiva donde se pueden sacar y mostrar todas aquellas frustraciones adquiridas con el paso del tiempo.

En los deportes y su práctica van intrínsecos una serie de valores que de alguna forma se han caracterizado procurando diversificar la cultura y las sociedades de los jóvenes, en donde se entrelazan una gran cantidad de sensaciones y

expectativas que se producen dentro de la practicas extremas creando sus propias normas y actitudes frente al mundo que los rodea llevándolos a establecer una cultura alternativa en donde se sientan más a gusto y cómodos.

Las necesidades del joven por enmarcarse en un ambiente donde sea aceptado por lo que es y representa para una sociedad excluyente se ven truncado por adultos inconformes con estos deportes.

La educación física, la recreación y el deporte se ha tomado como una de las maneras más expresivas que utilizan los jóvenes para ir rompiendo con los esquemas propuestos a su alrededor, es así como han llegado a surgir los deportes de alto riesgo o como bien se han querido denominar extremos donde se desborda toda esa adrenalina y rabia que tienen dentro de sí, se desarrollaron este tipo de expresiones juveniles y deportivas como medio de escape sobrio e inquietante del mundo que los rodea.

La teoría de la búsqueda de sensaciones de Zuckerman (1994) (Cf. Breen & Zuckerman, 1999; Brown, 1986; Wolfgang, 1988). Este paradigma de la personalidad afirma que los individuos difieren en términos de su necesidad de estimulación, y que un nivel superior de este rasgo puede influir sobre las personas para que busquen actividades de riesgo, el joven tiene la necesidad de satisfacer esos impulsos que lo llevan a realizar estas actividades deportivas no tradicionales en donde se ven reflejadas todas esas expresiones de emociones interiores presentes en cada uno.

1.5 EL SKATEBOARD

Es una práctica deportiva, muy extendida entre la juventud, en la que el material principal es una tabla de madera, que consta de dos ejes de una aleación de metales y cuatro ruedas de goma.

Esta composición da mucho juego a la hora de realizar saltos y acrobacias, y éste es el objetivo principal.

Se pueden diferenciar dos formas de practicarlo, el "street" o calle, y el "vert" o rampa. Si bien el más extendido es el street, que se practica haciendo uso de escaleras, bordillos, barandillas; el vert es más practicado en la cuna del skate, América, y se realiza en quarter pipes o half pipes, que son estructuras con forma de medio tubo.

El terreno idóneo es el suelo liso sin irregularidades, así como algunos lugares donde realizar saltos, denominados spots.

En algunas zonas el gobierno accede a la construcción de parques especialmente habilitados para esta actividad, los llamados skateparks, en los que los skaters pueden practicar tanto vert como street.

Figura 1. Skatepark



Fuente: www.tododxts.com/deportes/deportes-alternativos/273-skateboard

1.5.1 Importancia del skateboard. Se dice popularmente que; “El skate es un deporte que no sirve para nada, juego de niños afectando los mayores, pero lo cierto es que sus cabriolas y su dinámica responden a las necesidades de la etapa de la preadolescencia y la adolescencia temprana y conducen a la búsqueda de los valores referidos para la formación integral del individuo, tomando como punto de referencia su potencialidad física, la cual se desarrolla mediante el movimiento, las piruetas y el estado físico que deben tener los skaters”³.

Si se tiene en cuenta que los deportes son medios para el desarrollo de los jóvenes: “La secuencia de presentación y la práctica del skateboard tienen en común el movimiento y el ejercicio, que van cobrando complejidad en la medida en que avanzan las etapas y grado de experiencia de los practicantes, es decir, que del movimiento espontáneo natural sobre el skate, característica de quienes inician pasa paulatinamente al aprendizaje de destrezas técnicas y tácticas de movimiento propias de personas disciplinadas y que le confieren a la actividad deportiva una gran importancia”⁴.

Es importante resaltar que el deporte, el ejercicio físico no puede faltar en la vida del ser humano, puesto que su desarrollo intelectual está íntimamente relacionado con el proceso de su desarrollo corporal que incide en el comportamiento psicofísico y social.

“Como todo deporte el skate permite el desarrollo físico e intelectual de los jóvenes, pero además genera nuevos espacios de intercomunicación social, de un escenario vinculantes por los elementos que se utilizan para su práctica, el espacio en el cual se mueven sus practicantes”⁵.

³ AVENDAÑO, Celestín. Una mirada profunda a los deportes extremos. Buenos Aires: Ediciones La Luz. 2004, p. 110.

⁴ Ibíd., p 112

⁵ Ibíd., p 114

En el aspecto orgánico, la función del skate es la de: “Contribuir al desarrollo físico que implica trabajo de los sentidos y de los sistemas nervioso, osteo-muscular, circulatorio y respiratorio, para el mejoramiento de las cualidades físicas y motrices que conducen a un buen estado físico”⁶.

En el campo del conocimiento su contribución: “Va desde la percepción y acción para la adquisición de nociones y conceptos básicos, hasta usar el movimiento en acciones complejas que implican planificar tareas individuales o de conjunto, que generan estrategias de tal manera que de acuerdo con la edad y maduración, se contribuye al desarrollo de tipo del pensamiento que se procesa”⁷.

En el contexto social, el Skate como todo deporte: “Inicia al individuo en el complejo mundo de las leyes, ajustándolo a su desenvolvimiento y relaciones interpersonales de acuerdo con el avance de maduración y desarrollo, contrarrestando la amenaza a la integridad biológica del organismo humano debido a la sobrecarga de su resistencia, dada por las tensiones diarias”⁸.

1.5.2 El skateboard y sus competencias. Existen diferentes variedades de competición dentro del skate el cual se encuentran las siguientes:

- **Competición por turnos o Freestyle.** Esta se realiza en un skatepark, en donde los skaters se turnan en grupos de 3 o cuatro, y durante un tiempo dado, salen y realizan una serie de acrobacias libremente, las cuales se valorarán en función de su complejidad, altura, riesgo, o limpieza al realizarla.

Las categorías son amateur y profesional, y los grupos irán en función de la edad de los participantes. No estará permitido obstaculizar a los otros participantes,

⁶ MOSSTON, Muska. Deportes dinámicos. México: Editorial Pax. 2007. p. 217.

⁷ Ibíd., p 223

⁸ Ibíd., p 228

acción que se castigará con la expulsión o la pérdida del turno, según su gravedad.

Estas pruebas suelen acoger a un gran número de participantes, ya que en ellas existe la posibilidad de conseguir un patrocinador o de ganar un premio en metálico. La duración de cada ronde es de unos 3 minutos.

- **Skate.** En esta competición no se permite el uso de rampas, y sólo se pueden realizar trucos de giro del patín en el aire (flips). En esta competición, cuando un participante realiza un truco, el otro debe copiarlo. Si no es capaz de copiarlo o lo falla, obtiene una letra, S, K, A, T y E, sucesivamente. Cuando uno de los jugadores completa la palabra "skate" la competición ha terminado, siendo ganador el que no ha completado la palabra.

En estas pruebas los participantes suelen ser dos, aunque también pueden participar hasta 10 jugadores. La duración de la prueba es variable.

- **Carrera.** Prueba de gran riesgo, suele ser underground, es decir, que no es oficial y que, por ello, el peligro es mucho mayor. Consiste en bajar una pendiente asfaltada a gran velocidad sobre un monopatín, pudiendo situarse de pie o sentado según la necesidad. Las velocidades alcanzadas pueden llegar a los 80 km/h en raras ocasiones, y las caídas son obviamente terribles, con roturas y contusiones.

1.5.3 Trucos en el skateboard. Existen diferentes tipos de trucos que se realizan en el skateboard entre ellos se encuentran:

- **Flips.** Son trucos en los que se produce un giro de la tabla, ya sea longitudinal, lateral, hacia atrás, o una combinación de estos.

Figura 2. Flips



Fuente: www.tododxts.com/deportes/deportes-alternativos/273-skateboard

- **Grabs.** Son trucos en los que se agarra la tabla con el objetivo de mantenerla pegada a los pies.

Figura 3. Grabs



Fuente: www.tododxts.com/deportes/deportes-alternativos/273-skateboard

- **Grind.** Son trucos en los que el skateboard se desliza sobre una baranda o un bordillo.

Figura 4. Grind



Fuente: www.tododxts.com/deportes/deportes-alternativos/273-skateboard

- **Lip.** Son trucos en los que el skater aguanta el equilibrio sobre el coping (cima de la rampa) durante un tiempo determinado.

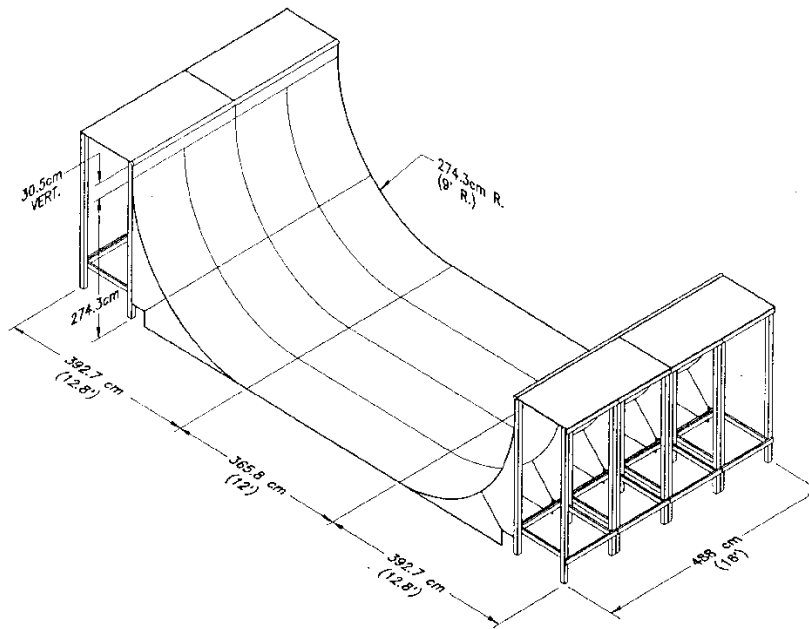
Figura 5. Lip



Fuente: www.tododxts.com/deportes/deportes-alternativos/273-skateboard

- **Halfpipe.** Es uno de los elementos principales y mas conocidos. Un half pipe son dos ramaps opuestas, cada una en forma de medio tubo, lo que hace a un half pipe ser medio tubo, una ramap con forma de U. En la actualidad, se separan un poco más las dos rampas, para dar más superficie en la base, lo que es igual a más tiempo para el roller/skater para estabilizarse y preparar el siguiente truco.

Figura 8. Halfpipe



RAMP			
FART NO.			REV. DATE
9-1-92	SHEET 1 OF 4	SIZE 8	
8-1-92	SCALE: 3/16"=1"		
DO NOT SCALE DRAWING			

Fuente: www.cincinato.org/rollers/como-construir-un-skate-park.php

- **Rampas.** El elemento principal de todo skate park. Las hay de tres tipos principalmente: quartes pipes (rampas con forma de medio tubo), rampas planas, y rampas con otras curvas. Las rampas se usan para pasar de un elemento a otro, para ganar velocidad o para grindar su rail.

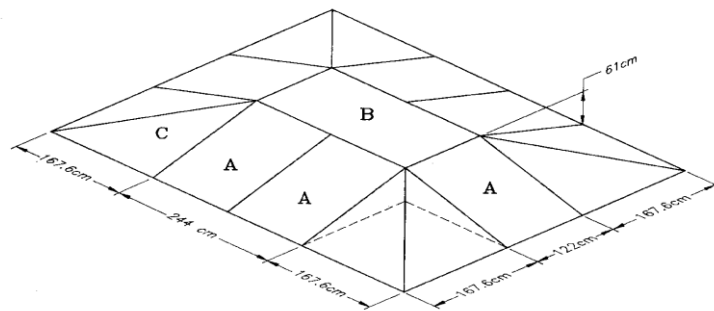
Figura 9. Rampas



Fuente: www.cincinato.org/rollers/como-construir-un-skate-park.php

- **Pirámide.** Las pirámides son elementos sumamente versátiles, ya que se les pueden aproximar y salir desde cualquier ángulo. Normalmente se usan para hacer trucos de salto en el aire, por esto es preciso que haya cerca una rampa alta desde la que lanzarse.

Figura 10. Pirámide



NOTES:
 1. RAMP 'A': FOR DETAILS, SEE RAMP 'A' (FUN BOX)
 2. PLATFORM 'B': FOR DETAILS, SEE PLATFORM 'B' (FUN BOX)

PYRAMID				REV. DATE
DWG. NO.	SHEET	OF	SIZE	
B-27-92	1	2	A	
B-27-92	SCALE: 1/4"=1'			
DO NOT SCALE DRAWING!				

Fuente: www.cincinato.org/rollers/como-construir-un-skate-park.php

- **Railes o copies.** Sirven para aprender a grindar. Sobre todo los railes bajos, ya que es la manera más fácil de aprender. Los railes bajos eliminan el salto o la subida a una rampa, por esto son más fáciles. También hay railes altos que se colocan sobre otros módulos, principalmente los funbox.

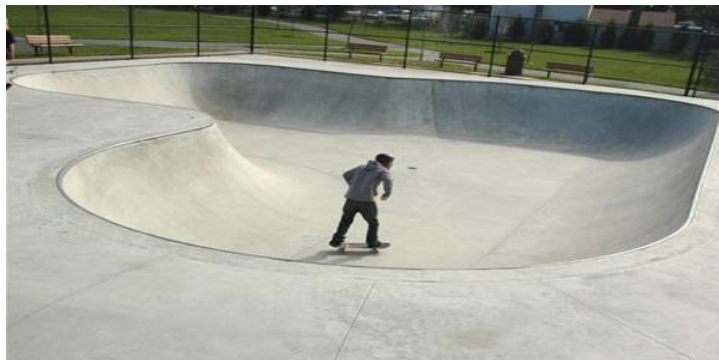
Figura 11. Railes



Fuente: www.cincinato.org/rollers/como-construir-un-skate-park.php

- **Bowl.** Los bowls son piscinas más o menos redondeadas que permiten multitud de combinaciones. Es uno de los módulos más caros y difíciles de construir. También es uno de los módulos más difíciles de usar, pero la espectacularidad y la libertad de movimientos que un bowl bien diseñado puede ofrecer a un roller/skater con nivel es inigualable. Normalmente no se encuentra al alcance de los skate park privados de uso doméstico.

Figura 12. Bowl



Fuente: www.cincinato.org/rollers/como-construir-un-skate-park.php

1.5.5 Beneficios del skateboard. Como deporte el skate permite¹⁰:

- El desarrollo equilibrado del joven en la sociedad.
- La conservación de la salud física y mental.
- El aprovechamiento del tiempo libre.
- La educación permanente.
- El estímulo a y la valoración de la expresión estética en sus diferentes manifestaciones.
- La orientación del espíritu de superación hacia la solución de problemas del medio con sus recursos.
- La identificación de sus propios valores, el respeto y orgullo por ellos para cimentar su identidad.

¹⁰ AVENDAÑO, Celestín. Una mirada profunda a los deportes extremos. Buenos Aires: Ediciones La Luz. 2004, p. 241.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General. Realizar un estudio de mercados para determinar la demanda entre jóvenes de 12 a 23 años de los estratos tres, cuatro y cinco de Bucaramanga y su Área Metropolitana, y a la oferta en espacios destinados para la práctica de juegos extremos en patines, identificando las características del servicio así como estimativo de población y precios.

2.1.2 Específicos

- Recolectar información sobre la demanda mediante la aplicación de un instrumento que permita identificar preferencias y características necesarias para conocer su comportamiento e identificar las estrategias para dar solución a las necesidades del sector.
- Realizar un análisis sobre la oferta mediante la obtención de información que permita determinar las fortalezas y debilidades de los oferentes y así evaluar su nivel de competitividad en el sector.
- Analizar y determinar el perfil del cliente por medio del cruce de variables sobre la información recolectada para ofrecerle el servicio más adecuado a sus necesidades.
- Determinar las estrategias de precio para salir al mercado haciendo un análisis sobre los sistemas de fijación existentes en el sector con el fin de ofrecer un precio altamente competitivo y conveniente para el cliente. Una estrategia de precios es un conjunto de principios, rutas, directrices y límites fundamentales

para la fijación de precios inicial y a lo largo del ciclo de vida del servicio, con lo cual, se pretende lograr los objetivos que se persiguen con el precio, al mismo tiempo que se mantiene como parte de la estrategia de posicionamiento general.

- Identificar el canal de distribución más adecuado para el servicio mediante una selección creativa e innovadora sobre los canales actuales empleados en la comercialización de este deporte.
- Conocer el comportamiento de la plaza evaluando históricamente sus tendencias para identificar estacionalidades y respuestas a las diferentes tendencias del mercado.
- Seleccionar la mejor estrategia de publicidad a través del análisis sobre la respuesta emocional del cliente a los estímulos del entorno con el fin de ofrecerle una publicidad acertada que logre posicionarse en su mente.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.2.1 Definición, usos y especificaciones del servicio. La empresa a constituirse define sus servicios a ofrecer mediante la creación de un parque especializado en la práctica del skateboard que posea canchas múltiples, rampas, espacios libres y acondicionados, caminos especiales para saltar, deslizarse, en fin toda la infraestructura necesaria para la práctica del skateboarding.

Este servicio se usa para la práctica con un skate o patineta, en una pista especialmente diseñada para la práctica de este deporte con el fin que los jóvenes asistentes puedan realizar las piruetas, el deslizamiento por largas barandillas, bordillos y escaleras, con tablas de diferentes formas, de acuerdo con las características y exigencias de dicho deporte.

Las especificaciones del servicio son ofrecerlo todas las semanas de martes a domingo en un horario de 9:00 a.m. a 12 m y 2:00 pm a 9:00 p.m. cual permitirá cubrir los diferentes espacios de ocio de los jóvenes. Será ofrecido mediante una gestión comercial orientada hacia el mercado potencial del proyecto presentando adecuadamente el portafolio de servicios , precios, horarios y apoyándose en adecuados medios de promoción y publicidad como anuncio en las páginas amarillas del directorio telefónico, anuncios en radio, medios impresos como folletos y volantes, internet y objetos recordatorios, entre otros. Será prestado por personal idóneo, altamente capacitado y entrenado en la práctica de dicho deporte, teniendo en cuenta altos estándares de calidad y seguridad, como factores determinantes del servicio. Ver fotos N° 9, 10, 11, 12 y 13

Figura 13. Skateboarding



Fuente: www.cincinato.org/rollers/como-construir-un-skate-park.php

Figura 14. Patinetas skateboard



Fuente: www.cincinato.org/rollers/como-construir-un-skate-park.php

Figura 15. Skatepark



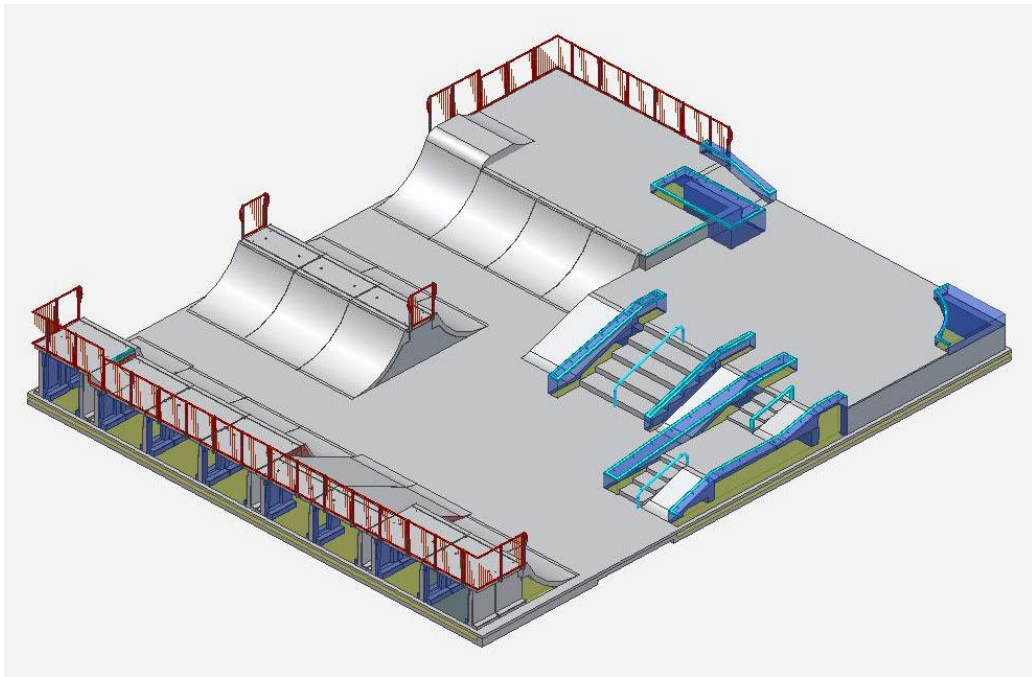
Fuente: www.fotoskatepark.com

Figura 16. Skatepark



Fuente: www.fotoskatepark.com

Figura 17. Diseño Skatepark



Fuente: www.fotoskateparkdiseños.com

2.2.2 Servicios sustitutos. Como servicios sustitutos se consideran los sitios frecuentados actualmente por los practicantes de skateboard, tales como parques (san pio, los niños) y espacios públicos (avenida y calles de la ciudad), ya que los practicantes de este deporte pueden en dado momento escoger ir a estos u otros lugares independientemente que tengan las mismas o similares características del parque a ofrecer, tal y como lo habían hecho tradicionalmente.

2.2.3 Servicios complementarios. Es el valor agregado que la empresa ofrecerá al servicio principal de un parque especializado en la práctica del skateboard, como cafetería, vestidores, enfermería, parqueaderos y acondicionadores kinesiológicos, el cual contara con un personal capacitado para su acompañamiento durante el deporte.

2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia. Considerando lo mencionado anteriormente se puede indicar que no existe una competencia directa hasta el momento en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana con respecto al mercado oferente del servicio del skateboard. Sin embargo su gran atributo diferenciador del servicio es que en el área metropolitana de Bucaramanga no existe un lugar diseñado especialmente para la práctica del skateboard, con los servicios necesarios para prestar comodidad, con un diseño que minimice el riesgo de accidentes y seguridad.

Otros atributos diferenciadores son: un diseño moderno ajustado al tipo de clientes del lugar, un excelente servicio y asesoría, el desarrollo de torneos y eventos que captaran público y agregarán valor al servicio ofrecido por el parque, un personal idóneo y con experiencia en el deporte de skateboard.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. El mercado potencial se encuentra conformado por los Jóvenes entre 12 y 23 años que sean residentes de la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana. Estos jóvenes se caracterizan por carecer de un espacio para su práctica.

2.3.2 Mercado objetivo. Se define como mercado objetivo para la presente investigación a los Jóvenes entre 12 y 23 años de estratos sociales tres, cuatro y cinco, que sean habituales practicantes del skateboard y sean residentes de la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana. Se escoge a este segmento, porque se considera que los jóvenes practicantes de estos estratos pueden invertir en dicho deporte, es decir 43.414 jóvenes, ver Cuadro 1.

Cuadro 1. Población por municipios del Área Metropolitana de Bucaramanga (Estratos 3,4 y 5)

Ciudad	12-18 años	19-21 años	22- 23 años	Total	Participación
Bucaramanga	7.732	5.512	4.171	17.415	40.113%
Floridablanca	6.742	3.872	3.832	14.446	33.274%
Girón	3.632	1.972	1.324	6.928	15.957%
Piedecuesta	2.315	1.285	1.025	4.625	10.653%
TOTALES	20.421	12.641	10.342	43.414	100%

Fuente: DANE. Bucaramanga. 2005-2010

2.4 LA DEMANDA

Según el análisis la demanda sería todos los jóvenes que practican el skateboard en Bucaramanga y su área metropolitana, y según información reportada por el DANE sería una demanda potencial de 43.414 jóvenes el cual se le ofrecería el servicio.

2.4.1 Investigación de mercados. “Es la recopilación, registro y análisis de manera ordenada y objetiva, válida y precisa de la informaron relacionada con el mercado de bienes y servicios”¹¹, constituye un elemento fundamental para determinar la prefactibilidad del proyecto.

- **Planteamiento del problema.** En Colombia apareció hace cerca de 30 años, existiendo clubes que se conformaron hace 24 años, lo que indica la dinámica que ha tenido este deporte extremo en el País.

En Bucaramanga su práctica se inició hace cerca de 10 años como un deporte callejero, y aún continua como tal porque o no existe un lugar en donde se practique este deporte y no se ha generado una iniciativa privada o por parte de la administración municipal para que cuenten con un escenario apropiado, en el que puedan practicar su deporte sin molestar, ni poner en riesgo a los demás o a ellos mismos.

Los practicantes en la ciudad de Bucaramanga se les observan en los alrededores de los parques, de los centros comerciales, saltando en escaleras y en lugares como en la “Concha Acústica”, escaleras del Hotel Chicamocha, Barrio Cabecera y en otros lugares, que no están diseñados para tales fines y que pueden generar riesgos de caídas y de accidentes.

A su vez estos jóvenes son perseguidos por vecinos, autoridades y transeúntes que se sienten en riesgo por la presencia de los mismos y sus piruetas o porque consideran que hacen daño a los bienes públicos.

El número de practicantes sigue creciendo, cada día se observan más jóvenes en avenidas y calles, en escaleras y centros comerciales y haciendo piruetas en lugares inapropiados como andenes o parques y de no ofrecerles un sitio

¹¹ PRADILLA ARDILA, Humberto. Investigación de mercados. INSED - UIS p.16.

diseñado para la práctica de este deporte, seguirán invadiendo el espacio público, generando un problema para la ciudad.

En la práctica está relacionado con la cultura callejera, para abreviar se le denomina simplemente como skate. El skateboarding ha desarrollado una gran atracción e interés para muchos jóvenes en el mundo, en el que se estima hay cerca de 13,5 millones de skaters¹².

Se busca aprovechar esta necesidad y convertirla en una empresa recreativa y competitiva que sea una opción para los jóvenes y una solución para la ciudad.

El desconocimiento sobre información que permita conocer la forma de proceder de la población y de los clientes con respecto a un parque de juegos extremos en patines en la ciudad de Bucaramanga se convierte en un verdadero problema porque su desconocimiento podría generar la toma de decisiones equivocadas y por consiguiente no lograr la satisfacción, de la población objeto de estudio, esperada.

Teniendo en cuenta que la investigación de mercados es la función que relaciona al consumidor, al cliente y al público a través de la información que se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del mercado, convirtiéndose así en un enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y suministro de información para el proceso de toma de decisiones; se debe proceder a recopilar, procesar y analizar la información necesaria para la proyección del parque de juegos extremos en patines en la ciudad de Bucaramanga; de lo contrario se perdería el esfuerzo que al respecto se haga.

En la actualidad no existe una comercialización del servicio ya que en Bucaramanga no hay un sitio o parque especializado en ofrecer este tipo de

¹² www.jovencb.net/YAdemasFicha.aspx?Id=2019.

deporte donde existan espacios propicios para tal fin, se tendrá que desarrollar un canal de comercialización idóneo para llegar al consumidor.

• **Necesidades de información.** Se debe conocer la siguiente información:

a) Información sobre la demanda, para conocer el perfil del consumidor e identificar las necesidades sobre las características del servicio que se desea.

b) Información sobre la demanda insatisfecha, para conocer variables que identifican el descontento de la población con respecto al servicio que actualmente reciben.

c) Información sobre la competencia, para conocer las demás empresas, que ofrecen actualmente servicios similares, identificando sus características y forma de prestar el servicio.

d) Información sobre el mercado objetivo, para caracterizar y distinguir este mercado del potencial y así delimitar el servicio a ofrecer.

e) Información sobre el canal de comercialización, publicidad y promoción, para conocer las expectativas de los clientes, y así utilizar los medios adecuados para ofrecerles el servicio.

f) Información sobre la evolución histórica de la demanda y la competencia, para comprender y conocer las tendencias futuras de este sector y clase de servicios.

- **Ficha técnica.** Obsérvese la ficha técnica a continuación

Tipo de Investigación	Corresponde a un estudio exploratorio que es la apropiada en las primeras etapas del proceso de toma de decisiones, se diseña para obtener una investigación preliminar sobre la situación identificando los problemas o las oportunidades potenciales. El siguiente estudio es el estudio descriptivo, ya que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Estos estudios proporcionara el conocimiento del grado de aceptación de un parque de juegos extremos en patines en la ciudad de Bucaramanga.
Método de investigación	Los métodos por medio del cual se obtendrá el conocimiento de la investigación corresponden a la observación, análisis y síntesis de los hechos o fenómenos presentes en la población objeto de estudio, identificando rasgos característicos de la población con respecto al consumo de este tipo de servicio, lo cual permitirá obtener los objetivos propuestos.
Fuentes de información	Las fuentes utilizadas para el desarrollo de la presente investigación serán de dos tipos: las primarias y las secundarias. Las fuentes primarias estarán constituidas por la población a la que se le realizará el estudio: los potenciales usuarios del servicio y las personas conocedoras del tema. Como fuentes secundarias se tienen estudios previos, y los archivos, documentos y textos del DANE, Tesis Universitarias, INTERNET, entre otras como los conocimientos de los propios practicantes de este deporte la cual ayudara en el proceso de desarrollo del parque.
Técnicas de recolección de información	Para la obtención de información secundaria que permita caracterizar las variables de mercadotecnia necesarias para la prestación de un adecuado y eficiente servicio en un

	parque de juegos extremos en patines para Bucaramanga y su área metropolitana, se realizará una revisión bibliográfica y para la obtención de información primaria se diseñará una encuesta que se aplicará a la población objeto de estudio.
Instrumento	El cuestionario estructurado que se aplicará a la población objeto de estudio.
Modo de aplicación	Directa.
Definición de población	La población está constituida por: * Elemento: Jóvenes entre los 12 y 23 años de los estratos 3,4 y 5 * Unidad de muestreo: Cada uno de los 43.414 Jóvenes entre los 12 y 23 años de los estratos 3, 4 y 5 del Área Metropolitana de Bucaramanga.
Proceso de muestreo	Para calcular el tamaño de la muestra, se considerará un muestreo de tipo probabilística y aleatorio simple aplicando la siguiente expresión matemática: $n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{(N-1) e^2 + Z^2 \times p \times q}$ Dónde: N = Población = 43,414 Z = Nivel de confiabilidad, 95% = 1,96 e = Error estimado, 5% = 0,05 p = Probabilidad de éxito, 50% = 0,5 q = Probabilidad de no éxito, 50% = 0,5 n = número de muestras (encuestas) Reemplazando la ecuación se tiene: $n = \frac{(1.96)^2 \times 43.414 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 (43.414-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$ n = 380,799 Aproximando, 381

Marco Muestral	Jovenes 12-18 años: 20.421 Jovenes 19-21 años: 12.641 Jovenes 22-23 años: <u>10.342</u> Total 43.414
Alcance	Área Metropolitana de Bucaramanga.
Tiempo de aplicación	Del 10 al 20 de Enero de 2.011.

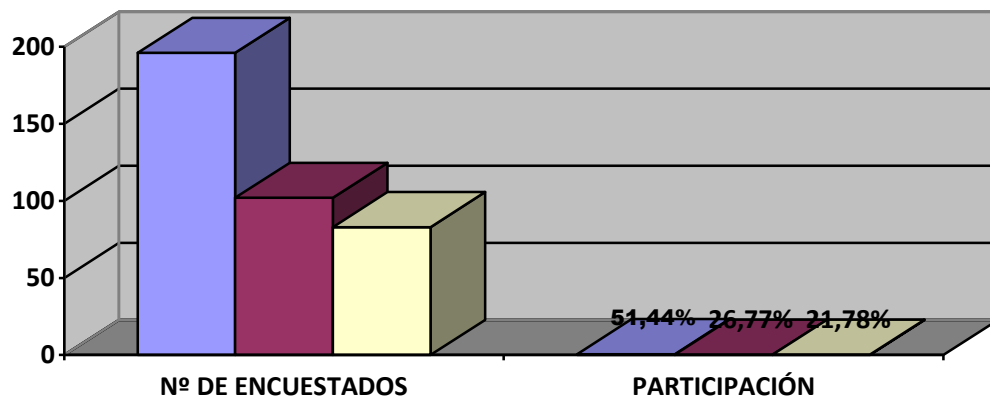
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados. Para cada pregunta se presentan los siguientes cuadros, gráficas y análisis tabulados manualmente.

Cuadro 2. Edad

Edad	Nº de encuestados	Participación
12 – 18 años	196	51,44%
19 – 21 años	102	26,77%
22 – 23 años	83	21,78%
Total	381	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 1. Edad



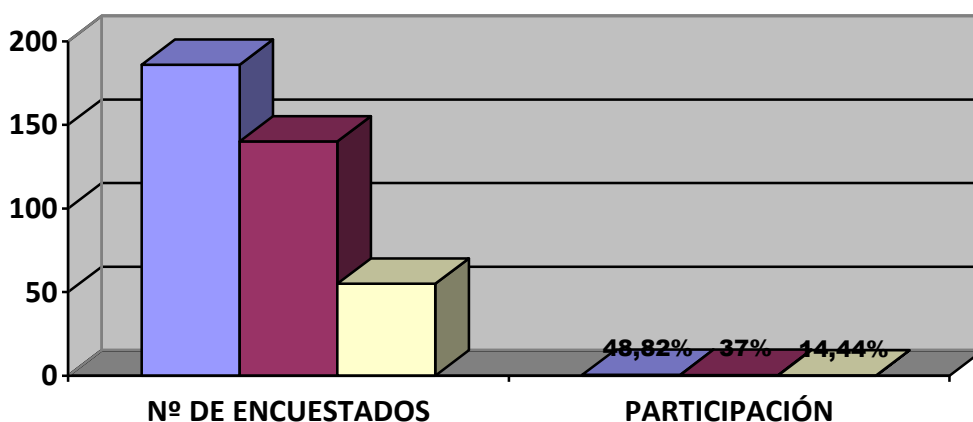
De acuerdo con el cuadro 2 y gráfica 1, la muestra tuvo una mayor participación del intervalo de edad de 12 a 18 años, un: 51,44% y una participación de 26,77% para los jóvenes entre los 19 y 21 años y 21,78% para el intervalo 22-23 años

Cuadro 3. Estrato

Estrato	Nº de encuestados	Participación
Tres	186	48,82%
Cuatro	140	37%
Cinco	55	14,44%
Total	381	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 2. Estrato



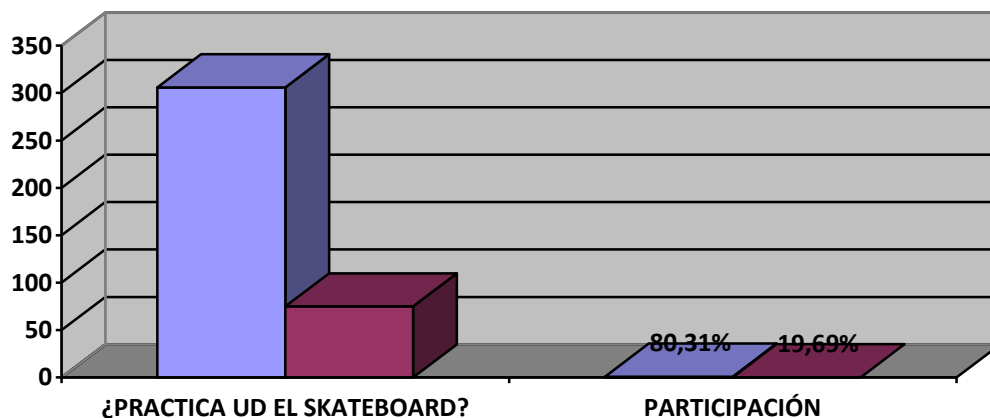
Conforme con el cuadro 3 y gráfica 2, el 48,82% de los encuestados pertenece al estrato tres, el 37% al estrato cuatro y solo el 14,44% al estrato cinco.

Cuadro 4. Práctica del Skateboard

Pregunta	¿Practica ud el skateboard?	Participación
Si	306	80,31%
No	75	19,69%
Total	381	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica. 3 Práctica del skateboard



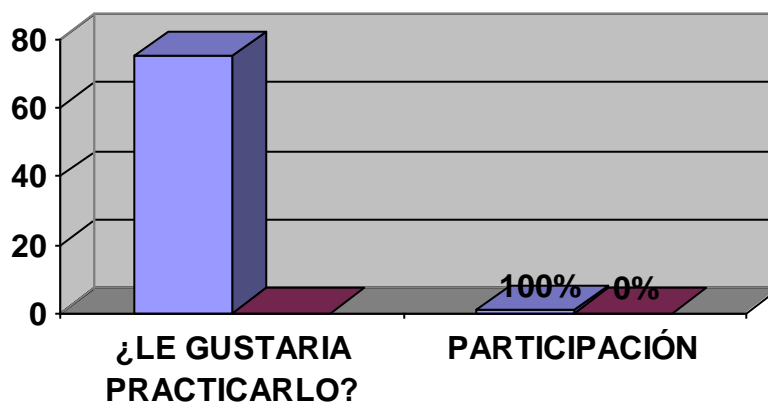
Según el cuadro 4 y gráfica 3, la mayoría de los encuestados, un 80,31% practica el Skateboard, y un pequeño porcentaje, el 19,69% no.

Cuadro 5. Deseos de practicar el Skateboard

Pregunta	¿Le Gustaría Practicarlo?	Participación
Si	75	100%
No	0	0%
Total	75	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 4. Deseos de practicar el Skateboard



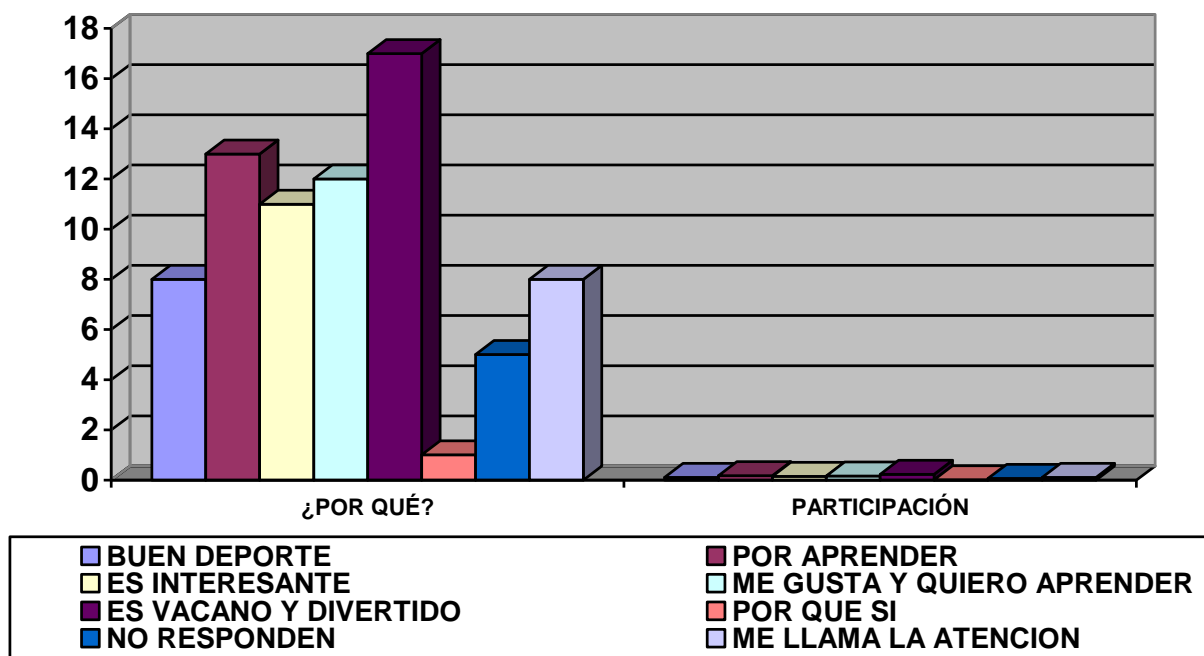
En el cuadro 5 y gráfica 4, se consigna que la totalidad de los encuestados que no practican el skateboard en la actualidad desean practicarlo. Lo que indica que entre adolescentes y jóvenes, este tipo de práctica deportiva tiene gran aceptación.

Cuadro 6. Razones por las cuales practicaría el Skateboard

Pregunta	¿Por qué?	Participación
Buen deporte	8	10,67%
Por aprender	13	17,33%
Es interesante	11	14,67%
Me gusta y quiero aprender	12	16,00%
Es vacano y divertido	17	22,67%
Por qué si	1	1,33%
No responden	5	6,67%
Me llama la atención	8	10,67%
Total	75	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 5. Razones por las cuales practicaría el skateboard



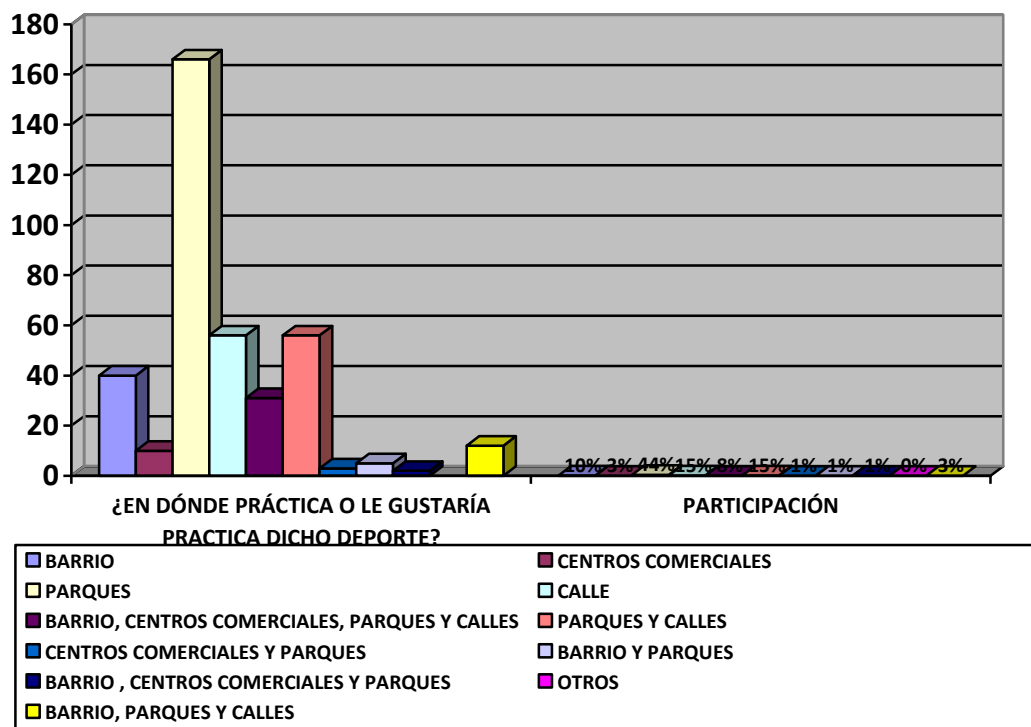
Teniendo en cuenta la información consignada en el cuadro 6 y gráfica 75, existen diversas razones, de igual peso, por las que se practicaría el skateboard: porque lo consideran un buen deporte, porque es interesante, por aprender, porque les gusta, porque les llama la atención, lo que indica que quienes no lo practican en la actualidad están interesados en su aprendizaje y en las emociones que le generan como deporte llamativo.

Cuadro 7. En que sitio práctica o le gustaría practicar el Skateboard

Pregunta	¿En dónde práctica o le gustaría practica dicho deporte?	Participación
Barrio	40	10%
Centros comerciales	10	3%
Parques	166	44%
Calle	56	15%
Barrio, centros comerciales, parques y calles	31	8%
Parques y calles	56	15%
Centros comerciales y parques	3	1%
Barrio y parques	5	1%
Barrio , centros comerciales y parques	2	1%
Otros		0%
Barrio, parques y calles	12	3%
Total	381	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 6. En que sitio práctica o le gustaría practicar el skateboard



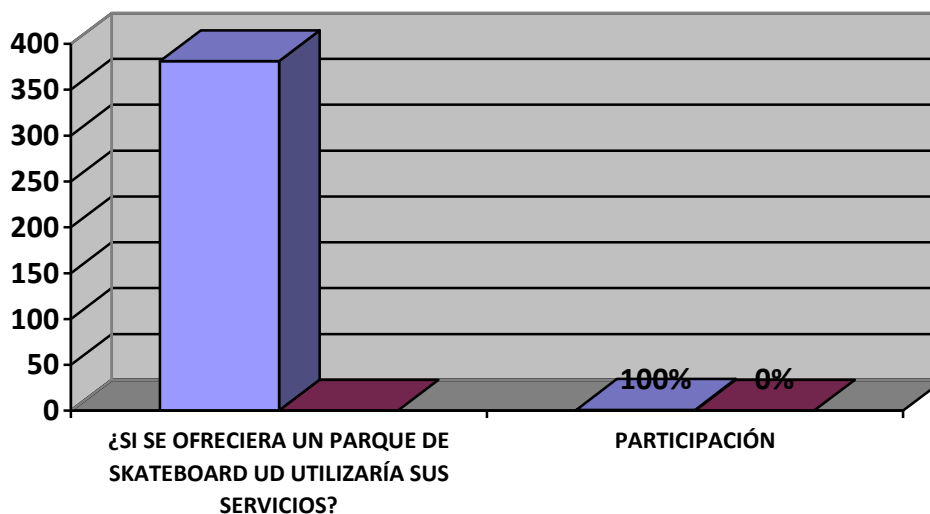
De acuerdo con el cuadro 7 y gráfica 6, el sitio preferido para la práctica de este deporte son los parques, según el 44%, los parques y las calles son el sitio escogido por el 15% y la calle por el 15%. Esto significa que para la práctica del deporte, de acuerdo con los gustos y preferencias de sus practicantes o quienes esperan hacerlo, los parques constituyen el sitio más adecuado y de mayor interés por adolescentes y jóvenes.

Cuadro 8. Si en Bucaramanga se ofreciera un parque especializado en la práctica del Skateboard utilizaría sus servicios

Pregunta	¿Si en Bucaramanga se ofreciera un parque especializado en la práctica del skateboard ud utilizaría sus servicios?	Participación
Si	381	100%
No	0	0%
Total	381	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 7. Si en Bucaramanga se ofreciera un parque especializado en la práctica del Skateboard utilizaría sus servicios



Conforme con el cuadro 8 y gráfica 7, el 100% de los encuestas utilizaría los servicios de un parque especializado en la práctica del skateboard en la ciudad de Bucaramanga, lo que determina la total aceptación de un sitio especializado en la ciudad para dicha práctica.

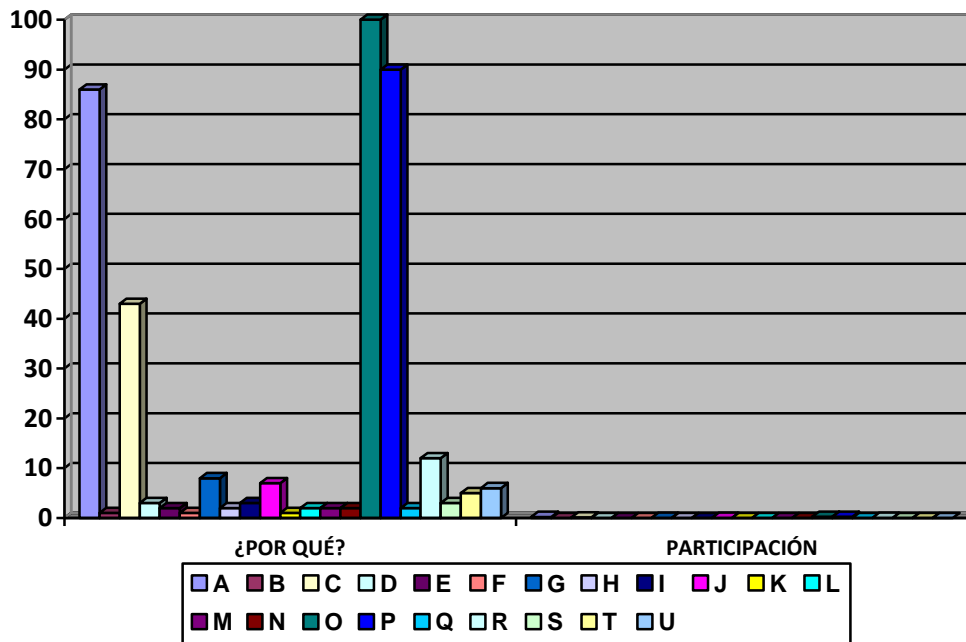
Cuadro 9. Razones por las cuales utilizaría los servicios del parque

Pregunta	Indicador Gráfica	¿Por qué?	Participación
No contestaron	A	86	22,57%
Todos los skatepark están en otras ciudades	B	1	0,26%
Por qué si	C	43	11,29%
Es especial para este deporte	D	3	0,79%
Comodidad de practicar	E	2	0,52%
Esperamos un buen lugar	F	1	0,26%
Una forma de practicar y mejorar el nivel de este deporte	G	8	2,10%
Para promover el skate	H	2	0,52%
Para patinar	I	3	0,79%
Por aumentar el nivel de destreza	J	7	1,84%
Es toda una cultura	K	1	0,26%

Pregunta	Indicador Gráfica	¿Por qué?	Participación
Aprovechar el espacio	L	2	0,52%
Al ser practicante dispondría de su uso	M	2	0,52%
Para estar bien entrenado	N	2	0,52%
Es bacano, me gusta y chévere	O	100	26,25%
Porque no hay parques, es necesario y no hay donde practicarlo	P	90	23,62%
Sería en beneficio de los jóvenes	Q	2	0,52%
Para aprender mas	R	12	3,15%
Porque lo practico y sería bueno	S	3	0,79%
Para que no molesten la gente y no nos saquen de los lugares	T	5	1,31%
Más seguro	U	6	1,57%
Total		381	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 8. Razones por las cuales utilizaría los servicios del parque



Según el cuadro y gráfica 8, las principales razones por las cuales se utilizarían en la ciudad de Bucaramanga los servicios de un parque especializado en la práctica del skateboard son: para: porque le gusta y es chévere, para el 26,25%; porque no hay parques y no hay donde practicarlo, de acuerdo con el 23,62% y porque sí, para el 11,29%.

Cuadro 10. Servicios que espera ofrezca el parque

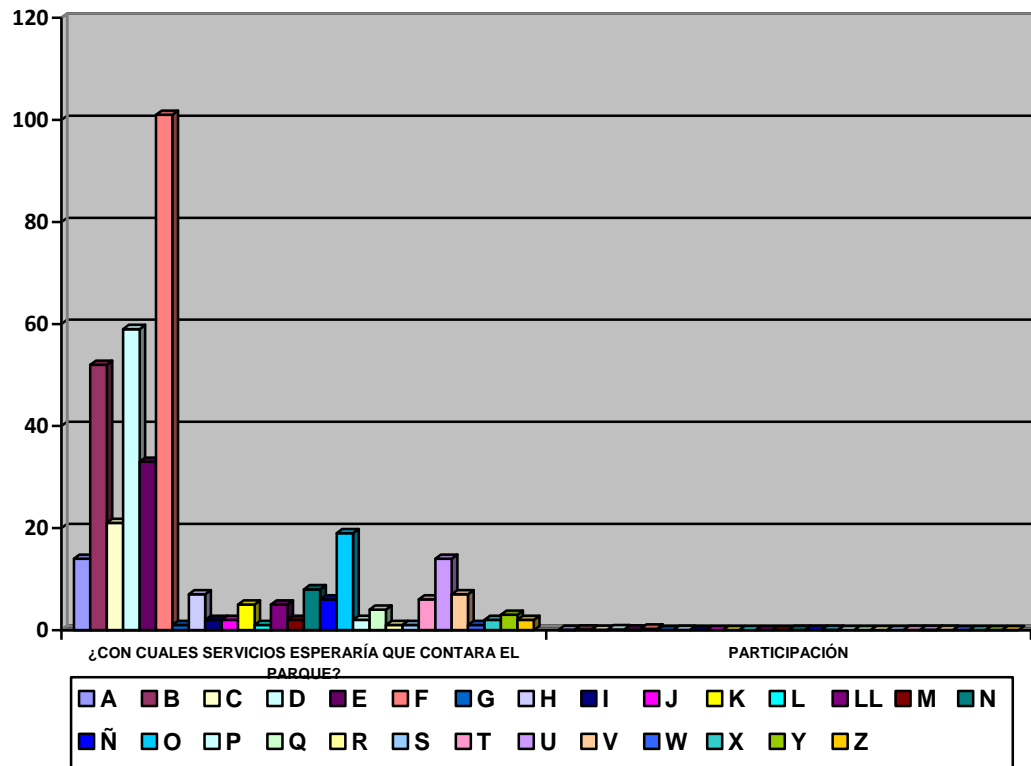
Pregunta	Indicador grafica	¿Con cuáles servicios esperaría que contara el parque?	Participación
Diversidad de horarios	A	14	3,67%
Cafetería	B	52	13,65%
Personal capacitado	C	21	5,51%
Instalaciones adecuadas	D	59	15,49%
Buena ubicación del parque	E	33	8,66%
Todas las anteriores (diversidad de horarios, cafetería, personal capacitado, instalaciones adecuadas y buena ubicación del parque)	F	101	26,51%
Todas las anteriores y que tenga techo el skatepark	G	1	0,26%
Cafetería e instalaciones adecuadas	H	7	1,84%
Personal capacitado e instalaciones adecuadas	I	2	0,52%
Cafetería, personal capacitado y buena ubicación del parque	J	2	0,52%
Cafetería y personal capacitado	K	5	1,31%
Todas las anteriores y vigilancia	L	1	0,26%

Pregunta	Indicador grafica	¿Con cuáles servicios esperaría que contara el parque?	Participación
Todas las anteriores y enfermería	LL	5	1,31%
Todas las anteriores, baños, sillas, tv, skateshop	M	2	0,52%
Cafetería y buena ubicación del parque	N	8	2,10%
Diversidad de horarios e instalaciones adecuadas	Ñ	6	1,57%
Diversidad de horarios, cafetería, instalaciones adecuadas y buena ubicación del parque	O	19	4,99%
Cafetería, instalaciones adecuadas y almacén	P	2	0,52%
Personal capacitado, instalaciones adecuadas y buena ubicación del parque	Q	4	1,05%
Buena ubicación del parque, música y almacén	R	1	0,26%
Personal capacitado y almacén	S	1	0,26%
Instalaciones adecuadas y buena ubicación del parque	T	6	1,57%
Cafetería, instalaciones adecuadas y buena ubicación del parque	U	14	3,67%
Instalaciones adecuadas, buena ubicación del parque y música	V	7	1,84%
Todas las anteriores y música	W	1	0,26%
Cafetería y vigilancia	X	2	0,52%
Diversidad de horarios,	Y	3	0,79%

Pregunta	Indicador grafica	¿Con cuáles servicios esperaría que contara el parque?	Participación
instalaciones adecuadas y buena ubicación del parque			
Todas las anteriores y dispensador de agua	Z	2	0,52%
Total		381	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 9. Servicios que espera ofrezca el parque



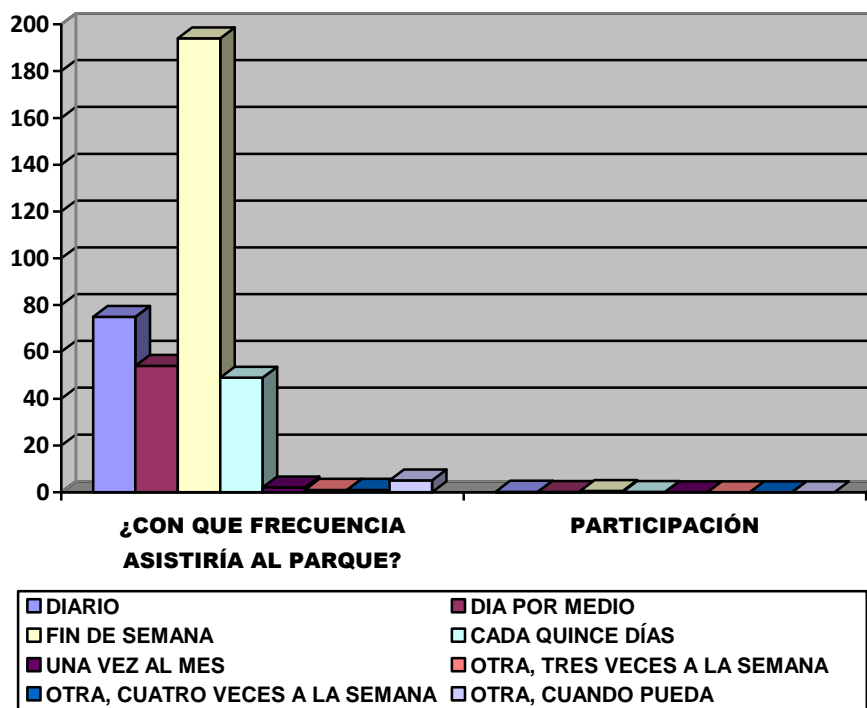
En el cuadro 10 y gráfica 9, se establece que aunque hay pequeños porcentajes de adolescentes y jóvenes que esperan que el parque ofrezca específicamente cafetería, diversidad de horario e instalaciones adecuadas entre otros, la mayoría: un 26,51% desea que el parque cuente con un paquete de servicios integrado por cafetería, diversidad de horarios, instalaciones adecuadas y una excelente ubicación.

Cuadro 11. Frecuencia con la que asistiría al parque

Pregunta	¿Con que frecuencia asistiría al parque?	Participación
Diario	75	19,69%
Día por medio	54	14,17%
Fin de semana	194	50,92%
Cada quince días	49	12,86%
Una vez al mes	2	0,52%
Otra, tres veces a la semana	1	0,26%
Otra, cuatro veces a la semana	1	0,26%
Otra, cuando pueda	5	1,31%
Total	381	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 10. Frecuencia con la que asistiría al parque



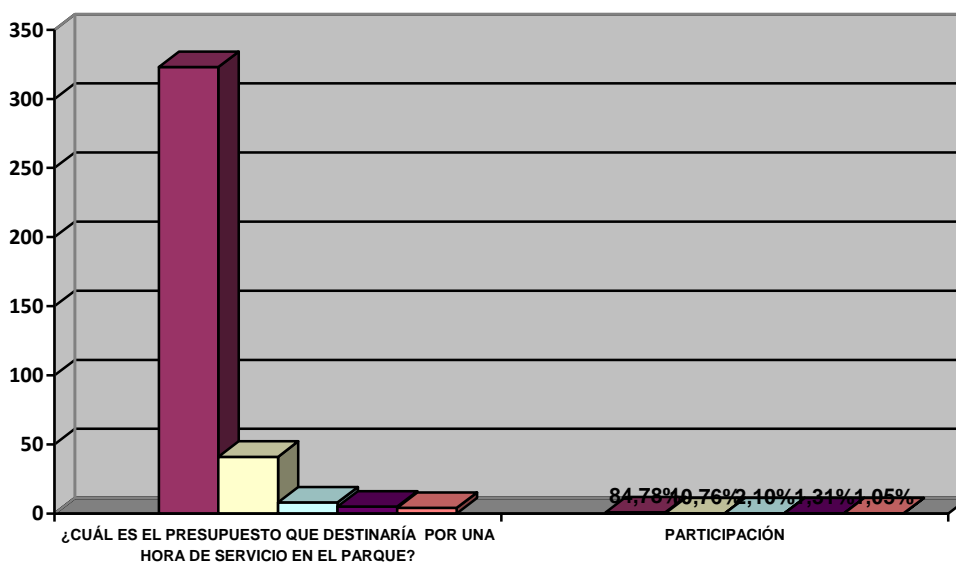
Teniendo en cuenta la información consignada en el cuadro 11 y gráfica 10, un 50,92% asistiría al parque los fines de semana; un 19,69% lo haría diariamente; un 14,17% día por medio, un 12,86% cada quince días. Esto significa que el parque va a contar con una alta afluencia toda la semana, lo que genera un alto uso de sus instalaciones.

Cuadro 12. Presupuesto que destinaría por hora de servicio en el parque

Pregunta	¿Cuál es el presupuesto que destinaría por una hora de servicio en el parque?	Participación	Promedio
Entre \$1.000 y \$5.000	323	84,78%	969.000
Entre \$5.001 y \$10.000	41	10,76%	307.500
Entre \$10.001 y \$15.000	8	2,10%	100.000
Más de \$15.000	5	1,31%	75.000
Gratis	4	1,05%	0
Total	381	100%	1.451.500/381= \$3.810

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 11. Presupuesto que destinaría por hora de servicio en el Parque



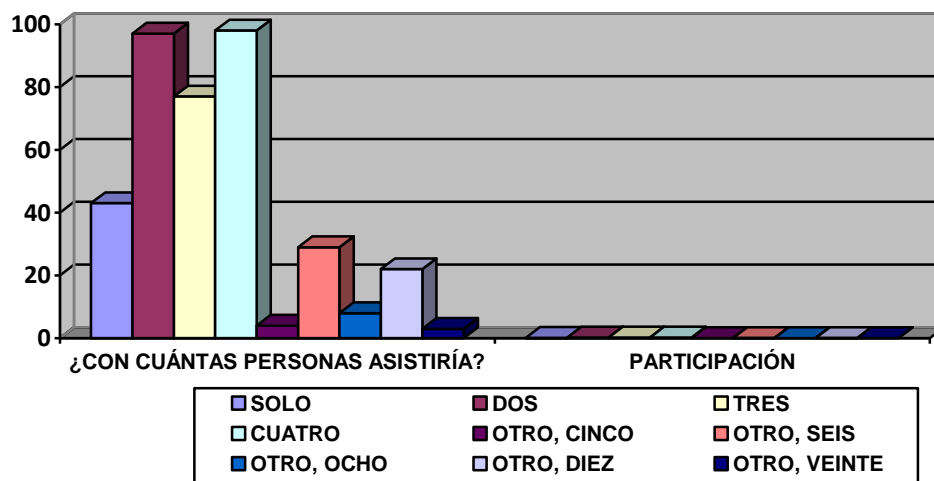
De acuerdo con el cuadro 12 y gráfica 11, la mayor parte de los adolescentes y jóvenes que acudirían al parque: un 84,78% estarían dispuestos a pagar entre \$1.000 y \$5.000 por una hora de servicio. Entre \$5.001 y \$10.000 estarían dispuestos a utilizar el parque el 10,76%. Esto indica, que para captar un alto número de usuarios, el parque debe ofrecer una tarifa que se encuentra entre los \$1.000 y \$5.000, información que muestra el cuadro 22 precio ponderado.

Cuadro 13. Número de personas con las que asistiría al parque

Pregunta	¿Con cuántas personas asistiría?	Participación	Promedio de personas
Solo	43	11,29%	43
Dos	97	25,46%	194
Tres	77	20,21%	231
Cuatro	98	25,72%	392
Otro, cinco	4	1,05%	20
Otro, seis	29	7,61%	174
Otro, ocho	8	2,10%	64
Otro, diez	22	5,77%	220
Otro, veinte	3	0,79%	60
Total	381	100%	1.398/381= 3,67

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 12. Número de personas con las que asistiría al parque



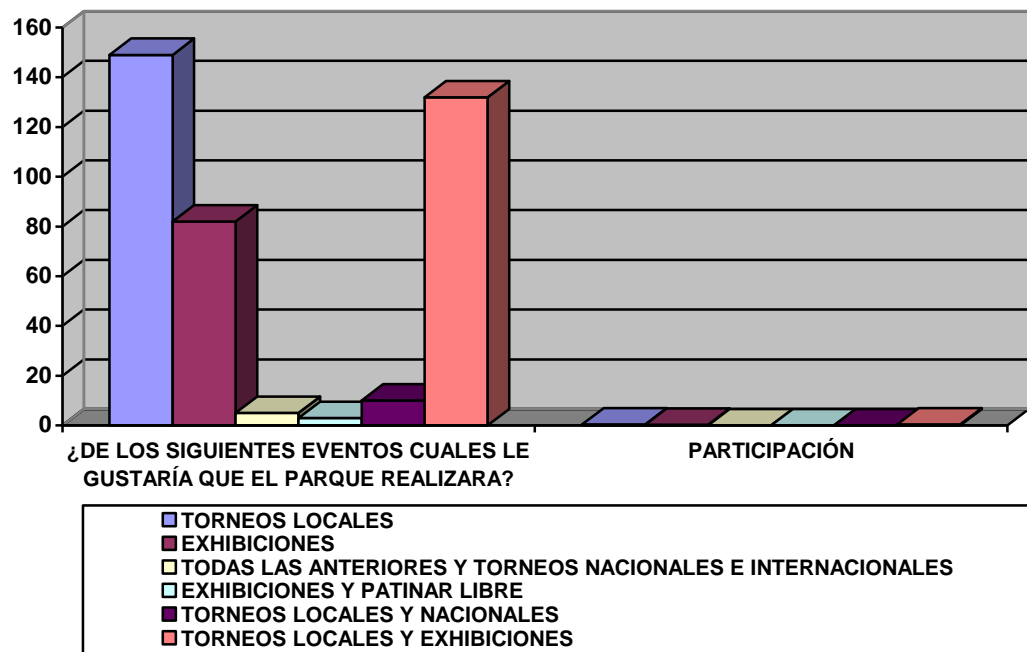
Conforme con el cuadro 13 y gráfica 12, el 25,72% de los jóvenes asistiría al parque con cuatro personas; el 25,46% con dos; el 20,21% con tres y el 11,19% solo. Esto indica que este deporte es considerado por la mayoría de adolescentes y jóvenes como una práctica grupal y por lo tanto su concurrencia al parque lo será de idéntica forma.

Cuadro 14. Eventos que le gustaría desarrollara el parque

Pregunta	¿Cuáles eventos le gustaría que el parque realizara?	Participación
Torneos locales	149	39,11%
Exhibiciones	82	21,52%
Todas las anteriores y torneos nacionales e internacionales	5	1,31%
Exhibiciones y patinar libre	3	0,79%
Torneos locales y nacionales	10	2,62%
Torneos locales y exhibiciones	132	34,65%
Total	381	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 13. Eventos que le gustaría desarrollara el parque



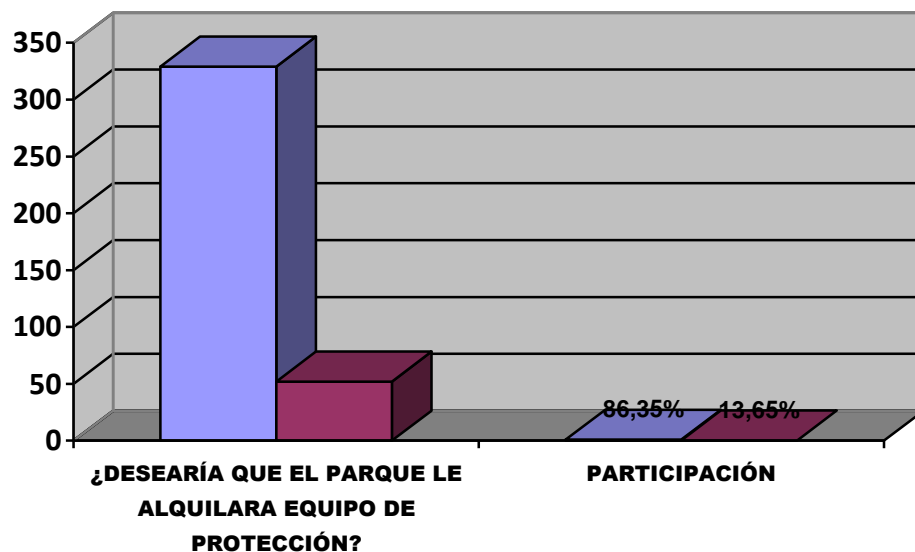
Según el cuadro 14 y gráfica 13, el 39,11% desea que el parque desarrolle torneos locales; el 34,65% que desarrolle torneos locales y exhibiciones y el 21,52% solo exhibiciones. Existe, por lo tanto demanda y acogida para que parque lleve a cabo estos tipos de eventos con frecuencia y continuidad.

Cuadro 15. Deseos que el parque le alquile equipo de protección

Pregunta	¿Desearía que el parque le alquilara equipo de protección?	Participación
Si	329	86,35%
No	52	13,65%
Total	381	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 14. Deseos que el parque le alquile equipo de protección



En el cuadro 15 y gráfica 14, se establece que hay un porcentaje importante un: 86,35% que desea que el parque le alquile equipo de protección, mientras que el restante 13,65% no lo desea.

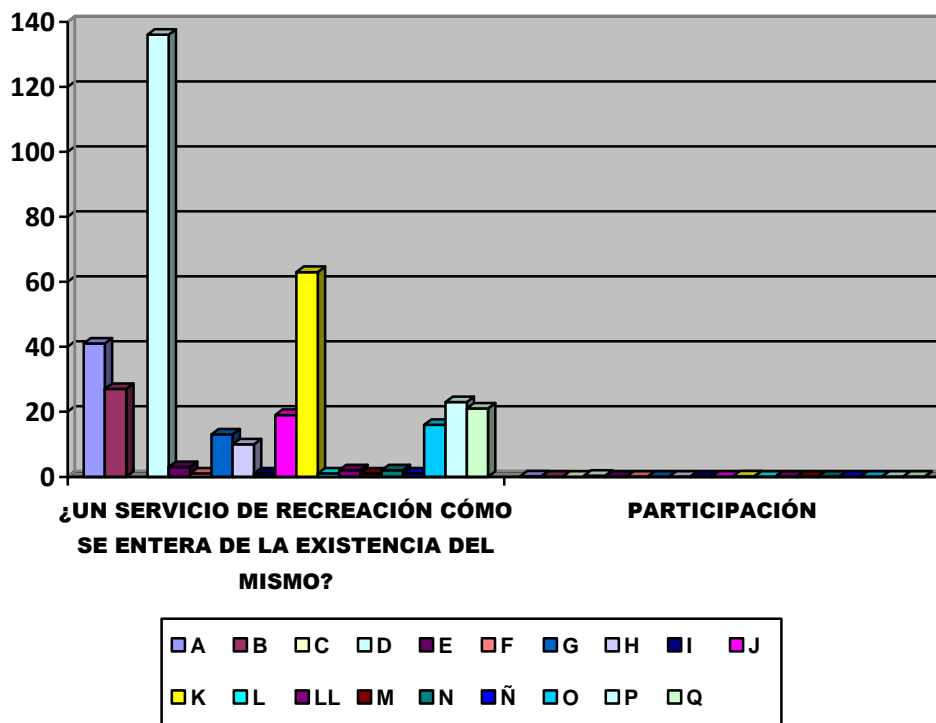
Este porcentaje indica que existe una alta demanda para el alquiler de dichos equipos, por lo que los mismos, deben ser parte de la oferta de servicios del parque.

Cuadro 16. Medios a través de los cuales conoce sobre la existencia de un servicio

Pregunta	Indicador Grafica	¿Cuándo usted requiere un servicio de recreación cómo se entera de la existencia del mismo?	Participación
Radio	A	41	10,76%
Televisión	B	27	7,09%
Directorio telefónico	C		0,00%
Folletos	D	136	35,70%
Radio, televisión, folletos e internet	E	3	0,79%
Radio, televisión, folletos y amigos	F	1	0,26%
Tv y folletos	G	13	3,41%
Radio, tv, direc.telef. Y folletos	H	10	2,62%
Internet y amigos	I	1	0,26%
Amigos	J	19	4,99%
Internet	K	63	16,54%
Anuncios en los skateshop	L	1	0,26%
Tv, folletos y amigos	LL	2	0,52%
Radio y internet	M	1	0,26%
Tv y internet	N	2	0,52%
Tv y directorio telefónico	Ñ	1	0,26%
Radio y folletos	O	16	4,20%
Radio y televisión	P	23	6,04%
Radio, televisión y folletos	Q	21	5,51%
Total		381	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 15. Medios a través de los cuales conoce sobre la existencia de un servicio.



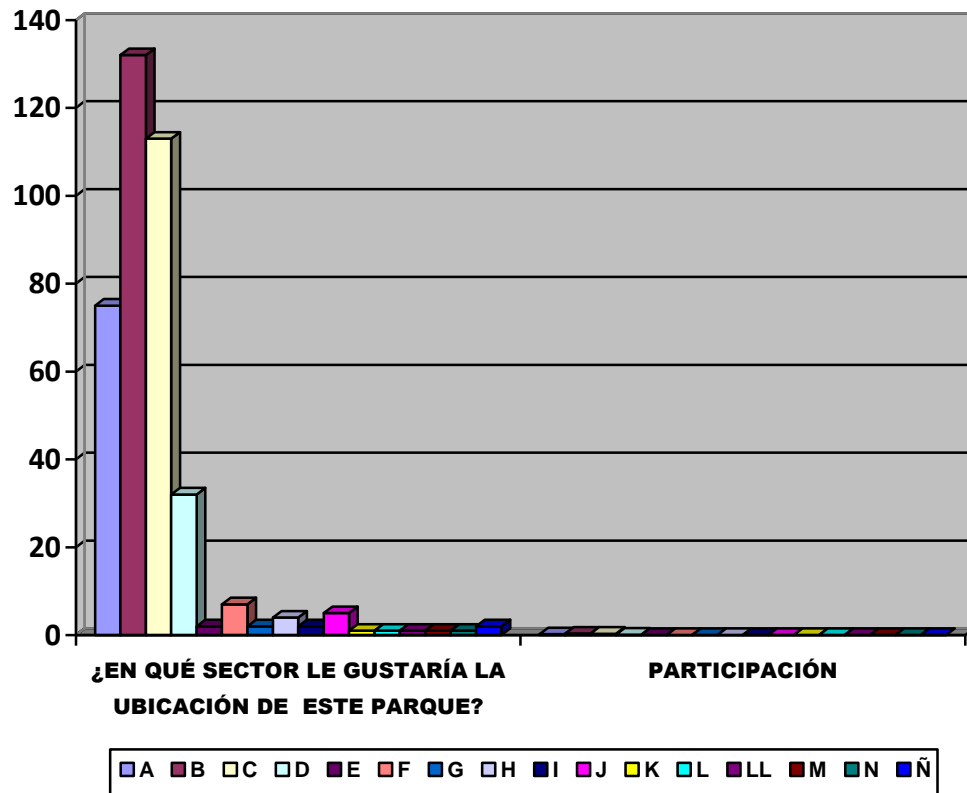
Teniendo en cuenta la información consignada en el cuadro 16 y gráfica 15, el 35,70% se entera sobre la existencia de un servicio a través de los folletos; el 10,76% mediante la radio, el 7,09% por la televisión y el 6,04% por la radio y la televisión. Es evidente que el parque debe utilizar por lo tanto los folletos, la radio, la televisión como medios para publicitar y promocionar sus servicios. Igualmente, el Internet y los Skateshop, son vehículos que pueden ser utilizados para el tipo particular de usuarios del parque.

Cuadro 17. Lugar en que le gustaría estuviera ubicado el parque

Pregunta	Indicador Grafica	¿En qué sector le gustaría la ubicación de este parque?	Participación
Cabecera	A	75	19,69%
Real de Minas	B	132	34,65%
San Alonso	C	113	29,66%
Al Sur	D	32	8,40%
Otro, Cra 27	E	2	0,52%
Cabecera, Real de Minas, San Alonso o al Sur	F	7	1,84%
Cabecera o San Alonso	G	2	0,52%
Cabecera o Real de Minas	H	4	1,05%
Otro, San Francisco	I	2	0,52%
Piedecuesta	J	5	1,31%
Vía Piedecuesta	K	1	0,26%
Real de Minas o San Alonso	L	1	0,26%
Cabecera o al Sur	LL	1	0,26%
Provenza	M	1	0,26%
Real se Minas o Piedecuesta	N	1	0,26%
Otro, Lugar Central (Centro)	Ñ	2	0,52%
Total		381	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 16. Lugar en que le gustaría estuviera ubicado el parque



De acuerdo con el cuadro 17 y gráfica 16, el 34,65% prefiere como sitio para la ubicación del parque a la Real de Minas; el 29,66% a San Alonso y el 19,69% a Cabecera.

Cuadro 18. Sugerencias sobre el parque

Pregunta	Indicador Grafica	Sugerencia que desea agregar	Participación
Ninguna	A	303	79,53%
Que no sea tan caro y den promociones o beneficios	B	2	0,52%
Que los encargados sean los mismos deportistas y no personas que los desconocen	C	1	0,26%
Que lo hagan de verdad	D	3	0,79%

Pregunta	Indicador Grafica	Sugerencia que desea agregar	Participación
Que sean más serios con la construcción del parque mucha demora	E	2	0,52%
Que el parque sea utilizado por gente que sepa de este deporte	F	1	0,26%
Que tenga mucho street	G	1	0,26%
Que tengan dispensadores de agua	H	2	0,52%
Necesitamos espacios para no tener problemas con las autoridades y ciudadanos	I	2	0,52%
Que el parque sea gratis	J	5	1,31%
Que contara con vigilantes o seguridad para protegernos	K	6	1,57%
Que hay que estas informados en la arquitectura de estos parques	L	1	0,26%
Que se apoye mas este deporte y nos brinden un espacio de una vez por todas	LL	2	0,52%
Cursos para principiantes	M	1	0,26%
Que realicen el parque rápido ya estamos esperando hace mucho tiempo	N	15	3,94%
Agilicen el proyecto	Ñ	2	0,52%
Que el skatepark sea apoyado en el deporte	O	10	2,62%
Que hagan buenas pistas	P	9	2,36%
Que hagan varios parques	Q	1	0,26%
Gracias por tener este deporte en cuenta ya que solo se interesan en el futbol	R	1	0,26%
Que pongas muchas	S	1	0,26%

Pregunta	Indicador Grafica	Sugerencia que desea agregar	Participación
escaleras y tubos			
Que verdaderamente nos apoyen, que en b/manga hay mucho nivel y con un skatepark podemos divertirnos y entretenernos y alejarnos de las drogas etc.	T	1	0,26%
Apoyar más este deporte	U	8	2,10%
Que no lo hagan en el barrio san martin (puente el viaducto)	V	1	0,26%
Total		381	100%

Fuente: Autores del proyecto

Gráfica 17. Sugerencias sobre el parque



En el cuadro 18 y gráfica 17, se consignan las sugerencias dadas por los encuestados: destacándose entre ellas que realicen el parque rápido ya se ha estado esperando hace mucho tiempo un proyecto de este tipo; que el parque sea gratis; que es importante que se realice porque los practicantes de este deporte necesitan espacios para no tener problemas con las autoridades y ciudadanos, que haya control en el parque para restringir la entrada de vagos y drogadictos; que el skatepark sea apoyado en el deporte, que hay cursos para principiante, que se hagan buenas pistas.

Esto indica que se espera un lugar con control y restricciones para una práctica deportiva que encuentra mucha presión por parte de la ciudadanía en general y las autoridades porque ocupa el espacio público y que requiera por lo tanto de un espacio apropiado para su desarrollo dentro de un marco de excelente atención, infraestructura y seguridad.

2.4.3 Estimación de la demanda. De acuerdo con los datos de la Cámara de Comercio no existe demanda específica del tipo de servicio, porque no existen empresas orientadas a satisfacer las necesidades de quienes practican skateboard en la ciudad de Bucaramanga.

No obstante, se puede establecer la demanda potencial teniendo en cuenta los resultados de la encuesta.

El mercado objetivo está constituido por 43.414 jóvenes, de los cuales el 80,31 practica el skateboard, es decir: $43.414 \times 0,8031 = 34.865,88$, 34.866 jóvenes, multiplicado por el precio promedio aproximado que explica el cuadro 22 la cual da un resultado de \$139.464.000, de quienes el 100% expresó que si en Bucaramanga se ofreciera un parque especializado en la práctica del skateboard utilizaría sus servicios.

2.4.4 Evolución histórica de la demanda del servicio. De acuerdo con la información del DANE los jóvenes entre los 12 y los 23 años de edad para el período 2006- 2010 eran: (Ver cuadro 19).

Cuadro 19. Evolución histórica de la demanda

Año	Demanda
2006	39.210
2007	40.638
2008	41.152
2009	42.180
2010	43.414

Fuente: Autores del proyecto

2.4.5 Proyección de la demanda. La demanda se proyecta de acuerdo con el crecimiento vegetativo de la ciudad, que de acuerdo con el DANE, que es del orden del 2,1% anual, ver cuadro 20.

Cuadro 20. Proyección de la demanda

Año	Demanda	Valor en pesos
2011	34.866	139.464.000
2012	35.598	142.392.000
2013	36.345	145.380.000
2014	37.108	148.432.000
2015	37.887	151.548.000

Fuente: Autores del proyecto

2.5 OFERTA

No existe oferta del servicio ofrecido en la ciudad de Bucaramanga, porque el parque propuesto representa un antecedente, la apertura del primero de su tipo en la ciudad.

2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

La oferta y la demanda, presentan unas diferencias que se presentan en detalle en el cuadro 21.

Cuadro 21. Relación entre demanda y oferta

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Valor en pesos
2011	34.866	0	34.866	139.464.000
2012	35.598	0	35.598	142.392.000
2013	36.345	0	36.345	145.380.000
2014	37.108	0	37.108	148.432.000
2015	37.887	0	37.887	151.548.000

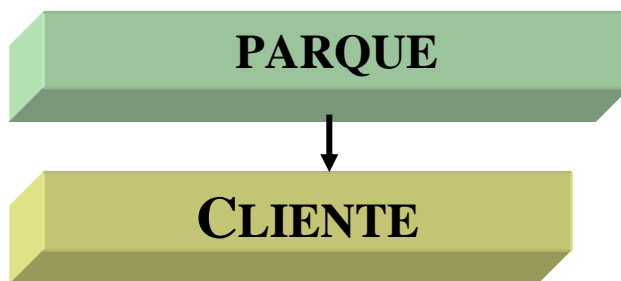
Fuente: Autores del proyecto

Se observa un déficit, un desequilibrio a favor de la demanda que se hace mayor cada año por la falta de un sitio que ofrezca el tipo de servicio que la empresa ofrecerá, para cubrir las necesidades crecientes de la demanda.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Selección de los Canales de Comercialización. El canal seleccionado es el de Empresa – Cliente.

Figura 18. Canal de Comercialización



Fuente: Autores del proyecto

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precio. Para establecer el precio a cobrar por el servicio se utiliza la información del cuadro 12, donde se consigna el presupuesto que pueden asignar los clientes objetivos del parque.

Para el cálculo del precio se utilizan los porcentajes por precio y el número total de jóvenes que tienen una demanda insatisfecha en el año 2011, de acuerdo con el cuadro 12: 3810.

El precio se promedia y se establece un precio estimado ponderado, que se presenta en el cuadro 22.

Cuadro 22. Precio ponderado

Intervalo de precio	Participación	No de jóvenes	Total
\$3.000	85,83%	323	\$969.000
\$7.500	10,76%	41	\$307.500
\$12.500	2,10%	8	\$100.000
\$15.000	1,31%	5	\$75.000
Gratis	1,05	4	0
Total	100%	381	1.451.500/381= \$3.810

Fuente: Autores del proyecto

El anterior cuadro reporta un precio promedio de \$3.810. Este precio puede ser fijado en \$4.000, aproximando la cifra al entero superior.

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. Para la fijación de precios se plantean las siguientes estrategias:

- Los precios deben crecer teniendo en cuenta el incremento en los costos de la empresa.

- .Los precios deben cubrir los costos de la empresa y generar mínimo un veinte (20%) por ciento de rentabilidad.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos. Son objetivos en materia publicitaria y promocional los siguientes:

- Dar a conocer al parque en el mercado, por ser una propuesta que no tiene antecedentes en la ciudad.
- Establecer una imagen de marca para el parque
- Desarrollar una labor de posicionamiento y crecimiento en el mercado.
- Generar crecimiento en las ventas del parque

2.9.2 Logotipo. En la Figura 19, se observa el Logotipo de la Empresa que responde a las características específicas de Empresa orientada al diseño y la decoración.

Figura 19. Logotipo



Fuente: www.backgroundpictures.org.skateboard

2.9.3 Lema. “El Skatepark te lo ofrece todo: Rampas y obstáculos, un excelente servicio y seguridad, comodidad y tranquilidad al practicar tu deporte favorito”.

2.9.4 Análisis de medios. Existen diferentes medios a través de los cuales se puede publicitar y promocionar al parque la ciudad de Bucaramanga. A continuación se realiza una evaluación de las ventajas de los principales medios que pueden utilizarse para llegar a los jóvenes que practican skate.

Cuadro. 23 Instrumentos de medios publicitarios

Instrumentos de comunicación y medios publicitarios	Ventajas
Publicidad directa	<ul style="list-style-type: none"> • Es personal. • Permite flexibilidad en tiempo y espacio. • Es económica. • Permite actuar sobre un sector muy determinado. • La argumentación puede expresarse con amplitud.
Publicidad en el punto de venta	<ul style="list-style-type: none"> • Actúa en el mismo establecimiento de venta. • Mejora la notoriedad de una marca. • Complementa los mensajes emitidos a través de otros medios. • Facilita el lanzamiento de nuevos productos. • Favorece la venta visual. • Sirve de soporte de las acciones promocionales.
Internet	<ul style="list-style-type: none"> • Su alcance es ilimitado. • Cada consumidor puede recibir una oferta personalizada.
Radio	<ul style="list-style-type: none"> • Comodidad de escucha, no requiere ninguna atención ni un lugar especial. • Gran audiencia juvenil. • Repetición frecuente de los mensajes.
Volantes y folletos	<ul style="list-style-type: none"> • Permite un contacto directo con el consumidor. • El tiempo, de la acción a la reacción, se puede reducir significativamente, ya que, si se incluyen ofertas concretas en el mensaje, se puede provocar que la acción de compra sea muy rápida. • Se puede crear la sensación de que el producto ofertado es más cercano y alcanzable. Algo muy difícil de

Instrumentos de comunicación y medios publicitarios	Ventajas
	<p>conseguir en otro tipo de medios más fríos o sofisticados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es un medio flexible, ya que permite modificar fácilmente y readaptar la campaña en función de su resultado. • El cliente dispone físicamente del mensaje, con lo que facilita su uso y su conservación. • Su relación costo/efectividad, es más alta que en otros medios. Junto al correo electrónico es el medio de publicidad directa más económico que existe para llegar al gran público, con costos sostenidos y una alta efectividad.

2.9.5 Selección de medios. De los medios anteriormente estudiados se seleccionan: Internet, la radio y los volantes y folletos, ya que responden a diferentes conceptos de mercadeo y todos en su conjunto constituyen un instrumento integral para publicitar al parque entre un público joven.

2.9.6 Estrategias publicitarias. Para el desarrollo de las campañas de publicidad y promoción que desee desarrollar el parque se utilizarán las siguientes estrategias:

Para lanzamiento se van a emplear 500 folletos y 10.000 volantes que se repartirán en una semana y se hará un cóctel al que se invitarán 100 personas, con el fin de dar a conocer la existencia del parque.

En operación se realizará propaganda radial los fines de semana cada mes es decir 52 semanas al año con una frecuencia de 6 pautas cada fin de semana y se realizarán promociones de rebaja del precio de entrada al parque en un 20%, y pague dos y entren tres, cada dos meses, los cinco días hábiles de la última semana de los meses pares del año: febrero, abril, junio, agosto, octubre y

diciembre, con el fin de motivar e incentivar el uso del parque y reforzar su imagen. Para el mantenimiento de la campaña publicitaria, una vez inicie operaciones el proyecto, se abrirá una página web, que se denominará: www.skateparkburacamanga.com y a través de la cual se publicitará el parque se ofrecerán los servicios del mismo, se hará una reseña administrativa y prospectiva del mismo, se colocarán noticias sobre el skate a nivel local, nacional y mundial y se promocionarán los eventos y torneos a desarrollar en el parque.

En facebook se abrirá un grupo denominado: skate park de Bucaramanga promovido y mantenido por el parque con el fin de que los practicantes de este deporte interactúen, cuelguen sus fotos, videos, noticias, hagan comentarios y se interrelacionen.

Como la radio es un medio de gran aceptación entre los jóvenes, se utilizará para dar a conocer al parque a través de un espacio, de 30 minutos, que una vez por semana se convierta en un canal para que los jóvenes llamen, expongan sus ideas y escuchen noticias sobre el parque. Se buscará una emisora que tenga gran audiencia juvenil y se desarrollará los días sábados, en el horario comprendido entre las 10 am y 12 m. En este espacio al que se invitarán expertos y practicantes de este deporte. Se trata de abrir un espacio que al mismo tiempo que promocioe al parque, permita dar a conocer y masificar dicho deporte.

Durante los primeros seis meses de operaciones del proyecto se entregarán, cada principio de mes, 100 objetos recordatorios del parque a las 100 personas que hayan asistido con mayor frecuencia al parque durante el mes inmediatamente anterior. Para llevar un control sobre dicha asistencia, los usuarios deben guardar los tiquetes y entregarlos el último día de cada mes en administración, donde se consignarán nombres y billetes entregados, para posteriormente establecer cuáles son los cien jóvenes con mayor asistencia al parque.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción. Se requiere del siguiente presupuesto de promoción y publicidad para el desarrollo de la empresa:

- **De lanzamiento.** El presupuesto de lanzamiento se observa en detalle en el cuadro 24.

Cuadro 24. Presupuesto de lanzamiento

Ítem	Valor unitario	Cantidades	Valor total
Folletos	\$7000	500	\$3.500.000
Volantes	200	10.000	\$2.000.000
Cóctel	\$20.000	100*	\$2.000.000
Total			\$7.500.000

* Invitados a la apertura de la empresa

Fuente: Autores del proyecto

- **De operación.** El presupuesto de operación se observa en detalle en el cuadro 25.

Cuadro 25. Presupuesto de operación

Ítem	Valor mensual	Meses	Valor total
Mantenimiento página web e Internet	\$500.000	12	\$6.000.000
Publicidad radial	\$2.000.000	12	\$24.000.000
Objetos recordatorios (100 mensuales)	\$500.000	6	\$3.000.000
Total			\$33.000.000

Fuente: Autores del proyecto

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

De acuerdo con los resultados de la investigación, entre adolescentes y jóvenes de la ciudad de Bucaramanga que según el DANE son 43.414 de los estratos 3,4, y 5, de los cuales según el proceso de muestreo tipo probabilístico y aleatorio se aplica un estudio de mercados a 381 jóvenes de los cuales el 80.31% practica el

Skateboard y el 19.69% no lo practica, pero el 100% de los que no practican le gustaría practicarlo indicando que la aceptación es en un 100%.

Como práctica deportiva tiene gran aceptación, porque no se cuenta con los sitios apropiados por lo que sus practicantes deben hacerlo en parques preferentemente y en la calle, por lo que se requiere de un parque que es aceptado como opción por el 100% de los adolescentes y jóvenes que utilizarían los servicios de un sitio especializado en Skateboard en la ciudad de Bucaramanga.

A los asistentes potenciales al parque hay que ofrecerles un paquete de servicios integrado por diversidad de horarios, cafetería, personal capacitado, instalaciones adecuadas y buena ubicación del parque la cual es aceptado por un 26, 51% de los encuestados, una excelente ubicación, preferentemente en ciudadela Real de Minas o San Alonso que son los más aceptados con un porcentaje del 34,65% y 29,6% respectivamente.

El parque debe estar preparado para recibir una alta afluencia de grupos de jóvenes durante toda la semana, especialmente los fines de semana con una aceptación del 50,92%, y para ofrecer torneos locales y exhibiciones de gran acogida por un 39,11% y 21,52% de los jóvenes respectivamente.

El parque debe ofrecer una tarifa por hora que se encuentra entre los \$1.000 y \$5.000, dato aceptado por un 84,78% de los jóvenes, para que sus servicios puedan ser accedidos por la mayoría se promedia intervalos de precio entre los resultados de la encuesta como lo muestra el cuadro 22 precio ponderado, reportando un precio de 4.000 pesos.

La publicidad será a través de la los folletos con un 35,70%, el internet con un 16,54%, la radio con un 10,76% y la televisión con un 7,09% de aceptación como medios para dar a conocer sus servicios.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El Proyecto parte de una demanda insatisfecha proyectada de 37.887 jóvenes, que son los potenciales usuarios de su servicio, por lo tanto desde una perspectiva de tamaño, y partiendo que solo se capte el 90,6% de dichos jóvenes el proyecto es mediano.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto. Los factores que determinan el tamaño del Proyecto de acuerdo, con sus características y especificaciones son los siguientes:

- La demanda insatisfecha que en la actualidad es de 34.866 jóvenes anuales, lo que permite desde esta perspectiva de mercado consolidar y establecer un proyecto de gran tamaño a mediano plazo.
- El conocimiento como factor limitante ya que no existe dicho tipo de parques en la ciudad y por lo tanto no hay personal capacitado e idóneo, por lo que se requiere de un proceso para lograr la experiencia e idoneidad en lo referente en el parque. Desde esta perspectiva el proyecto tiene limitaciones del tamaño en sus inicios.
- Tecnología: El Proyecto requiere de una mediana tecnología representada en las canchas múltiples, rampas, espacios libres y acondicionados, caminos especiales para saltar, deslizarse, en fin toda la infraestructura necesaria para la práctica del skateboarding; esta tecnología está disponible en el mercado, es fácil de manejar y no se constituye en impedimento alguno.

- **Cercanía al Mercado:** El Proyecto no tiene ningún limitante desde esta perspectiva ya que se halla ubicado en el Área Metropolitana de la ciudad de Bucaramanga que es la zona a la que va a atender y en la que existen vías de comunicación, medios de transporte para el desplazamiento rápido y oportuno de todos quienes quieran asistir al parque.

- **Recursos Financieros:** Los recursos financieros se constituyen en un limitante para el tamaño, ya que en la medida que sea mayor el tamaño del proyecto, se requiere de más canchas, rampas, caminos, más personal,; por lo tanto con recursos financieros limitados se hace necesario iniciar con un proyecto pequeño.

- **Riesgo:** La posibilidad de fracaso del proyecto es de alto riesgo, por ser una propuesta que se inicia y que está orientada a un segmento joven, que pese a la aceptación del mismo, consagrada en la encuesta realizada en la investigación de mercados, puede cambiar y preferir seguir practicando dicho deporte en la calle. Cuanto más grande sea el proyecto mayor es el riesgo de que no se cumpla con las expectativas del mismo y se puedan generar pérdidas económicas y financieras, por eso es importante iniciar con un proyecto de tamaño pequeño sin grandes pretensiones para poder de esta forma mitigar posibles riesgos.

3.1.3 Capacidad del proyecto. Expresa la cantidad de servicio por unidad de tiempo, y es la siguiente:

- **Capacidad total diseñada.** El Proyecto está diseñado para generar una atención al día de 10 horas. Por mes serían 10 horas x 26 días (Descansando un día por semana) = 260 horas y al año 260 horas x 12 meses= 3.120 horas.

Para atender dichas personas se requiere de un Gerente, un contador, una secretaria de gerencia, un encargado de la boletería, un encargado de baños y vestidores, dos vigilantes y cuatro supervisores.

- **Capacidad instalada.** Se instala un proyecto para atender inicialmente el 85% de la capacidad total diseñada, es decir $3.120 \text{ horas} \times 0,85 = 2.652 \text{ horas}$ al año.

Estas personas se podrían atender con un Gerente, un contador, una secretaria de gerencia, un encargado de la boletería, un encargado de baños y vestidores, dos vigilantes y cuatro supervisores.

- **Capacidad utilizada y proyectada.** La empresa utilizará el 85% de su capacidad diseñada inicial y proyecta llegar al 93% de su capacidad diseñada en sus cinco (5) primeros años de vida útil del proyecto de la siguiente forma:

2011 = 85% de la capacidad diseñada, es decir $3.120 \text{ horas} \times 0,85 = 2.652 \text{ horas}$ al año.

2012 = 87% de la capacidad diseñada es decir $3.120 \text{ horas} \times 0,87 = 2.714 \text{ horas}$ al año.

2013 = 89% de la capacidad diseñada es decir $3.120 \text{ horas} \times 0,89 = 2.777 \text{ horas}$ al año.

2014 = 91% de la capacidad diseñada es decir $3.120 \text{ horas} \times 0,91 = 2.839 \text{ horas}$ al año.

2015 = 93% de la capacidad diseñada, es decir $3.120 \text{ horas} \times 0,93 = 2.902 \text{ horas}$ al año.

3.2 LOCALIZACIÓN

Para establecer la localización del Proyecto es necesario tener en cuenta una serie de elementos esenciales a nivel de macrolocalización y microlocalización que faciliten su desarrollo con cercanía al mercado, ahorro en costos y la prestación posible de un excelente servicio para los practicantes de skateboard. Es fundamental localizarse en una zona que permita desarrollar el proyecto y captar el mayor número posible de jóvenes.

3.2.1 Macrolocalización. El Proyecto estará localizado en el Área Metropolitana de la ciudad de Bucaramanga que cuenta con una serie de municipios a saber: Bucaramanga, Floridablanca, Piedecuesta, y Girón, que en su conjunto constituyen el área geográfica de influencia del parque.

3.2.2 Microlocalización. Para la micro – localización en la ciudad de Bucaramanga que fue la ciudad escogida para la ubicación del proyecto se deben tener en cuenta una serie de factores fundamentales:

1. Costo de Arrendamiento.
2. Costo de los servicios
3. Concordancia de la zona con el objeto del negocio (POT)
4. Disponibilidad de transporte
5. Seguridad de la zona

En los cuadros 26 y 27, se observa en detalle, el procedimiento para microlocalizar el Proyecto. Se escogen como sitios probables de micro – localización : la Ciudadela Real de Minas; San Alonso y Cabecera, que fueron los sitios de mayor aceptación, entre los encuestados, de acuerdo con los resultados de la encuesta consignados en el cuadro 17 y gráfica 16, del estudio de mercados

Cuadro 26. Factores de determinación de la macro – localización

	Factor / Grado	Puntaje		Ponderación
1	Costo de Arrendamiento Grado 1 : Muy Costoso Grado 2 : Costoso Grado 3 : Poco Costoso	60 80 100	100	20% de 500
2	Costo de los Servicios Grado 1 : Muy costoso Grado 2 : Costoso Grado 3 : Poco costoso	60 80 100	100	20% de 500
3	Concordancia de la zona con el mercado Grado 1: Poca concordancia Grado 2: Mediana concordancia Grado 3 : Alta concordancia	60 80 100	100	20% de 500
4	Disponibilidad de transporte Grado 1 : Regular Grado 2 : Buena Grado 3 : Excelente	40 60 80	80	16% de 500
5	Seguridad en la zona Grado 1 : Regular Grado 2 : Buena Grado 3 : Excelente	60 90 120	120	24% de 500
TOTAL			500	100%

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 27. Determinación de la microlocalización

Factor	Real de minas		Cabecera		San Alonso	
	grado	puntos	grado	puntos	grado	puntos
Costo de Arrendamiento	2	80	1	60	2	80
Costo de los servicios	2	60	1	60	2	80
Concordancia de la zona con el objeto del negocio	3	100	3	100	1	60
Disponibilidad de Transporte	3	80	3	80	2	60
Seguridad en la zona	2	90	2	90	2	90
Total		410		390		370

Fuente: Autores del proyecto

Teniendo en cuenta los aspectos anteriormente reseñados se selecciona a la Ciudadela Real de Minas por ser la localización que ofrece las mayores facilidades para el desarrollo del parque teniendo en cuenta costos de arrendamiento y de servicios, concordancia de la zona con el objeto del negocio, disponibilidad de transporte y seguridad de la zona.

Para tal fin se adquirirá un terreno de 40 metros de ancho por 50 metros de largo en la margen izquierda de la vía que de la ciudadela Real de Minas conduce al terminal de transporte de Bucaramanga, cerca de la denominada plaza de mercado campesina. El área total del terreno será 2.000 metros cuadrados.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del servicio. A continuación se presenta la ficha técnica del servicio a ofrecer en el parque propuesto.

Cuadro 28. Ficha técnica del servicio

Producto principal	Parque especializado en la práctica del skateboard que posea canchas múltiples, rampas, espacios libres y acondicionados, caminos especiales para saltar, deslizarse, en fin toda la infraestructura necesaria para la práctica del skateboarding.
Diseño	El parque tendrá un horario de atención de diez horas de 9 a.m. a 12 m. y de 2 p.m. a 9 p.m., todas las semanas de martes a domingo, su mantenimiento podrá hacerse los lunes. Podrán ingresar jóvenes mayores de 18 años o menores en compañía de un adulto, quienes cancelarán su boleto para ingresar al parque. Las personas que lo atenderán tendrán un alto grado de capacitación sobre relacione humanas, manejo del riesgo y los supervisores sobre la práctica y medidas de seguridad I necesarias para dicha práctica. Se darán capacitaciones para quienes inician la práctica, se realizarán torneos y campeonatos en dicho parque. Se ofrecerán servicios agregados como enfermería y

	cafetería y se podrán practicar modalidades del skateboard tales como rampas, saltos, carrera con obstáculos.
Especificaciones técnicas	<p>El diseño de la estructura e infraestructura del skatepark, cumplirá el objetivo de solucionar los problemas que tienen los skaters al practicar su deporte en calles y parques, por ello el parque contará rampas y pistas de concreto y demás instalaciones utilizadas para este deportes, así como con los servicios básicos de iluminación, agua, vestidores, baños, duchas, cafetería y parqueaderos.</p> <p>Las rampas y obstáculos llevarán el material necesario para que sean resistentes a los constantes golpes y tengan una vida útil extensa.</p> <p>Las pistas de madera aunque inicialmente son más baratas y fáciles de construir, necesitan un constante mantenimiento; si no están en buenas condiciones pueden causar heridas por astillas, clavos y heridas más graves en el caso de que se rompan las rampas.</p> <p>Por tal motivo las rampas estarán hechas de hormigón armado. Aunque son más caras que las pistas de madera y necesitan más espacio, las rampas son más duraderas, necesitan menos mantenimiento, se secan más rápido luego de limpiarlas, no es vulnerable al agua y la superficie es más lisa.</p> <p>Los rieles y los pasamanos estarán hechos de acero reforzado para que así mismo tengan una vida útil larga, y no se estropeen con los constantes golpes y el ambiente</p>
Vida útil	Diez años

Fuente: Autores del proyecto

3.3.2 Descripción técnica del proceso. El proceso se inicia cuando el usuario se acerca a la garita de la taquilla a adquirir su tiquete de entrada. Hace la fila, es atendido por la encargada e ingresa al parque.

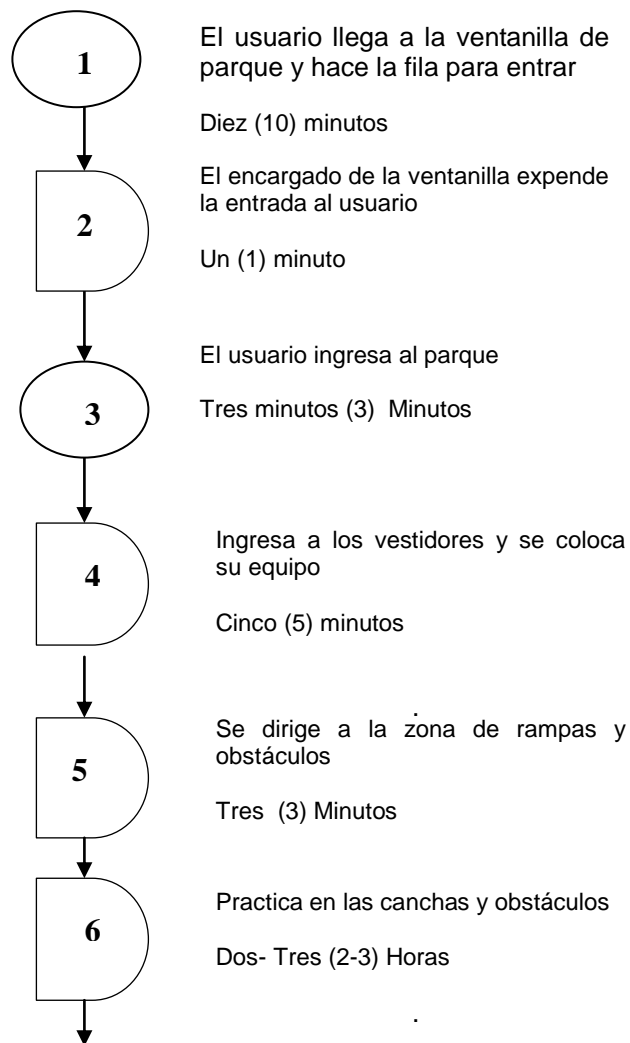
Se dirige hacia los vestidores, siguiendo la señalización y allí se cambia y se coloca el equipo. Se dirige hacia la zona de rampas y obstáculos y desarrolla su práctica deportiva.

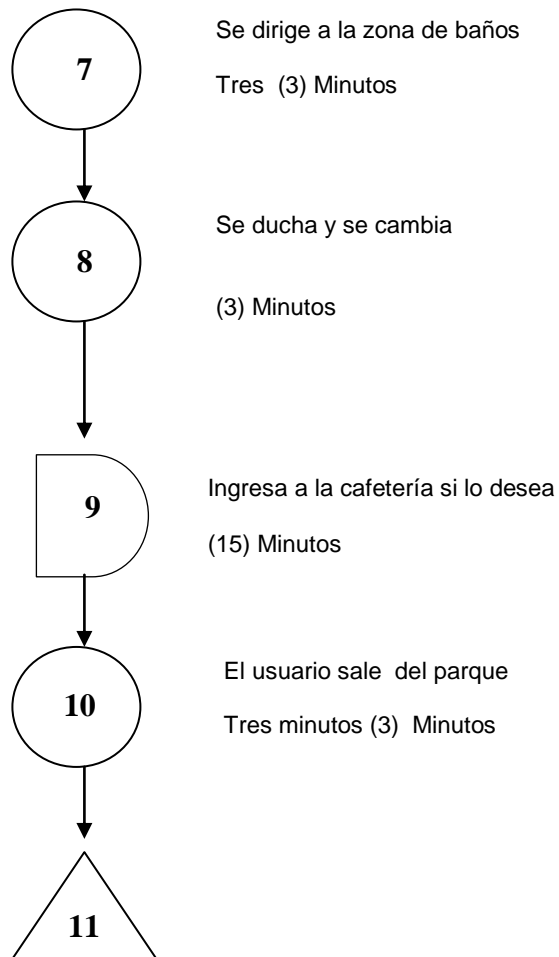
Una vez ha culminado su práctica se dirige a los baños, se ducha y cambia y si lo desea ingresa a la cafetería y solicita sus servicios. Una vez culminada su estadía sale del parque.

Durante todo el tiempo de permanencia del usuario, tendrá acompañamiento y guía si lo solicita.

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento. Ver figura 20.

Figura 20. Diagrama de operación, proceso y procedimiento





Fuente: Autores del proyecto

3.3.4 Control de calidad. El Parque debe controlar su propia calidad, medida en términos de excelente atención, prestación del servicio y consecución de los objetivos primordiales de la empresa.

Para desarrollar este proceso de control de calidad se requieren de una serie de elementos constitutivos de la Calidad a saber:

- **Calidad del servicio.** El parque debe monitorear constantemente el servicio prestado a través del cumplimiento de objetivos, la satisfacción del cliente, la seguridad a los practicantes de skateboard y la consecución de la certificación por parte de la empresa.

- **Calidad de los equipos e infraestructura.** La empresa debe realizar un seguimiento y control a todos los equipos, canchas, rampas, caminos del parque para evitar cualquier riesgo de accidente. La seguridad debe ser un fundamento de todas y cada una de sus acciones de mantenimiento de instalaciones y equipo.

- **Calidad de la atención.** La empresa no puede limitarse a brindar una calidad de la atención a través de la oferta de diferentes servicios, debe prestar asesoría, guía y acompañamiento a los usuarios y realizar constante control y seguimiento a sus prácticas, dado el riesgo que implica el skateboard.

3.3.5 Recursos. El desarrollo de la empresa propuesta requiere una serie de recursos para su desarrollo y operaciones que se relacionan y detallan a continuación:

- **Recurso humano.** Se requiere recurso humano para el área administrativa y para el área operativa o mano de obra directa.

Para el área administrativa se requiere de:

- 1 Gerente General
- 1 contador
- 1 secretaria contable y de gerencia

Se requiere para el área operativa la siguiente mano de obra

- 1 encargado de la boletería
- supervisores
- 2 Vigilantes
- 1 Encargado de baños y vestidores

• **Recursos físicos.** Los recursos físicos necesarios para el desarrollo del Proyecto son los siguientes:

- **Terreno:** el skatepark se construirá en un terreno de 40 metros de ancho por 50 metros de largo en la margen derecha de la vía que de la ciudadela Real de Minas conduce al terminal de transporte de Bucaramanga. El área total del terreno será 2.000 metros cuadrados.

- **Construcciones:** debido a que el proyecto consiste en la construcción de un skatepark, se requiere de un proceso de construcción que demanda los siguientes materiales y recursos. Ver cuadro 29.

Cuadro 29. Construcciones

Descripción	Unidad	Cantidad
Replanteo y Nivelación de terreno	m2	2000
Relleno y compactación	m2	500
Muro de Contención	m3	100
Acero de refuerzo	Kg	4.800
Encofrado	m2	532
Paredes de bloque	m2	1.300
Replanteo de piso	m2	1.800
Hormigón de 210 Kg/cm2	m3	1.800
Enlucido 1:3	m2	250
Enlucido paleteado fino	m2	230
Pintura exterior esmalte	m2	40
Cerámica de pesos	m2	325
Cerámica de paredes	m2	170
Pintura latex exterior	m2	2.000
Pasamanos de tubo galvanizado 1"	M	160
Urinaros U 3,00	U	5
Lavamanos	U	10
Pozos de revisión	U	5
Estructura Metálica	m2	2.000
Puertas de 0.90m	U	7
Inodoros	U	7
Portón de 3,5m	U	3

Descripción	Unidad	Cantidad
Puertas de 0.7m	U	14
Puerta de 2m	U	1
Ventanas de aluminio y vidrio de 6mm	m2	100
Recubrimiento de cubierta con galvalume	m2	2.000

Fuente: Autores del proyecto

- **Instalaciones, equipos, muebles – enseres:** las instalaciones consisten en la implantación de los servicios básicos con que contará el skatepark, los equipos corresponden básicamente a equipos electrónicos; y, los muebles y enseres corresponden a los bienes necesarios para la funcionalidad de las operaciones en el skatepark tanto para la oficina como para la boletería.

En el cuadro 30 se detallan los rubros de cada uno de los elementos mencionados:

Cuadro 30. Instalaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres

Descripción	Cantidad
INSTALACIONES	
Instalaciones de grifería	7
Instalaciones sanitarias	2
Instalaciones de agua potable	18
Instalaciones eléctricas	100
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	
Computador	3
Impresora	3
Calculadora de escritorio	3
MUEBLES Y ENSERES OFICINA	
Escritorios	3
Mesa de computador	3
Archivador	3
Perforadora	3
Papelera	3
Grapadora	3
Taches para la basura	3
Sillas	9
Caja fuerte	1
MUEBLES Y ENSERES BOLETERÍA	
Caja	1
Silla	1

Escritorio	1
Archivador auxiliar	1
MUEBLES ENFERMERÍA	
Camilla	1
Botiquín	1

Fuente: Autores del proyecto

• **Recursos de insumos.** Los insumos necesarios para el mantenimiento del parque son los siguientes:

- Útiles y suministros de aseo
- Elementos básicos de primeros auxilios (botiquín)
- Útiles y suministros para el mantenimiento de rampas
- Papelería y útiles para la prestación del servicio
- Papelería y útiles de oficina
- Boletería

3.3.6 Estudio de Proveedores. Es necesario realizar un estudio de proveedores de todos los recursos físicos que se necesita para el parque, teniendo en cuenta unos criterios que son los siguientes:

- **Experiencia:** porque la trayectoria de una empresa es fundamental y ella involucra además de tiempo en el mercado, el cumplimiento en la entrega de insumos y los precios que han mantenido en el entorno, a través de consulta a terceros.
- **Capacidad de respuesta de la empresa:** A través de la atención inmediata, que se evaluó cuando se solicitó la respectiva cotización, lo cual garantiza un servicio eficiente y responsabilidad en la entrega.

- Calidad: Porque se requiere de un nivel alto de calidad en los productos, el servicio y en general de la empresa en todas sus áreas.
- Capacidad económica. Porque se requiere que la empresa proveedora tenga sostenibilidad en el tiempo y estabilidad.

Las empresas que se presentan a continuación en el cuadro 31 cumplen con los anteriores requisitos.

A continuación se muestran los resultados del estudio de proveedores.

Cuadro 31. Estudio de proveedores

Nombre del proveedor	Material suministrado	Experiencia	Garantía	Calidad	Capacidad económica
Continental de Papeles	Insumos para oficina	15 años	Total	Total	Suficiente
Almacén Divimuebles	Muebles para oficina	22 años	De acuerdo a la vida útil del producto	Total	Suficiente
Litografía Onix Impresores	Insumos para tiquetería	30 años	la vida útil del producto	Total	Suficiente
Sistemas Interactivos	Computadores	5 años	Total	Total	Suficiente
Al Día	Materiales para construcción	40 años	De acuerdo a la vida útil del producto	Total	Suficiente
Drogas la economía	Elementos básicos de primeros auxilios	10 años	Total	Total	Suficiente

Fuente: Autores del proyecto

3.3.7 Distribución de la planta. El skatepark., tendrá una distribución flexible, el cual se puede observar en el plano del skatepark (Ver página siguiente) y sobre una superficie de 2.000 metros cuadrados.

Figura 21. Skatepark

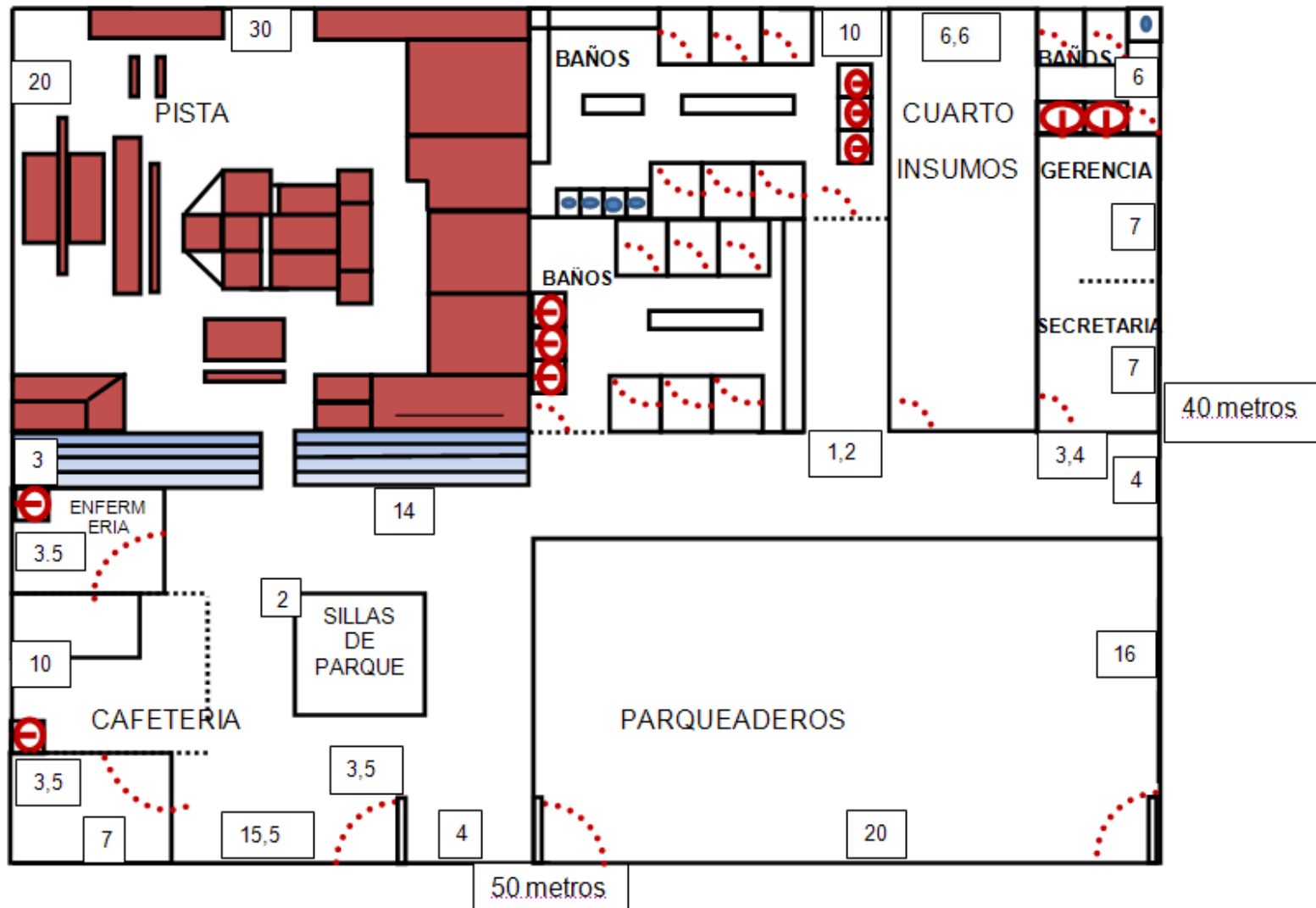
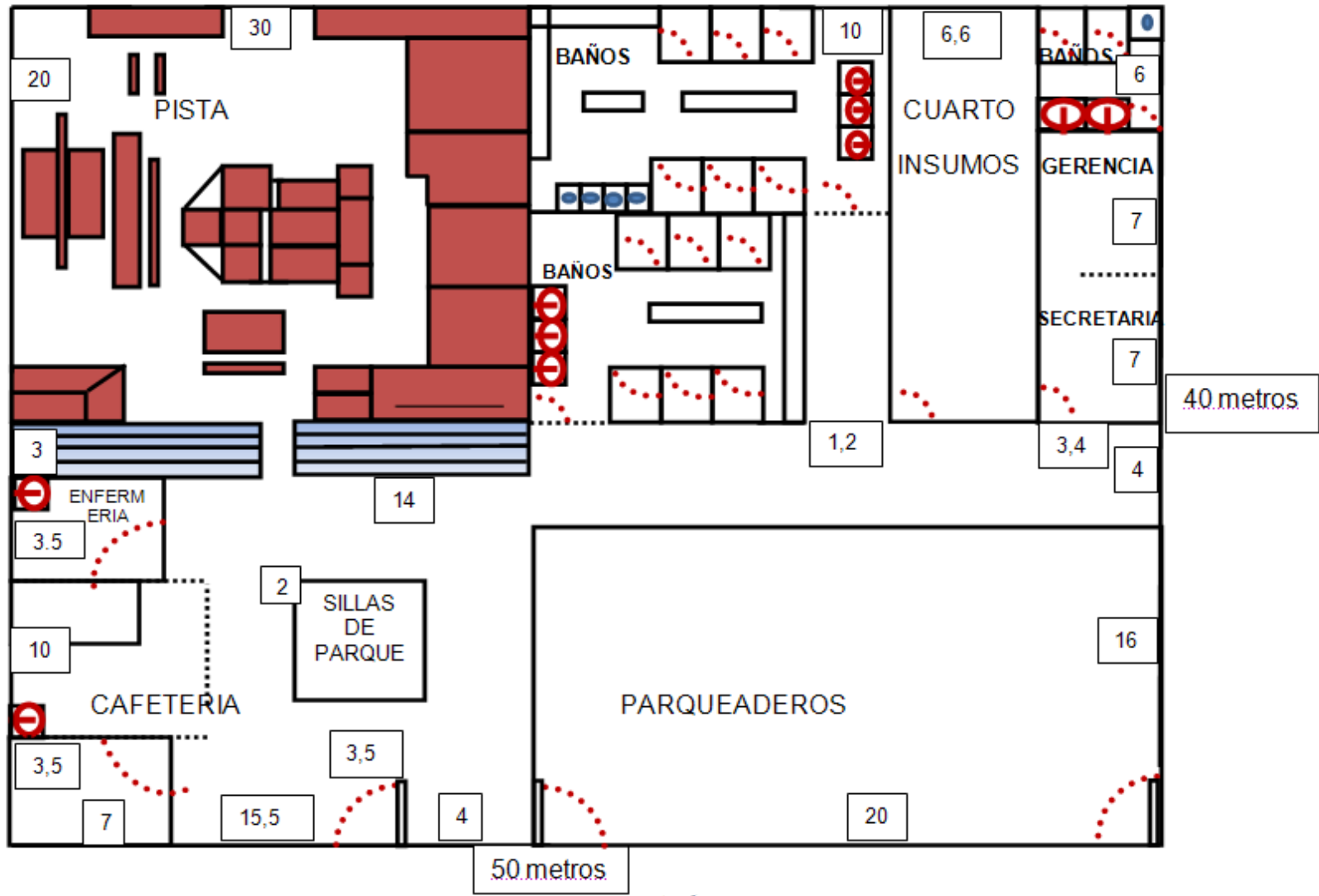


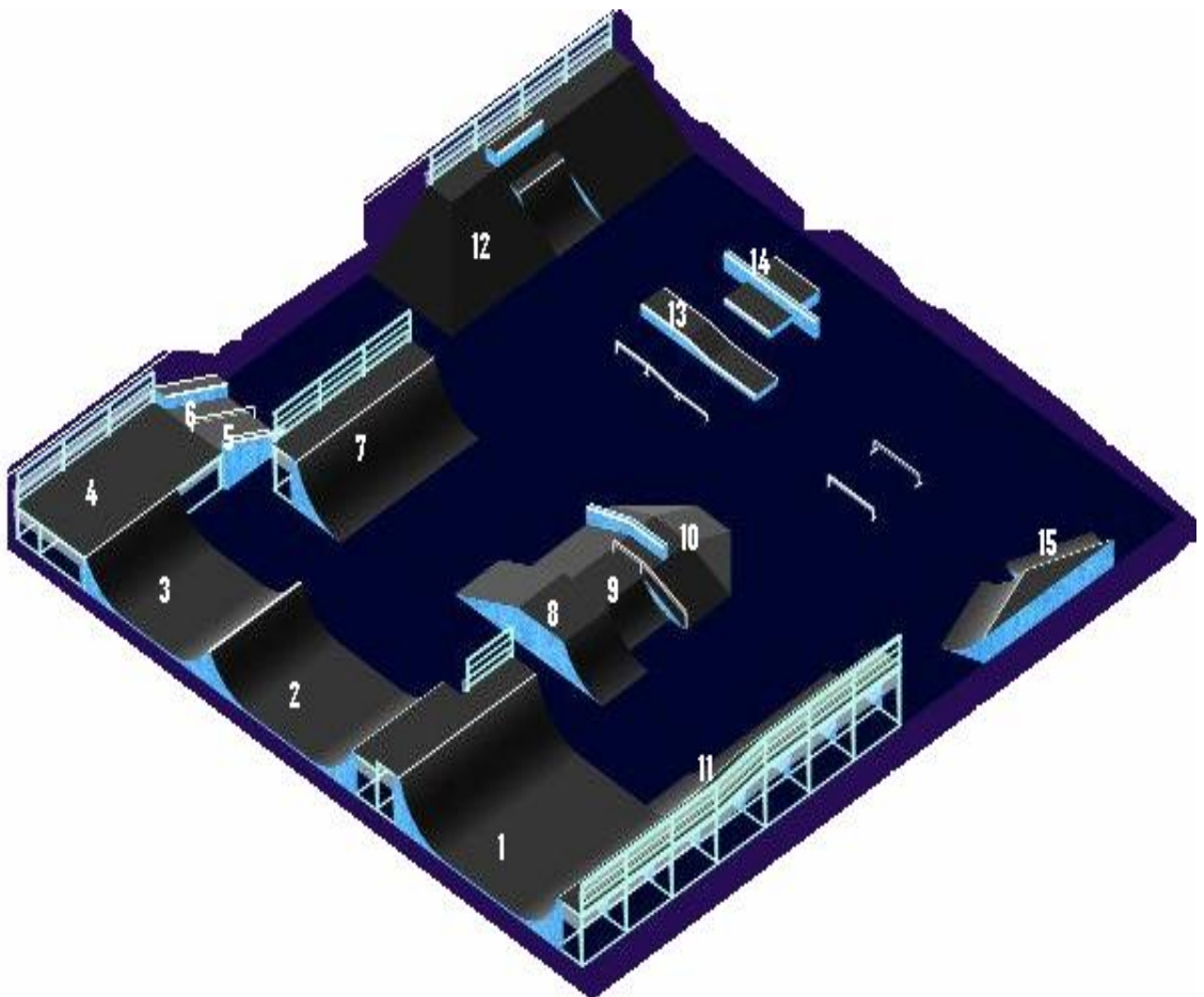
Figura 22. Pista del Skatepark



La pista de obstáculos contara con 15 rampas estratégicamente ubicadas para la realización de distintas maniobras de los skaters (patinadores) y optimizar el espacio de la misma.

En el siguiente grafico se señala las distintas rampas y ubicación que tendrá dentro del skatepark:

Figura 23. Rampas y ubicación



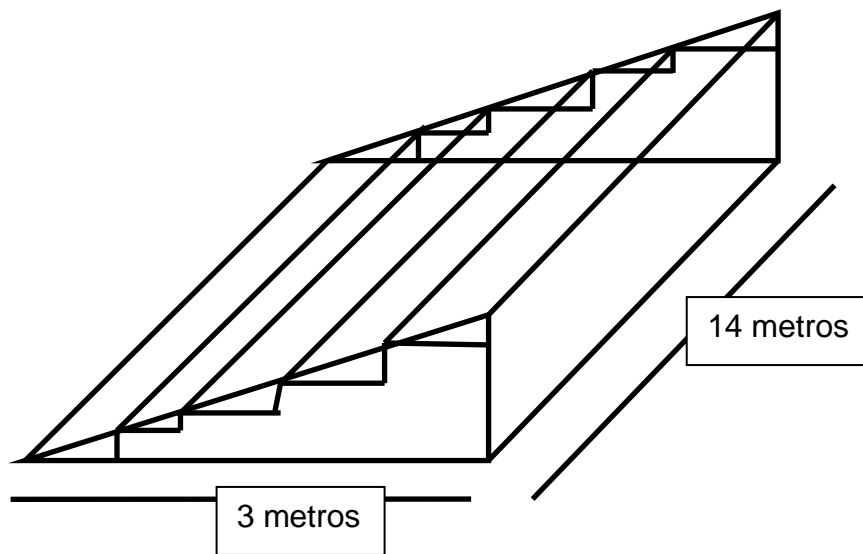
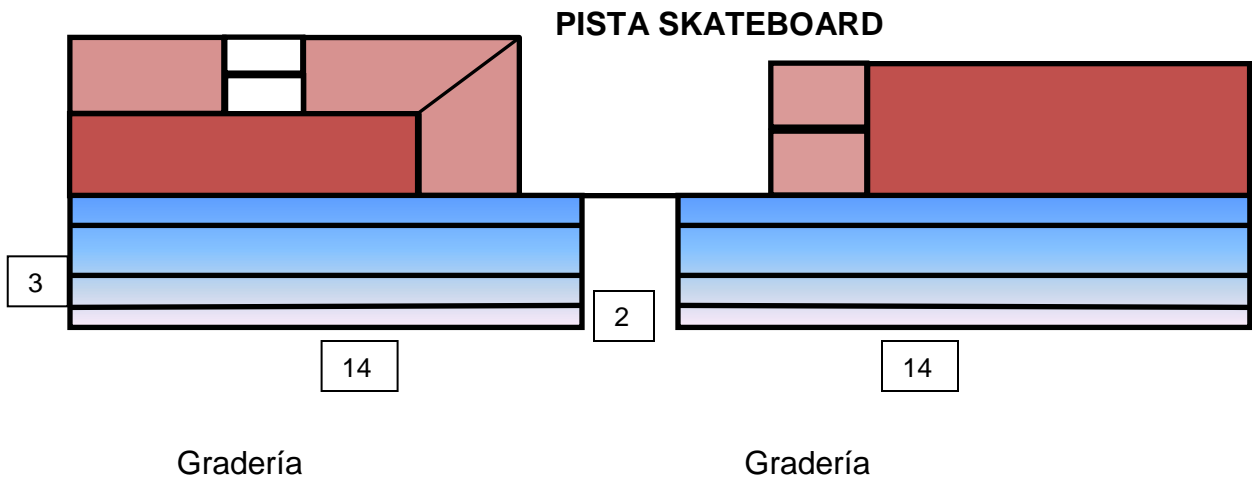
Fuente: Autores del proyecto

- 1 Half pipe
- 2 Half pipe
- 3 Half pipe
- 4 Descanso
- 5 Rampa
- 6 Rampa con rail
- 7 Vesps, $\frac{1}{4}$ de tubería, despegue
- 8 Fun box
- 9 Fun box con rail
- 10 Abanico
- 11 Vesps, $\frac{1}{4}$ de tubería despegue
- 12 $\frac{1}{4}$ de pipa con descanso
- 13 Box con desnivel
- 14 Box con muro de división
- 15 Codo de 135 grados

- **Gradería.** Se tendrá un amplio graderío a un lado de la pista de patinaje, para que el público que guste de este deporte pueda disfrutar del mismo; este graderío servirá sobre todo cuando se organicen campeonatos y la gente acuda en multitud.

La gradería será en cemento y está ubicado a mano derecha e izquierda de la entrada a la pista, constará de 4 niveles a cada lado con capacidad 200 personas cómodamente sentadas.

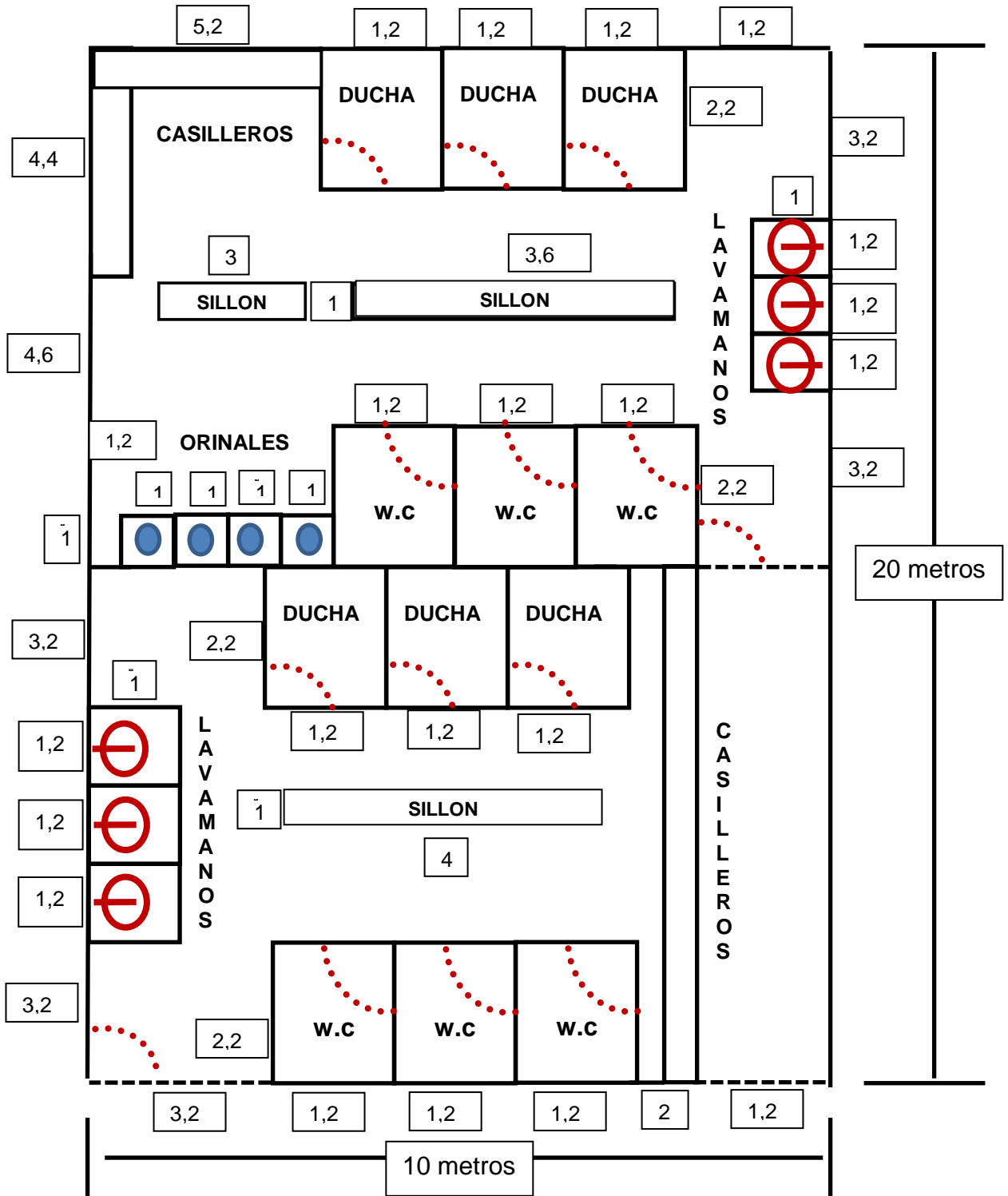
Figura 24. Gradería



Fuente: Autores del proyecto

- **Baños y vestier.** El parque tendrá un baño para hombres con 4 orinales, 3 duchas, 3 sanitarios, 3 lavamanos, 40 lockers y 2 sillones, y otro baño para mujeres con 3 duchas, 3 sanitarios, 3 lavamanos, 30 lockers y un sillón.

Figura 25. Baños y vestidores



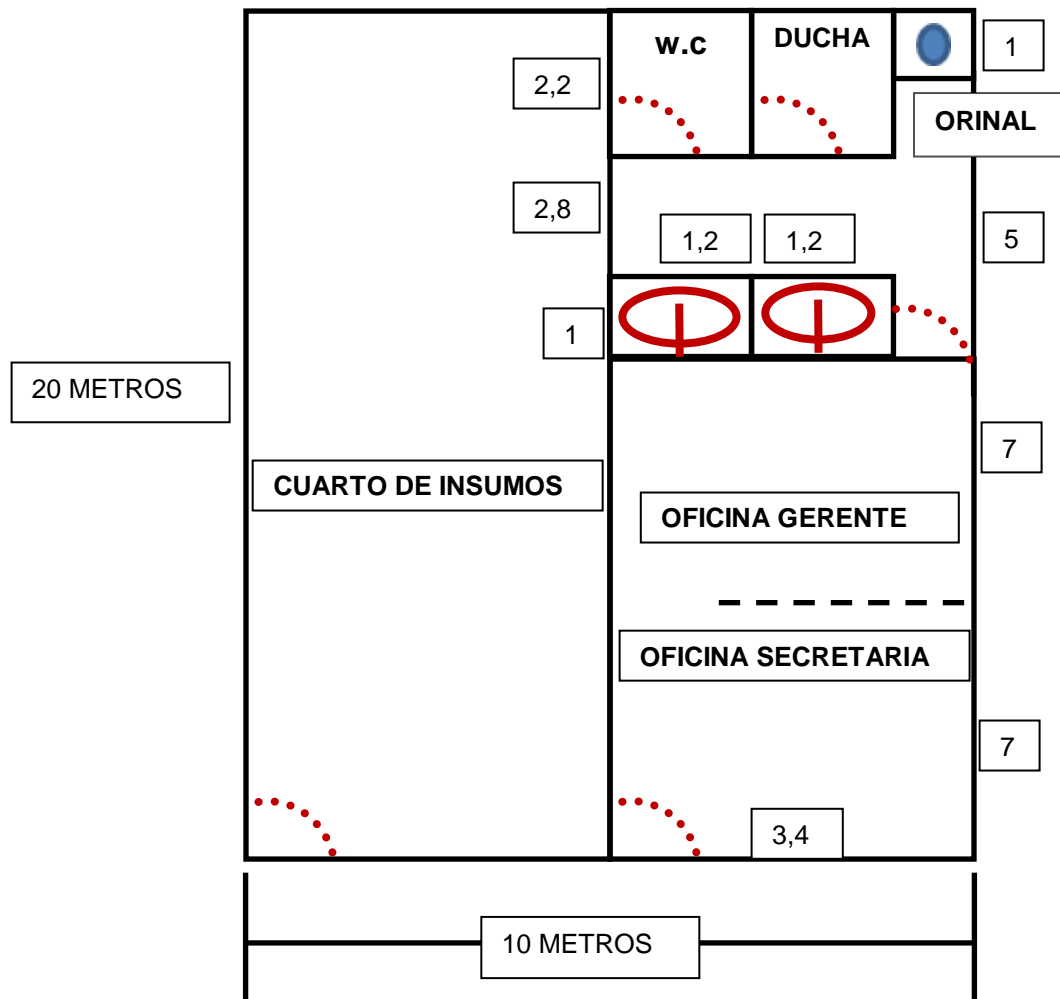
Fuente: Autores del proyecto

- **Cuarto de insumos y área administrativa.** El parque contará con un cuarto de insumos donde se pueda guardar toda clase de artículos para el funcionamiento del skatepark.

Se contará con un baño para el área administrativa que comprende 2 lavamanos, un orinal, una ducha y un sanitario.

Se utilizará una oficina para el gerente y otra para la secretaria para la administración del parque.

Figura 26. Área administrativa

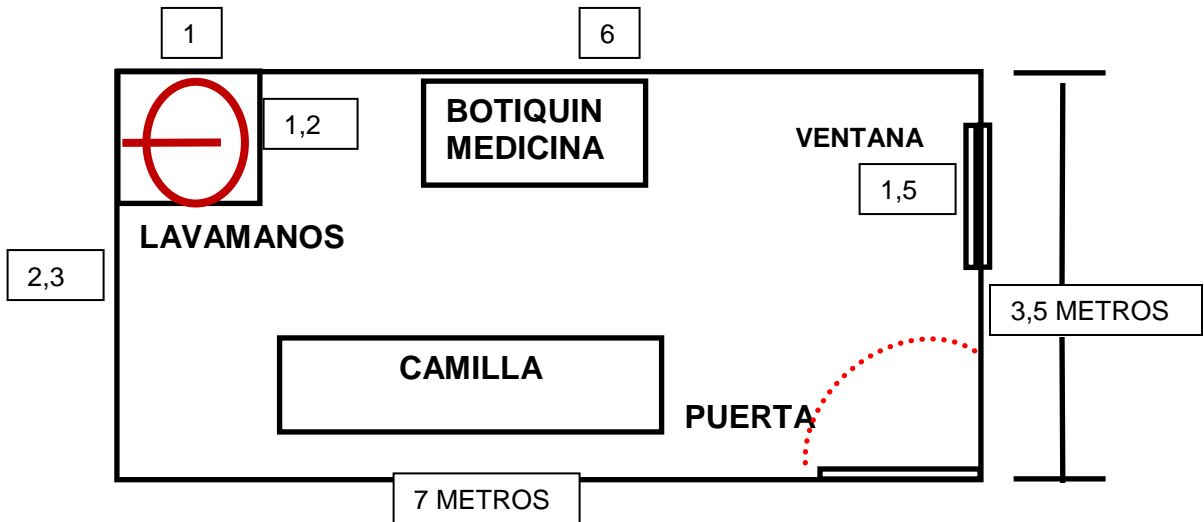


Fuente: Autores del proyecto

- **Enfermería.** El parque contara con un lugar apto para cualquier tipo de accidentes para prestar los primeros auxilios inmediatos.

Contará con una camilla, un lavamanos y un botiquín con sus respectivas medicinas para prestar los primeros auxilios cuando sea necesario.

Figura 27. Enfermería

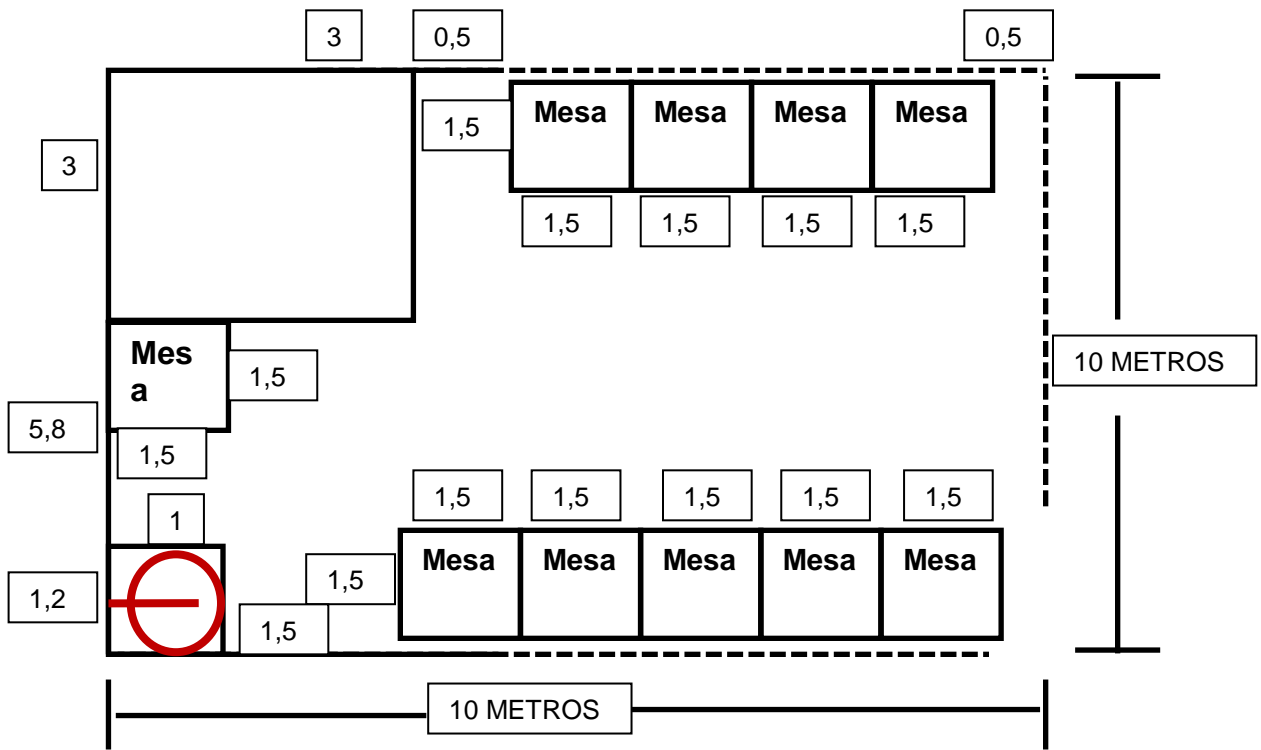


Fuente: Autores del proyecto

Cafetería. El parque contará con una cafetería para el gusto de los visitantes, tendrá un lavamanos y los muebles necesarios para su funcionamiento (10 mesas de 4 puestos, refrigeradores, entre otros).

El local será arrendado a un tercero la cual se le exige para su arrendamiento las condiciones anteriormente mencionadas que debe asumir el arrendatario.

Figura 28. Cafetería

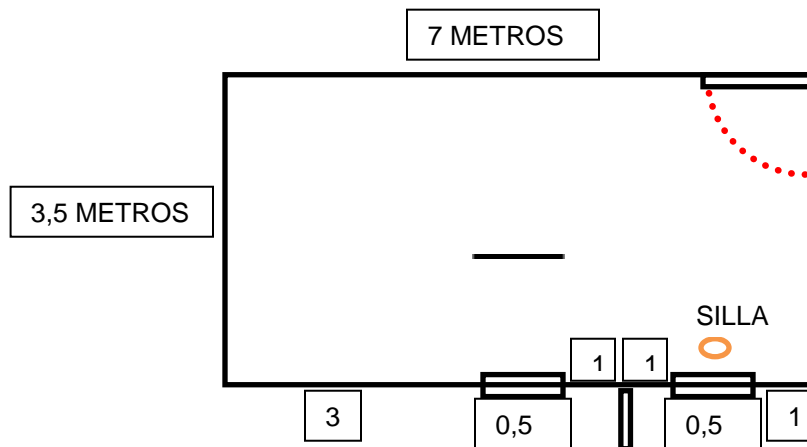


Fuente: Autores del proyecto

- **Garita - Boletería.** Junto a la puerta de entrada estará ubicada una garita-boletería, en la que estará un guardia y una persona que se encargara de cobrar la respectiva entrada.

El diseño son para 2 cajas pero inicialmente se empezara con una, y en la parte externa de la garita habrá un separador de tubo metálico para dividir las 2 ventanillas.

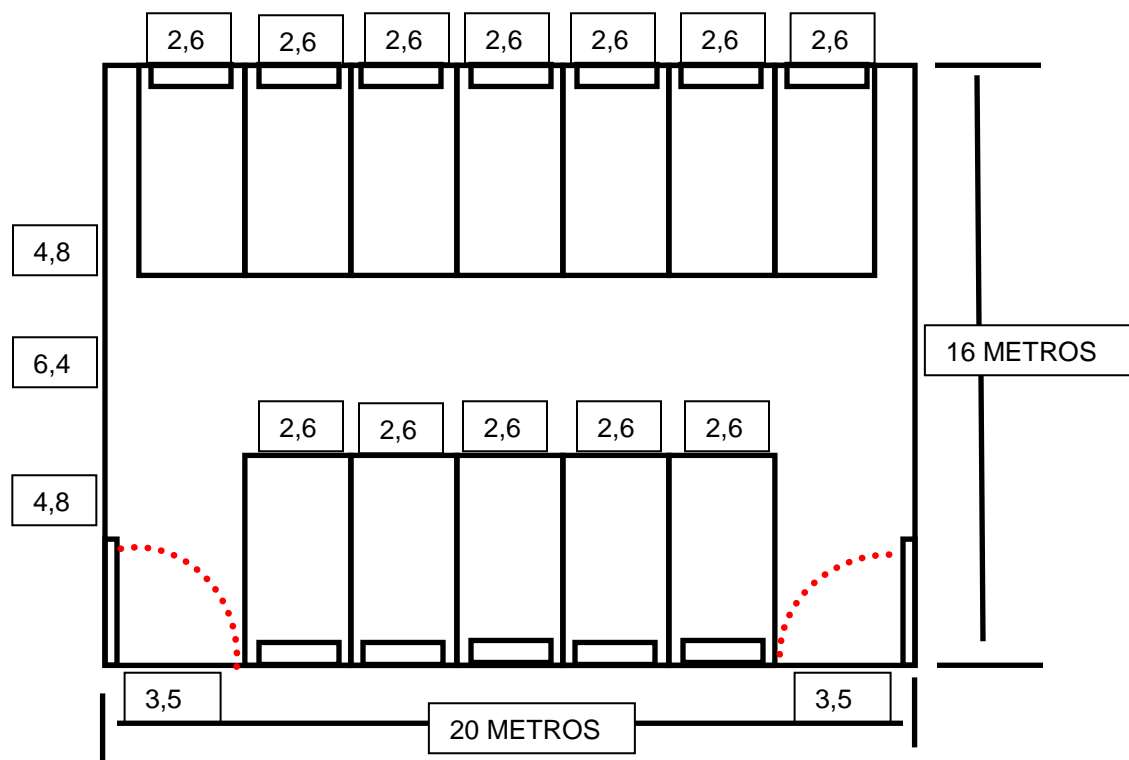
Figura 29. Garita-boletería



Fuente: Autores del proyecto

- **Parqueaderos.** El parque tendrá 10 parqueaderos para sus visitantes para mayor comodidad.

Figura 30. Parqueadero



Fuente: Autores del proyecto

3.3.8 Logística de distribución. Para el skatepark se tiene proyectado una logística de distribución para las áreas administrativas y de servicios, con el propósito de garantizar a los clientes internos y externos una infraestructura que ofrezca confianza, oportunidad y agilidad en cada una de las actividades y procesos realizados.

Para calcular el número de jóvenes que puede ser atendido por el parque se utiliza el sistema por colas, que consiste observar cómo se pueden formar colas esperando la prestación del servicio debido a un desequilibrio temporal entre la demanda del servicio y la capacidad del sistema para suministrarlo.

En este sentido los clientes del skatepark pueden esperar en cola debido a que los medios existentes sean inadecuados para satisfacer la demanda del servicio; en este caso, la cola tiende a ser explosiva, es decir, a ser cada vez más larga a medida que transcurre el tiempo.

Los clientes puede que esperen temporalmente, aunque las instalaciones de servicio sean adecuadas, porque los clientes llegados anteriormente están siendo atendidos.

Para evitar dichas colas se establece la siguiente relación: el parque atenderá inicialmente el 85% de la capacidad total diseñada, es decir 110 personas atendidas equivalentes a 11 personas/ hora, considerando la jornada de 10 horas. Por mes se atenderían $110 \text{ personas} \times 26 \text{ días} = 2.860$ personas atendidas y al año 34.320 personas.

Una cancha de 600 metros puede atender de 120 a 140 jóvenes y si se parte que otros servicios como cafetería pueden estar siendo utilizados por grupos que descansan o esperan esta capacidad es más que suficiente para cubrir las

necesidades iniciales y finales del proyecto cuando se estima se utilice en un 100% su capacidad instalada.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto debe ser mediano, para que el parque pueda atender una demanda que aunque es amplia, no tiene criterios de medición en cuanto a concurrencia real y fidelidad, porque no existen cifras al respecto. Por ello es necesario iniciar con un proyecto que permita satisfacer un porcentaje del 85% de la demanda insatisfecha e ir creciendo de acuerdo con la respuesta de la demanda.

El proyecto se debe localizar en la ciudadela Real de Minas, y en sus alrededores, sobre la vía, que conecta dicha zona con el Terminal de Transporte de Bucaramanga, existen lotes que pueden ser condicionados para la creación y puesta en marcha de un parque de skateboard.

Aunque el servicio en sí, no demanda, para su prestación una mayor comodidad, se requiere que las construcciones de rampas y obstáculos sean desarrolladas con los materiales más adecuados y el cumplimiento de todas las especificaciones técnicas, para minimizar el riesgo y brindar la mayor seguridad a los practicantes.

Se requiere de un servicio y asesoría constante, como valor agregado, que el usuario sea atendido y guiado y que su estadía se dé en el máximo de comodidad, atención y seguridad.

Los equipos, muebles y enseres para oficinas, cremería, boletería y los insumos y materiales de construcción que el parque requiere, se pueden conseguir fácilmente en Bucaramanga, en empresas de conocida trayectoria, cumplimiento, capacidad y calidad.

Teniendo en cuenta los anteriores aspectos, el Skatepark para la ciudad de Bucaramanga es factible desde la perspectiva técnica, sin que se presenten mayores dificultades para la consecución de su sitio de ubicación, de insumos y recursos en general y para la prestación de un servicio oportuno y que satisfaga al usuario.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La Empresa se va a constituir como una Sociedad Limitada, como un contrato o acuerdo que surge entre dos ó más personas, máximo veinticinco, que se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, para desarrollar una determinada actividad, con el fin de repartirse entre si las utilidades obtenidas por la empresa. Una vez constituida la sociedad por escritura pública, se formará una persona jurídica independiente de sus asociados, la cual debe matricularse en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar pactado como domicilio social, la ciudad de Bucaramanga.

La sociedad se constituirá por escritura pública, documento que debe poseer los siguientes requisitos:¹³

- Denominación o razón social de la persona jurídica que se constituye.
- Nombres, apellidos, identificación y domicilio de los socios.
- Clase de sociedad que se constituye.

MATRICULA MERCANTIL:¹⁴

Es una obligación legal que tiene la empresa y que consiste en el registro de la sociedad en la Cámara de comercio de su domicilio principal, a través de un formulario especial donde se consignan datos importantes de la sociedad como su dirección, teléfono, actividad económica y situación financiera, entre otros. La sociedad debe presentar la solicitud de matrícula en la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar donde va a tener su domicilio principal. Como la sociedad

¹³ CÓDIGO DE COMERCIO COLOMBIANO. Santafé de Bogotá: Temis, 2002.

¹⁴ CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. 2002.

está localizada en Bucaramanga, se matriculará en la sede de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Registro de la Escritura y Matrícula Mercantil. Se debe presentar el original con la copia autenticada pertinente de la Escritura Pública otorgada en la Notaría correspondiente, junto con el formulario de matrícula de sociedades diligenciado con la información solicitada de manera exacta y real. Posteriormente se deberá cancelar el valor de los derechos de inscripción por la escritura pública y por la matrícula mercantil de la sociedad, los cuales liquidará el cajero con base en el capital de la sociedad.

Una vez desarrollados los anteriores trámites e diligencia el formulario adicional de registro para fines tributarios, con el propósito de tramitar el Número de identificación Tributaria – NIT –, quedar inscrito en el Registro Único Tributario – RUT – que lleva la DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – y en el Registro de Información Tributaria – RIT – que lleva la Secretaria de Hacienda del Distrito si fuere el caso. Y finalmente se procede a la inscripción de la escritura de constitución causa, adicionalmente, un impuesto de registro a favor del departamento de Santander y de Bucaramanga, en una tarifa del 0,7% sobre el valor del capital.

Requisitos para la Constitución. Para constituir la sociedad se requiere:¹⁵

- Elevar el acta de constitución a Escritura Pública
- Registro mercantil en la Cámara De Comercio
- Registro único Tributario en la DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales –
- Obtención de la matricula comercial ante la Alcaldía.

¹⁵ CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. 2002.

- Registro ante la Cámara de Comercio: Libro de Acta de junta de socios, Libro Diario Mayor y Balances.

- **Documentos Anexos al Formulario de Inscripción en el RUT¹⁶**. El formulario de Inscripción en el Registro único Tributario para los nuevos obligados, que aún no cuentan con el número de identificación tributaria y requieren el registro mercantil, deberán presentarse ante la correspondiente Cámara de Comercio acompañado de los siguientes documentos:

- El original del documento de identificación, cuando se trate de persona natural comerciante o de quien ejerce la representación legal en el caso de las personas jurídicas.
- Poder debidamente otorgado, cuando se actúe a través de apoderado.
- Documento con autenticación de firma del interesado o quien ejerza la representación legal, cuando se actúe a través de terceras.

- **El Registro Único Tributario RUT**. Es el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales –.

El NIT. El NIT es el Número de Identificación Tributaria que asigna la DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – por una sola vez cuando el obligado se inscribe en el RUT – Registro Único Tributario –. La conformación del NIT - Número de Identificación Tributaria – es de competencia de la DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales –.

¹⁶ DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Oficina de Atención al Contribuyente. Bucaramanga, 2006.

- **El RUT.** El RUT – Registro Único Tributario – le permite a la DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – contar con información veraz, actualizada, clasificada y confiable de todos los sujetos obligados a inscribirse en el mismo, para desarrollar una gestión efectiva en materia de recaudo, control y servido que a su vez facilite el cumplimiento de las obligaciones tributarias aduaneras y cambiarias así como la simplificación de trámites y reducción de costos.

- **Obligados a inscribirse en el RUT.** Las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta:

- **Momento de inscripción en el RUT.** Tratándose de nuevos obligados, la inscripción deberá efectuarse en forma previa:

- Al inicio de la actividad económica.
- Al cumplimiento de obligaciones administrativas por la DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
- A la realización de operaciones en calidad de importador, exportador o usuario aduanero.

La DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – requiere contar con el registro de clientes y amplía la información que tiene sobre ellos, razón por la cual se creó, por medio de la Ley 863 de 2003, el nuevo registro tributario que reemplaza e incluye:

- El Registro único Tributario utilizado por la DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales;
- El Registro Nacional de Vendedores
- El Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios
- El Registro de los usuarios aduanero autorizados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

Por lo anterior, todos los Sujetos obligados, que ya estaban inscritos, deben volver a inscribirse en el nuevo RUT dentro de los plazos y condiciones establecidos por el Gobierno Nacional.

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

4.2.1 Visión. Para el año 2017 el parque de skateboard de Bucaramanga será el centro deportivo de mayor importancia, desarrollo y crecimiento en el país, contando con un personal altamente capacitado y calificado, instalaciones en óptimo estado en un contexto de servicio eficiente y calidad, que le permitirá afianzarse como el epicentro de torneos y eventos de skate a nivel local, nacional e internacional.

4.2.2 Misión. Somos un parque que tiene como misión fomentar la práctica de skateboard en la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana ofreciendo al deportista escenarios y servicios que satisfacen sus demandas y exigencias, dentro de una búsqueda constante de seguridad, confianza, calidad del servicio y eficiencia empresarial.

4.2.3 Objetivos. Los objetivos de la empresa son:

- Convertir la práctica del skateboard en la ciudad de Bucaramanga, en un deporte seguro, reconocido y de gran aceptación entre diferentes sectores sociales de la ciudad.
- Hacer del parque de skateboard de la ciudad de Bucaramanga, un escenario reconocido a nivel local, nacional e internacional como organizador y ejecutor de torneos y campeonatos.
- Obtener una rentabilidad sobre inversión del 30% anual, satisfaciendo los esfuerzos y objetivos de los inversionistas.

- Tener un crecimiento anual de sus ventas promedio del 10%, mejorando los ingresos y utilidades del parque y generando una dinámica de práctica y desarrollo del skateboard en la ciudad de Bucaramanga.
- Reinvertir el 20% de las utilidades anuales para ampliar el parque, ampliar y mejorar sus servicios.

4.2.3 Políticas

- **De personal.** Las políticas de personal de la empresa son las siguientes:

- Crear una planta de personal eficiente, capacitada e idónea con habilidades, destrezas y conocimientos sobre el manejo de un parque de Skateboard.
- El personal de supervisores será reclutado de jóvenes que lleven muchos años en la práctica de dicho deporte y serán capacitados en riesgos, primeros auxilios, excelencia del servicio y atención al cliente.
- Desarrollar una labor de reclutamiento, selección, inducción y capacitación orientada a generar un excelente servicio y atención al usuario del parque, teniendo en cuenta las capacidades del personal y su adaptación a las labores propias del parque.
- Ofrecer salarios y prestaciones legales acordes a los cargos para mantener un personal motivado y comprometido con el desarrollo, seguridad, mantenimiento y crecimiento del parque.
- Realizar labores de evaluación y seguimiento del personal, para satisfacer las necesidades del parque en materia de prestación del servicio, y lograr el cumplimiento de sus objetivos.

- Crear una política de incentivos y seguridad social que mejore la calidad de vida de los empleados y operarios del parque.

- **De compras.** Las políticas de compras de la empresa son las siguientes:

- Mantener los stocks de insumos necesarios para el desarrollo de una labor oportuna y ágil en materia de mantenimiento, prestación de servicios y cafetería del parque.
- Cotizar varios proveedores para seleccionar la alternativa más óptima de insumos en cuanto a precios, oportunidad en el despacho y cumplimiento de ventas.
- Desarrollar una serie de políticas de almacenamiento y conservación de los suministros tales como: Rotulación, rotación mensual, limpieza y mantenimiento en los lugares de bodegaje.
- Pagar con plazos entre treinta (30) y sesenta (60) días las compras realizados por el parque.
- Reemplazar los proveedores que no cumplan con los requisitos y especificaciones del parque.

- **De Ventas.** Las políticas de ventas de la empresa son las siguientes:

- La empresa basará sus ingresos y ventas en los ingresos al parque y los diferentes servicios ofrecidos, pero desarrollará una estrategia para desarrollar eventos, exhibiciones y campeonatos de skateboard para incrementar dichas ventas.
- Llevar a cabo una labor de comercialización basada en la buena imagen, atención y excelente servicio prestado por el parque, sus empleados y operarios.

- Desarrollar contactos permanentes con las instituciones, empresas públicas y privadas, gremios y asociaciones empresariales de la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana que estén dispuestos a invertir y patrocinar la práctica del skateboard.
- Prestar un excelente servicio al usuario, para lograr su fidelidad y de esta forma generar unos ingresos permanentes.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama. En la figura 31, se establece la Estructura Organizacional del parque teniendo en cuenta sus áreas y cargos.

Figura 31. Organigrama del parque



Fuente: Autores del proyecto

4.3.2 Descripción y perfil de cargos

Cuadro 32. Descripción del cargo gerente

SKATE PARK DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo : GERENTE	
Supervisa a: Contador, secretaria contable y de gerencia, supervisores, vigilantes, encargado de la cafetería, encargado de la boletería, encargado de baños y vestidores.	Departamento : ADMINISTRATIVO
	Jefe Inmediato : JUNTA DE SOCIOS
	Nº Cargos Iguales : Uno (1)
<p>PERFIL DEL CARGO :</p> <p>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</p> <p>EDUCACIÓN: Administrador de Empresas, Economista ó profesional en Gestión Empresarial con conocimientos sobre el área de parques.</p> <p>EXPERIENCIA: de dos (2) años en manejo de parques y conocimientos generales sobre el sector de servicios.</p> <p>OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS: Liderazgo y adecuado manejo de las relaciones interpersonales.</p> <p>RESPONSABILIDADES</p> <p>POR ERRORES: Manejo inadecuado de la organización.</p> <p>POR MAQUINARIA Y EQUIPO: Maquinaria y equipo de la empresa.</p> <p>CONTACTOS: Contacto permanente con personal interno y externo de la empresa.</p> <p>INFORMACIÓN: Maneja información confidencial y reservada.</p> <p>DINERO Y VALORES: Cheques, facturas de compras y ventas, efectivo y activo por el monto del valor de la empresa.</p>	

NIVEL DE ESFUERZO

VISUAL/MENTAL: Alto

FÍSICO: El normal para el desarrollo de sus funciones.

CONDICIONES DE TRABAJO

MEDIO AMBIENTE: Normal. Realiza sus actividades diarias en una oficina con los impedimentos necesarios para un buen desempeño en su trabajo.

RIESGOS: Radiación de la pantalla del computador, riesgos locativos.

FUNCIONES :

- Representar legalmente al parque en todas sus actuaciones y operaciones.
- Desarrollar los procesos de planeación, control, dirección y ejecución en el parque
- Encargarse de los procesos de reclutamiento, selección, inducción, capacitación y evaluación del personal.
- Plantear los objetivos generales de la empresa en las metas y políticas en materia de servicios, mercados, finanzas y ventas del parque.
- Hacer un seguimiento a cada una de las actividades desarrolladas por los diferentes cargos y dependencias del parque.
- Representar a la empresa ante las entidades públicas y privadas y encargarse de sus relaciones y convenios con otros parques del país.
- Planificar los procesos de presupuestos, evaluación financiera y análisis de resultado y presentar su respectivo informa a la Junta de Socios.
- Coordinar las actividades y diferentes funciones de los cargos y dependencias de la empresa.
- Aprobar ó improbar compras, ventas e inversiones en montos inferiores a \$10.000.000 de pesos y solicitar el visto bueno para montos superiores a esa cantidad.
- Recibir sugerencias de empleados sobre problemas y dificultades y realizar los respectivos ajustes.
- Seguir las orientaciones indicadas por la Junta de Socios.
- Organizar, planear y desarrollar eventos y torneos de skateboard
- Asesorar permanentemente a todas las áreas y cargos del parque
- Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo.

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 33. Descripción del cargo contador

SKATEPARK DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo : CONTADOR	
Supervisa a : Secretaria Contable y Gerencia	Departamento : ADMINISTRATIVO
	Jefe Inmediato : GERENTE
	Nº Cargos Iguales : Uno (1)
PERFIL DEL CARGO :	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
EDUCACIÓN: Contador Público, Conocimientos amplios en el área financiera y en auditoría.	
EXPERIENCIA: Mínima de dos (2) años en empresas como Contador Interno y Externo.	
OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS: Liderazgo y adecuado manejo de las relaciones interpersonales.	
RESPONSABILIDADES	
POR ERRORES: Manejo inadecuado de la organización.	
POR MAQUINARIA Y EQUIPO: Maquinaria y equipo de la empresa.	
CONTACTOS: Contacto permanente con personal interno y externo de la empresa.	
INFORMACIÓN: Maneja información confidencial y reservada.	
DINERO Y VALORES: No maneja.	
NIVEL DE ESFUERZO	
VISUAL/MENTAL: Alto	
FÍSICO: El normal para el desarrollo de sus funciones.	

CONDICIONES DE TRABAJO

MEDIO AMBIENTE: Normal. Realiza sus actividades diarias en una oficina con los impedimentos necesarios para un buen desempeño en su trabajo.

RIESGOS: Radiación de la pantalla del computador, riesgos locativos.

FUNCIONES :

Llevar a cabo las labores de supervisión, coordinación y control de todas las labores de registro, producción y suministro de información contable realizados por la Secretaria Contable y de Gerencia del Parque

Asesorar a la Secretaria en forma permanente, para el desarrollo de la función de Auxiliar Contable de este cargo

Llevar a cabo la labor de elaboración de los estados financieros de la empresa y la respectiva revisión de libros mayores y auxiliares.

Presentar informes trimestrales sobre el estado contable y financiero de la empresa a la Gerencia.

Presentar un informe ejecutivo anual sobre la estructura financiera a Gerencia y Junta de Socios.

Velar porque la empresa cumpla con los requisitos exigidos por la Ley, la Cámara de Comercio y la DIAN en materia de contabilidad y tributaria.

Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo y las exigencias de Ley en materia administrativa, contable y tributaria.

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 34. Descripción del cargo secretaria de gerencia

SKATEPARK DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo : SECRETARIA DE GERENCIA	
Supervisa a: Ninguno.	Departamento : ADMINISTRATIVO
	Jefe Inmediato : GERENTE
	Nº Cargos Iguales : Uno (1)
<p>PERFIL DEL CARGO :</p> <p>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</p> <p>EDUCACIÓN: Secretaria CAP del SENA</p> <p>EXPERIENCIA: De dos (2) años en empresas de servicios. Amplios conocimientos de Auxiliar Contable de dos (2) años en manejo de parques y conocimientos generales sobre el sector de servicios.</p> <p>OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS: Liderazgo y adecuado manejo de las relaciones interpersonales.</p> <p>RESPONSABILIDADES</p> <p>POR ERRORES: Manejo inadecuado de la organización.</p> <p>POR MAQUINARIA Y EQUIPO: Maquinaria y equipo de la empresa.</p> <p>CONTACTOS: Contacto permanente con personal interno y externo de la empresa.</p> <p>INFORMACIÓN: Maneja información confidencial y reservada.</p> <p>DINERO Y VALORES: Cheques, facturas de compras y ventas, efectivo y activo por el monto del valor de la empresa.</p>	

NIVEL DE ESFUERZO

VISUAL/MENTAL: Alto

FÍSICO: El normal para el desarrollo de sus funciones.

CONDICIONES DE TRABAJO

MEDIO AMBIENTE: Normal. Realiza sus actividades diarias en una oficina con los impedimentos necesarios para un buen desempeño en su trabajo.

RIESGOS: Radiación de la pantalla del computador, riesgos locativos.

FUNCIONES :

- Realizar las labores de atención, recepción, y servicio al cliente.
- Realizar el registro contable de la empresa con sus respectivos sustentos, la elaboración de asientos y el cumplimiento y llenado de los libros auxiliares y mayores.
- Presentar en forma oportuna al Contador de la empresa la información que ésta requiera y los documentos necesarios para el ejercicio de su labor.
- Realizar las labores de digitación, envío y recepción de correspondencia y registro de documentos.
- Atender las visitas a la empresa en forma oportuna y adecuada.
- Encargarse de las labores de apoyo a Gerencia cuando éstas sean requeridas.
- Entregar a la encargada de boletería los tiquetes al inicio del día y hacer cuadro de caja y recibir el respectivo dinero, para su consignación, al final de la jornada
- Realizar arqueo diario de caja al encargado de cafetería y recibir el respectivo dinero para su consignación
- Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo.

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 35. Descripción del cargo supervisores

SKATEPARK DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo : SUPERVISORES	
Supervisa a: Ninguno.	Departamento : SERVICIOS
	Jefe Inmediato : GERENTE
	Nº Cargos Iguales : Cuatro (4)
PERFIL DEL CARGO :	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
EDUCACIÓN: Undécimo grado de bachillerato	
EXPERIENCIA: De dos (2) años en el manejo de equipos y elementos del skateboard. Conocimientos amplios sobre riesgos, primeros auxilios y mantenimientos propios de un parque de skateboard.	
OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS: Liderazgo y adecuado manejo de las relaciones interpersonales.	
RESPONSABILIDADES	
POR ERRORES: Manejo inadecuado de la organización.	
POR MAQUINARIA Y EQUIPO: Maquinaria y equipo de la empresa.	
CONTACTOS: Contacto permanente con personal interno y externo de la empresa.	
INFORMACIÓN: No Maneja información confidencial y reservada.	
DINERO Y VALORES: No maneja.	
NIVEL DE ESFUERZO	
VISUAL/MENTAL: Alto	
FÍSICO: El normal para el desarrollo de sus funciones.	

CONDICIONES DE TRABAJO

MEDIO AMBIENTE: Normal. Realiza sus actividades diarias en la pista de obstáculos del parque

RIESGOS: Riesgos locativos.

FUNCIONES :

- Velar por el mantenimiento, aseo y manejo ordenado de las rampas y obstáculos del parque.
- Prestar primeros auxilios en caso que se presente algún tipo de accidente.
- Pedir los elementos y suministros necesarios para el cumplimiento oportuno de su labor y presentar informes mensuales sobre el uso racional de los mismos.
- Atender, asesorar y guiar a los usuarios en el uso de rampas y obstáculos
- Velar por la seguridad y comodidad de los usuarios en sus prácticas.
- Ofrecer cursos sobre skateboard a principiantes
- Participar en la planeación, ejecución y desarrollo de los eventos y torneos llevados a cabo por el parque.
- Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo.

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 36. Descripción del cargo encargado de la boletería

SKATEPARK DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo : ENCARGADO DE BOLETERÍA	
Supervisa a : Ninguno	Departamento : SERVICIOS
	Jefe Inmediato : GERENTE
	Nº Cargos Iguales : Uno (1)
<p>PERFIL DEL CARGO:</p> <p>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</p> <p>EDUCACIÓN: Bachiller, Cursos en relaciones humanas.</p> <p>EXPERIENCIA: De dos (2) años en su labor.</p> <p>OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS: Liderazgo y adecuado manejo de las relaciones interpersonales.</p> <p>RESPONSABILIDADES</p> <p>POR ERRORES: Manejo inadecuado de la organización.</p> <p>POR MAQUINARIA Y EQUIPO: Maquinaria y equipo de la empresa.</p> <p>CONTACTOS: Contacto permanente con personal interno y externo de la empresa.</p> <p>INFORMACIÓN: No Maneja información confidencial y reservada.</p> <p>DINERO Y VALORES: Ventas en efectivo Boletería.</p> <p>NIVEL DE ESFUERZO</p> <p>VISUAL/MENTAL: Alto</p>	

FÍSICO: El normal para el desarrollo de sus funciones.

CONDICIONES DE TRABAJO

MEDIO AMBIENTE: Normal. Realiza sus actividades diarias en una oficina con los impedimentos necesarios para un buen desempeño en su trabajo.

RIESGOS: Radiación de la pantalla del computador, riesgos locativos.

FUNCIONES :

- Efectuar las labores de recibo y venta de boletería.
- Al final de cada día hacer el cuadro de caja de la boletería y entregar el dinero decepcionado a la secretaria.
- Mantener en excelentes condiciones de aseo y presentación su lugar de trabajo.
- Informar a los vigilantes sobre cualquier incidente en taquilla o, según su grado de gravedad a gerencia
- Contribuir al arreglo de problemas y fallas en el sistema de venta de boletería
- Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo.

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 37. Descripción del cargo encargado de baños y vestidores

SKATEPARK DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo : ENCARGADO DE BAÑOS Y VESTIDORES	
Supervisa a : Ninguno	Departamento : SERVICIOS
	Jefe Inmediato : GERENTE
	Nº Cargos Iguales : Uno (1)
PERFIL DEL CARGO:	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
EDUCACIÓN: Bachiller, Curso en relaciones humanas.	
EXPERIENCIA: De dos (2) años en su labor.	
OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS: Liderazgo y adecuado manejo de las relaciones interpersonales.	
RESPONSABILIDADES	
POR ERRORES: Manejo inadecuado de la organización.	
POR MAQUINARIA Y EQUIPO: Maquinaria y equipo de la empresa.	
CONTACTOS: Contacto permanente con personal interno y externo de la empresa.	
INFORMACIÓN: No Maneja información confidencial y reservada.	
DINERO Y VALORES: No maneja.	
NIVEL DE ESFUERZO	
VISUAL/MENTAL: Alto	
FÍSICO: El normal para el desarrollo de sus funciones.	

CONDICIONES DE TRABAJO

MEDIO AMBIENTE: Normal. Realiza sus actividades diarias en los baños y vestidores.

RIESGOS: Riesgos locativos.

FUNCIONES:

- Efectuar las labores de apertura y cierre de la zona de baños
- Vigilar y velar por la seguridad de la zona de baños y vestidores para evitar pérdidas de equipos o prendas de vestir
- Mantener en excelentes condiciones de aseo y presentación las zonas de baños y vestidores
- Pedir las provisiones de los insumos necesarios para mantener limpias y aseadas las zonas de baños y vestidores.
- Contribuir al arreglo de problemas y fallas en las zonas de baños y vestidores
- Informar sobre cualquier problema o anomalía en el ejercicio de su función a supervisores o en su defecto a gerencia
- Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo.

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 38. Descripción del cargo vigilante

SKATEPARK DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo : VIGILANTE	
Supervisa a: Ninguno.	Departamento : SERVICIOS
	Jefe Inmediato : GERENTE
	Nº Cargos Iguales : Dos (2)
PERFIL DEL CARGO:	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
EDUCACIÓN: Bachiller, capacitación en relaciones humanas y libreta militar de primera clase.	
EXPERIENCIA: Un (1) año de experiencia en las labores propias de su cargo.	
OTRAS HABILIDADES Y DESTREZAS: Liderazgo, adecuado manejo de las relaciones interpersonales y conocimiento en el manejo de armas.	
RESPONSABILIDADES	
POR ERRORES: Manejo inadecuado de la organización.	
POR MAQUINARIA Y EQUIPO: Maquinaria y equipo de la empresa.	
CONTACTOS: Contacto permanente con personal interno y externo de la empresa.	
INFORMACIÓN: No maneja información confidencial y reservada.	
DINERO Y VALORES: No maneja.	
NIVEL DE ESFUERZO	
VISUAL/MENTAL: Alto	
FÍSICO: El normal para el desarrollo de sus funciones.	

CONDICIONES DE TRABAJO

MEDIO AMBIENTE: Normal. Realiza sus actividades diarias en todo el parque.

RIESGOS: Riesgos locativos y de seguridad.

FUNCIONES :

- Velar por la seguridad del parque, sus bienes y propiedades.
- Solicitar a los visitantes la respectiva documentación y revisar sus pertenencias.
- Prestar constante vigilancia a la zona de boletería y demás instalaciones del parque.
- Reportar cualquier anomalía ó problema en su labor a Gerencia.
- Acompañar a los funcionarios del parque, cuando lo requieran, a la consignación de dinero.
- Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo.

Fuente: Autores del proyecto

4.3.3 Asignación salarial. Para la asignación salarial el skatepark va a tener en cuenta los siguientes criterios:

- Para cargos con funciones y responsabilidades iguales, se pagara el mismo salario.
- Los salarios pagados por el parque tendrán correspondencia con los de pagados por otros parques de skateboard del país.

- El parque pagará todas las prestaciones sociales y dará cumplimiento a las exigencias en materia de seguridad social, parafiscales, ARS y realizará las respectivas retenciones salariales de Ley, siempre y cuando sea competente realizarlo.
- El parque afiliará a sus empleados a las EPS, ARS y Fondos de Cesantías de su elección dando cumplimiento a los programas establecidos de Seguridad Social, Pensiones, Salud y Riesgos Profesionales.

Ver cuadro 39. Asignación Salarial

Cuadro 39. Asignación salarial

Cargo	Sueldo básico*	Nº cargos	Total sueldo CARGOS	Para- fiscales (9,5% SENA, CAJA, ICBF)	Seguridad social: 21,022% (PENSIONE S: 12% Y 8,5%, RIESGOS PROFESIO NALES: 0,522%)	Cesantías (1 mes por año)	Intereses cesantías 12% anual, 1% mensual)	Vacaciones (15 días)	Primas (1 mes por año)	Total
Gerente	\$1.700.000	1	\$1.700.000	\$161.500	\$357.374	\$141.667	\$17.000	\$70.833	\$141.667	\$2.590.041
Contador	\$1.300.000	1	\$1.300.000	\$123.500	\$273.286	\$108.333	\$13.000	\$54.167	\$108.333	\$1.980.619
Secretaria de Gerencia	\$800.000	1	\$800.000	\$76.000	\$168.176	\$66.667	\$8.000	\$33.333	\$66.667	\$1.218.843
Encargado de la boletería	\$600.000	1	\$600.000	\$57.000	\$126.132	\$50.000	\$6.000	\$25.000	\$50.000	\$914.132
encargado de baños y vestidores	\$600.000	1	\$600.000	\$57.000	\$126.132	\$50.000	\$6.000	\$25.000	\$50.000	\$914.132
supervisores	\$700.000	4	\$2.800.000	\$266.000	\$588.616	\$233.333	\$28.000	\$116.667	\$233.333	\$4.265.949
Vigilantes	\$900.000	2	\$1.800.000	\$171.000	\$378.396	\$150.000	\$18.000	\$75.000	\$150.000	\$2.742.396
Total										\$14.626.112

* Incluido subsidio de transporte, cuando el salario es menor a dos salarios mínimos.

Fuente: Autores del proyecto

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

5.1.1 Inversión fija. La inversión fija es la siguiente:

- **Terreno.** El skatepark se construirá en un terreno cuya área total del terreno es de 2.000 metros cuadrados. A \$200.000 el metro cuadrado en dicho lugar, el valor del terreno es de: \$400.000.000
- **Construcción y adecuación.** Debido a que el proyecto consiste en la construcción de un skatepark, se requiere de un proceso de construcción que demanda los siguientes materiales y recursos. Ver cuadro 40.

Cuadro 40. Construcciones

Ítem	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Replanteo y Nivelación de terreno	m2	2000	\$20.000	\$40.000.000
Relleno y compactación	m2	500	\$50.000	\$25.000.000
Muro de Contención	m3	100	\$200.000	\$20.000.000
Acero de refuerzo	Kg	4.800	\$12.000.	\$57.600.000
Encofrado	m2	532	\$12.000	\$6.384.000
Paredes de bloque	m2	1.300	\$170.000	\$221.000.000
Replanteo de piso	m2	1.800	\$70.000	\$126.000.000
Hormigón de 210 Kg/cm2	m3	1.800	\$90.000	\$162.000.000
Enlucido 1:3	m2	250	\$25.000	\$6.250.000
Enlucido paleteado fino	m2	230	\$27.000	\$6.210.000
Pintura exterior esmalte	m2	40	\$8.000	\$320.000
Cerámica de pesos	m2	325	\$20.000	\$6.500.000

Ítem	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cerámica de paredes	m2	170	\$30.000	\$5.100.000
Pintura látex exterior	m2	2.000	\$12.000	\$24.000.000
Pasamanos de tubo galvanizado 1"	M	160	\$23.000	\$36.800.000
Urinaros U 3,00	U	5	\$240.000	\$1.200.000
Lavamanos	U	10	\$180.000	\$1.800.000
Pozos de revisión	U	5	\$200.000	\$1.000.000
Estructura Metálica	m2	2.000	\$22.000	\$44.000.000
Puertas de 0.90m	U	7	\$240.000	\$1.680.000
Inodoros	U	7	\$220.000	\$1.540.000
Portón de 3,5m	U	3	\$370.000	\$1.110.000
Puertas de 0.7m	U	14	\$220.000	\$3.080.000
Puerta de 2m	U	1	\$260.000	\$260.000
Ventanas de aluminio y vidrio de 6mm	m2	100	\$120.000	\$12.000.000
Recubrimiento de cubierta con galvalume	m2	2.000	\$14.000	\$28.000.000
Instalaciones de grifería		7	\$68.000	\$4.760.000
Instalaciones sanitarias		2	\$124.000	\$248.000
Instalaciones de agua potable		18	\$75.000	\$1.350.000
Instalaciones eléctricas		100	\$110.000	\$11.000.000
Total				\$856.192.000

Fuente: Ferretería el día, Homecenter, Inverconstrucciones

- **Maquinaria y equipos.** El proyecto no requiere de maquinaria; los equipos corresponden básicamente a equipos electrónicos; en el cuadro 41 se detallan dichos elementos.

Cuadro 41. Equipos

Ítem	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Equipos			
Computador	3	\$1.500.00	\$4.500.000
Impresora	3	\$250.000	\$750.000
Calculadora de escritorio	3	\$50.000	\$150.000
Archivador auxiliar	1	\$280.000	\$280.000
Total			\$5.680.000

Fuente: DICTENICAS, Ionica

- **Muebles y enseres.** Los muebles y enseres corresponden a los bienes necesarios para la funcionabilidad de las operaciones en el skatepark para la cafetería y la boletería. Ver cuadro 42.

Cuadro 42. Muebles y enseres

Ítem	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Muebles y enseres boletería			
Caja	1	\$1.200.000.	\$ 1.200.000
Silla	1	\$ 70.000	\$ 70.000
Escritorio	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Archivador auxiliar	1	\$ 280.000	\$ 280.000
Subtotal			\$ 1.800.000
Muebles enfermería			
Camilla	1	\$ 115.000	\$ 115.000
Botiquín y elementos básicos	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Subtotal			\$ 265.000
Total			\$ 2.065.000

Fuente: Tu casa, Llama Azul, Equipos hospitalarios Liebe salud y belleza

- **Equipo de oficina.** En el cuadro 43 se relaciona el equipo de oficina requerido por el parque.

Cuadro 43. Equipo de oficina

Item	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Equipo de oficina			
Escritorios	3	\$270.000	\$810.000
Mesa de computador	3	\$240.000	\$720.000
Archivador	3	\$280.00	\$540.000
Perforadora	3	\$12.000	\$36.000
Papelera	3	\$25.000	\$75.000
Grapadora	3	\$10.000	\$30.000
Taches para la basura	3	\$40.000	\$120.000
Sillas	9	\$190.000	\$1.710.000
Caja fuerte	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Total			\$6.041.000

Fuente: DICTENICAS, Ionica

- **Herramientas.** El skate Park no requiere de herramientas porque es una empresa de servicios.
- **Total de Inversión fija.** El total de la inversión fija teniendo en cuenta las diferentes partidas referenciadas anteriormente se observan en el cuadro 44.

Cuadro 44. Total inversión fija

Terreno	\$400.000.000
Construcciones	\$856.192.000
Maquinaria y equipos	\$ 5.680.000
Muebles y enseres	\$2.065.000
Equipos de oficina	\$6.041.000
Total inversión	\$1.269.978.000

Fuente: Autores del proyecto

5.1.2 Inversión diferida. Se requiere realizar inversión diferida consistente en los gastos pres operativos en los que incurrirá el parque en el montaje y constitución de la empresa. Ver cuadro 45.

Cuadro 45. Inversión diferida

Ítem	Unidad	Valor unitario	Valor total
Estudio de factibilidad	1	\$1.650.000	\$1.650.000
Gastos de constitución	1	\$350.000	\$350.000
Gastos de licencias y permisos	1	\$500.000	\$500.000
Publicidad de lanzamiento e imagen	1	\$1.500.000	\$1.500.000
Total			\$4.000.000

Fuente: Autores del proyecto

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. Se requiere cubrir los costos de producción, los gastos de administración y ventas y los gastos financieros, para el primer mes de operaciones.

- **Costos de producción**

- **Materias Primas.** El estimativo mensual costo de las materias primas utilizadas en el skatepark se observa en detalle en el cuadro 46.

Cuadro 46. Materias primas

Ítem	Valor total
Útiles y suministros de aseo para la prestación del servicio	\$350.000
Útiles y suministros para el mantenimiento de rampas	\$700.000
Papelería y útiles para la prestación del servicio	\$150.000
Boletería	\$600.000
Insumos primeros auxilios:	
Alcohol	\$10.000

Ítem	Valor total
Algodón	\$10.000
Curas	\$10.000
Vendas	\$20.000
Gasa	\$15.000
Mentolate	\$12.000
Agua oxigenada	\$18.000
Inyecciones (Agujas, antitetánicas, etc.)	\$40.000
Esparadrapo	\$20.000
Medicamentos básicos: analgésicos, antiperiticos, etc.	\$40.350
Total	\$1.995.350

Fuente: Autores del proyecto

- **Mano obra directa.** El costo de la mano de obra directa se aprecia en detalle en el cuadro 47, teniendo en cuenta los salarios, prestaciones sociales, parafiscales y seguridad social.

Cuadro 47. Mano de obra directa

Cargo	Sueldo básico*	Nº cargos	Total sueldo Cargos	Parafiscales (9,5% SENA, CAJA, ICBF)	Seguridad social: 21,022% (Pensiones: 12% y 8,5%, Riesgos Profesionales: 0,522%)	Cesantías (1 mes por año)	Intereses cesantías 12% anual, 1% mensual)	Vacaciones (15 días)	Primas (1 mes por año)	Total
encargado de baños y vestidores	\$600.000	1	\$600.000	\$57.000	\$126.132	\$50.000	\$6.000	\$25.000	\$50.000	\$914.132
Supervisores	\$700.000	4	\$2.800.000	\$266.000	\$588.616	\$233.333	\$28.000	\$116.667	\$233.333	\$4.265.949
Total										\$ 5.180.081

* Incluido subsidio de transporte, cuando el salario es menor a dos salarios mínimos

Fuente: Autores del proyecto

- **Costos indirectos de prestación del servicio.** En el cuadro 48, se observa la depreciación de la actividad del skateboard, en el cuadro 49, la depreciación del

área administrativa del parque y en el cuadro 50, el de los costos indirectos de prestación del servicio.

Cuadro 48. Depreciación de la actividad del skateboard

Inversión	Valor	Vida útil	Depreciación mensual	Depreciación Anual
Construcciones	\$856.192.000	20	\$3.567.466,67	\$42.809.600
Muebles enseres	\$2.065.000	5	\$34.416,66	\$413.000
Total			\$3.601.883,33	\$43.222.600

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 49. Depreciación área administrativa del parque

Inversión	Valor	Vida útil	Depreciación mensual	Depreciación Anual
Equipo de Oficina	\$6.041.000	5	\$100.683,33	\$1.208.200
Equipos	\$5.680.000	5	\$94.666,67	\$1.136.000
Total			\$195.350	\$2.344.200

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 50. Costos indirectos de prestación del servicio

Ítem	Valor mensual	Valor anual
Agua	\$400.000	\$4.800.000
Energía Eléctrica	\$1.000.000	\$12.000.000
Mantenimiento	\$1.000.000	\$12.000.000
Depreciaciones de la actividad del skateboard	\$3.601.883,33	\$43.222.600
Seguros*	\$500.000	\$6.000.000
Total	\$6.501.883,33	\$78.022.600

*De responsabilidad civil

Fuente: Autores del proyecto

- **Total costos de Prestación del Servicio.** Ver cuadro 51.

Cuadro 51. Total costos mensuales de prestación del servicio

Ítem	Valor mensual	Valor anual
Costos indirectos de prestación del servicio	\$6.501.883,33	\$78.022.600
Mano de obra directa	\$5.180.081	\$62.160.972
Materias primas	\$1.995.350	\$23.944.200
Total	\$13.677.314,33	\$164.127.772

Fuente: Autores del proyecto

- **Gastos de administración y ventas.** Los gastos de administración y ventas se observan en detalle en el cuadro 52, gastos de personal administrativo y de ventas y en el cuadro 53.

Cuadro 52. Gastos de personal administrativo y de ventas

Cargo	Sueldo básico*	Nº cargos	Total sueldo Cargos	Parafiscales (9,5% SENA, CAJA, ICBF)	Seguridad social: 21,022% (Pensiones: 12% y 8,5%, riesgos profesionales: 0,522%)	Cesantías (1 mes por año)	Intereses cesantías 12% anual, 1% mensual)	Vacaciones (15 días)	Primas (1 mes por año)	Total
Gerente	\$1.700.000	1	\$1.700.000	\$161.500	\$357.374	\$141.667	\$17.000	\$70.833	\$141.667	\$2.590.041
Contador	\$1.300.000	1	\$1.300.000	\$123.500	\$273.286	\$108.333	\$13.000	\$54.167	\$108.333	\$1.980.619
Secretaria de Gerencia	\$800.000	1	\$800.000	\$76.000	\$168.176	\$66.667	\$8.000	\$33.333	\$66.667	\$1.218.843
Encargado de la boletería	\$600.000	1	\$600.000	\$57.000	\$126.132	\$50.000	\$6.000	\$25.000	\$50.000	\$914.132
Vigilantes	\$900.000	2	\$1.800.000	\$171.000	\$378.396	\$150.000	\$18.000	\$75.000	\$150.000	\$2.742.396
Total										\$ 9.446.031

* Incluido subsidio de transporte, cuando el salario es menor a dos salarios mínimos

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 53. Gastos de administración y ventas

Ítem	Gastos mensuales	Gastos anuales
Gasto de personal administrativo y de ventas	\$9.446.031	\$113.352.372
Papelería y útiles de oficina	\$150.000	\$1.800.000
Depreciación área administrativa del parque	\$195.350	\$2.344.200
Implementos de aseo para oficina	\$50.000	600.000
Agua	\$79.650	\$955.800
Energía eléctrica	\$100.000	\$1.200.000
Servicio de teléfono	\$200.000	\$2.400.000
Otros gastos administrativos*	\$150.000	\$1.800.000
Total	\$ 10.371.031	\$ 124.452.372

*Capacitaciones

Fuente: Autores del proyecto

- **Gastos Financieros.** Corresponden a \$2.506.168 mensuales.
- **Total Capital de trabajo.** Ver cuadro 54.

Cuadro 54. Total capital de trabajo

Descripción	Valor
Costos prestación del servicio	\$13.677.314
Gastos administrativos y de ventas	\$10.371.031
Gastos financieros	\$2.506.168
Total	\$26.554.513

Fuente: Autores del proyecto

5.1.4 Inversión total. Ver cuadro 55.

Cuadro 55. Inversión total

Descripción	Valor
Inversión fija	\$1.269.978.000
Inversión diferida	\$4.000.000
Capital de trabajo	\$26.554.513
TOTAL	\$1.300.532.513

Fuente: Autores del proyecto

5.1.5 Fuentes de financiación. Se realizará un préstamo por una suma de \$100.000.000 en una institución financiera, con una línea de crédito que comprenda pago de capital, intereses y seguros mensuales con una tasa fija de 16,8 anual y pagares de garantía. En el cuadro 56 se observa en detalle el plan de financiación a 60 meses y en el cuadro 57, las fuentes de financiación del proyecto.

Cuadro 56. Gastos financieros

Mes	Tasa mensual	Saldo crédito	Interés mes	Abono capital	Seguros	Cuota mes
0		\$100.000.000				
1	1,4	\$98.942.832	\$1.400.000	\$1.057.168	\$49.000	\$2.506.168
2	1,4	\$97.870.346	\$1.385.200	\$1.072.486	\$48.482	\$2.506.168
3	1,4	\$96.782.319	\$1.370.185	\$1.088.027	\$47.956	\$2.506.168
4	1,4	\$95.678.527	\$1.354.952	\$1.103.792	\$47.423	\$2.506.168
5	1,4	\$94.558.741	\$1.339.499	\$1.119.786	\$46.882	\$2.506.168
6	1,4	\$93.422.729	\$1.323.822	\$1.136.012	\$46.334	\$2.506.168
7	1,4	\$92.270.256	\$1.307.918	\$1.152.473	\$45.777	\$2.506.168
8	1,4	\$91.101.084	\$1.291.784	\$1.169.172	\$45.212	\$2.506.168
9	1,4	\$89.914.971	\$1.275.415	\$1.186.113	\$44.640	\$2.506.168
10	1,4	\$88.711.671	\$1.258.810	\$1.203.300	\$44.058	\$2.506.168
11	1,4	\$87.490.935	\$1.241.963	\$1.220.736	\$43.469	\$2.506.168
12	1,4	\$86.252.510	\$1.224.873	\$1.238.424	\$42.871	\$2.506.168
13	1,4	\$84.996.141	\$1.207.535	\$1.256.369	\$42.264	\$2.506.168

Mes	Tasa mensual	Saldo crédito	Interés mes	Abono capital	Seguros	Cuota mes
14	1,4	\$83.721.567	\$1.189.946	\$1.274.574	\$41.648	\$2.506.168
15	1,4	\$82.428.525	\$1.172.102	\$1.293.042	\$41.024	\$2.506.168
16	1,4	\$81.116.746	\$1.153.999	\$1.311.779	\$40.390	\$2.506.168
17	1,4	\$79.785.960	\$1.135.634	\$1.330.786	\$39.747	\$2.506.168
18	1,4	\$78.435.891	\$1.117.003	\$1.350.069	\$39.095	\$2.506.168
19	1,4	\$77.066.259	\$1.098.102	\$1.369.632	\$38.434	\$2.506.168
20	1,4	\$75.676.781	\$1.078.928	\$1.389.478	\$37.762	\$2.506.168
21	1,4	\$74.267.169	\$1.059.475	\$1.409.611	\$37.082	\$2.506.168
22	1,4	\$72.837.132	\$1.039.740	\$1.430.037	\$36.391	\$2.506.168
23	1,4	\$71.386.375	\$1.019.720	\$1.450.758	\$35.690	\$2.506.168
24	1,4	\$69.914.595	\$999.409	\$1.471.779	\$34.979	\$2.506.168
25	1,4	\$68.421.490	\$978.804	\$1.493.106	\$34.258	\$2.506.168
26	1,4	\$66.906.749	\$957.901	\$1.514.741	\$33.527	\$2.506.168
27	1,4	\$65.370.060	\$936.694	\$1.536.689	\$32.784	\$2.506.168
28	1,4	\$63.811.104	\$915.181	\$1.558.956	\$32.031	\$2.506.168
29	1,4	\$62.229.559	\$893.355	\$1.581.545	\$31.267	\$2.506.168
30	1,4	\$60.625.097	\$871.214	\$1.604.462	\$30.492	\$2.506.168
31	1,4	\$58.997.387	\$848.751	\$1.627.710	\$29.706	\$2.506.168
32	1,4	\$57.346.091	\$825.963	\$1.651.296	\$28.909	\$2.506.168
33	1,4	\$55.670.868	\$802.845	\$1.675.223	\$28.100	\$2.506.168
34	1,4	\$53.971.371	\$779.392	\$1.699.497	\$27.279	\$2.506.168
35	1,4	\$52.247.248	\$755.599	\$1.724.123	\$26.446	\$2.506.168
36	1,4	\$50.498.142	\$731.461	\$1.749.105	\$25.601	\$2.506.168
37	1,4	\$48.723.693	\$706.974	\$1.774.450	\$24.744	\$2.506.168
38	1,4	\$46.923.531	\$682.132	\$1.800.162	\$23.875	\$2.506.168
39	1,4	\$45.097.285	\$656.929	\$1.826.246	\$22.993	\$2.506.168
40	1,4	\$43.244.576	\$631.362	\$1.852.708	\$22.098	\$2.506.168
41	1,4	\$41.365.022	\$605.424	\$1.879.554	\$21.190	\$2.506.168
42	1,4	\$39.458.234	\$579.110	\$1.906.789	\$20.269	\$2.506.168
43	1,4	\$37.523.815	\$552.415	\$1.934.418	\$19.335	\$2.506.168
44	1,4	\$35.561.367	\$525.333	\$1.962.448	\$18.387	\$2.506.168
45	1,4	\$33.570.484	\$497.859	\$1.990.884	\$17.425	\$2.506.168
46	1,4	\$31.550.752	\$469.987	\$2.019.732	\$16.450	\$2.506.168
47	1,4	\$29.501.754	\$441.711	\$2.048.998	\$15.460	\$2.506.168
48	1,4	\$27.423.067	\$413.025	\$2.078.688	\$14.456	\$2.506.168
49	1,4	\$25.314.259	\$383.923	\$2.108.808	\$13.437	\$2.506.168
50	1,4	\$23.174.895	\$354.400	\$2.139.364	\$12.404	\$2.506.168
51	1,4	\$21.004.531	\$324.449	\$2.170.364	\$11.356	\$2.506.168

Mes	Tasa mensual	Saldo crédito	Interés mes	Abono capital	Seguros	Cuota mes
52	1,4	\$18.802.718	\$294.063	\$2.201.812	\$10.292	\$2.506.168
53	1,4	\$16.569.002	\$263.238	\$2.233.717	\$9.213	\$2.506.168
54	1,4	\$14.302.919	\$231.966	\$2.266.083	\$8.119	\$2.506.168
55	1,4	\$12.004.000	\$200.241	\$2.298.919	\$7.008	\$2.506.168
56	1,4	\$9.671.770	\$168.056	\$2.332.230	\$5.882	\$2.506.168
57	1,4	\$7.305.746	\$135.405	\$2.366.024	\$4.739	\$2.506.168
58	1,4	\$4.905.438	\$102.280	\$2.400.308	\$3.580	\$2.506.168
59	1,4	\$2.470.350	\$68.676	\$2.435.088	\$2.404	\$2.506.168
60	1,4	0	\$34.585	\$2.470.350	\$1.210	\$2.506.145

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 57. Fuentes de financiación del proyecto

Descripción	Valor	Porcentaje
Recursos propios	\$1.200.532.513	92,310%
Préstamo	\$100.000.000	7,689%
Total	\$1.300.532.513	100%

Fuente: Autores del proyecto

5.2 COSTOS. Los costos en que incurrirá el skatepark se clasifican en costos fijos y los costos variables a efectos de tener un punto de partida para hallar posteriormente el punto de equilibrio.

5.2.1 Costos fijos. Son los que no varían por el volumen de servicios a ofrecer en el skatepark. Ver cuadro 58.

Cuadro 58. Total costos fijos

Ítem	Gastos mensuales	Gastos anuales
Gasto de personal administrativo y de ventas	\$9.446.031	\$113.352.372
Depreciación	\$3.797.233,33	\$45.566.800
Mano de obra directa	\$5.180.081	\$62.160.972

Ítem	Gastos mensuales	Gastos anuales
Seguros	\$500.000	\$6.000.000
Gastos Financieros	\$2.506.168	\$30.074.016
Total	\$21.429.513	\$257.154.160

Fuente: Autores del proyecto

5.2.2 Costos variables. Son los que varía de acuerdo con el volumen de prestación del servicio. Ver cuadro 59.

Cuadro 59. Total costos variables

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Materias primas	\$1.995.350	\$23.944.200
Papelería y útiles de oficina	\$150.000	\$1.800.000
Implementos de aseo para oficina	\$50.000	\$600.000
Agua	\$79.650	\$955.800
Energía eléctrica	\$100.000	\$1.200.000
Servicio de teléfono	\$200.000	\$2.400.000
Otros gastos administrativos	\$150.000	\$1.800.000
Agua del parque	\$400.000	\$4.800.000
Energía Eléctrica del parque	\$1.000.000	\$12.000.000
Mantenimiento	\$1.000.000	\$12.000.000
Total	\$5.125.000	\$61.500.000

Fuente: Autores del proyecto

5.2.3 Costos totales unitarios. Los costos totales se consignan en el cuadro 61 y los costos totales unitarios se observan en el cuadro 60.

Estos costos unitarios mensuales se determinan teniendo en cuenta que la capacidad utilizada para el proyecto es el 85% de su capacidad diseñada, es decir $3.120 \text{ horas} \times 0,85 = 2.652 \text{ horas al año}$ y $2.652/12 = 221 \text{ horas al mes}$.

Cuadro 60. Costos totales mes

Descripción	Costos fijos	Costos variables	Total costos
Skatepark	\$21.429.513	\$5.125.000	\$26.554.513

Fuente: Autores del proyecto

Cuadro 61. Costos totales unitarios (Hora)

Descripción	Costos fijos unitarios	Costos variables unitarios	Total costos unitarios hora*
Skatepark*	\$96.966,12	\$23.190	\$120.156

*221 Horas por mes

Fuente: Autores del proyecto

5.2.4 Precio de venta. Se ha estimado el siguiente precio de venta por el servicio. Ver cuadro 62, partiendo de 129,41 aproximando a 130 jóvenes por hora.

Cuadro 62. Precio de venta

Descripción	Costos total hora	Margen utilidad	Precio venta hora	Precio sugerido hora*	Precio total día
Skatepark	\$928,48	310,36%	\$3.810	\$4.000	\$34.000

* 8,5 horas servicio

Fuente: Autores del proyecto

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.3.1 Egresos proyectados. Están conformados por los siguientes rubros costos de prestación del servicio, gastos administrativos y de ventas y gastos financieros. Para su proyección se tendrá en cuenta el incremento generado por el mayor

número de clientes que crecerá a un ritmo del 2,5% anual y la inflación esperada de un 4%. Estas dos variables generan un incremento combinado del 6,5%.

Cuadro 63. Egresos proyectados

Egreso	1	2	3	4	5	5
Costo de prestación del servicio	\$164.127.772	\$174.796.077	\$186.157.822	\$198.258.081	\$211.144.856	\$224.869.272
Gastos administrativos y de ventas	\$124.452.372	\$132.541.776	\$141.156.992	\$150.332.196	\$160.103.789	\$170.510.535
Gastos financieros	\$30.074.016	\$30.074.016	\$30.074.016	\$30.074.016	\$30.074.016	\$30.074.016
TOTAL	\$318.654.160	\$337.411.869	\$357.388.830	\$378.664.293	\$401.322.661	\$425.453.823

Fuente: Autores del proyecto

5.3.2 Ingresos proyectados. Los datos registrados en el cuadro 64 hacen referencia al número de unidades de servicio vendidas, por el precio determinado del servicio, teniendo en cuenta el incremento adicional de la inflación estimada del 4% anual y para su proyección se tendrá en cuenta el incremento generado por el mayor número de clientes que crecerá a un ritmo del 2,5% anual. Se parte de 129,41 aproximándose a 130 jóvenes x 221 horas x 12 meses x \$4.000 por hora = 1.372.781.280 aproximando \$1.372.800.000.

Se da en arriendo a una tercera persona para el montaje de una cafetería cuyo valor de arrendamiento es de \$3.000.000 mensual.

Cuadro 64. Ingresos proyectados

Ingresos proyectados					
Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Skatepark*	\$1.372.800.000	\$1.462.032.000	\$1.557.064.080	\$1.658.273.245	\$1.766.061.006
Arriendo Cafetería	\$36.000.000	\$38.340.000	\$40.832.100	\$43.486.187	\$46.312.789
Total	\$1.408.800.000	\$1.500.372.000	\$1.597.896.180	\$1.701.759.432	\$1.812.373.795

Fuente: Autores del proyecto

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio por unidades, es igual por fórmula a:

$$P_{\text{Unidades}} = \frac{CF}{P_{vq} - CVq}$$

De donde:

CF= Costos Fijos= \$257.154.156

PVq = Precio de Venta Unitario= \$4.000 por hora

CVq = Costo Variable Unitario: \$23.190,04

Reemplazando la fórmula se tiene lo siguiente:

$$Pe = \frac{\$257.154.156}{\$34.000 - 23.190.04} = 2.380 \text{ horas.}$$

Si por mes son 221 horas el punto de equilibrio se alcanza en $2.380/221 = 10,76$ meses.

5.6 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Cuadro 65. Flujo de caja proyectado

	0	1	2	3	4	5
SALDO INICIAL		-	\$758.812.210	\$1.567.843.575	\$2.430.265.664	\$3.349.438.735
ENTRADAS DE EFECTIVO:						
VENTAS		\$1.408.800.000	\$1.500.372.000	\$1.597.896.180	\$1.701.759.432	\$1.812.373.795
Préstamo	\$100.000.000					
Aportes socios	\$1.230.917.712					
TOTAL ENTRADA EFECTIVO	\$1.330.917.712	\$1.408.800.000	\$2.259.184.210	\$3.165.739.755	\$4.132.025.096	\$5.161.812.530
SALIDAS DE EFECTIVO						
Activos fijos	\$1.284.328.000					

	0	1	2	3	4	5
Activos diferidos	\$4.000.000					
Capital de trabajo	\$42.589.712					
Costo de prestación del servicio		\$164.127.772	\$174.796.077	\$186.157.822	\$198.258.081	\$211.144.856
Gastos administrativos y de ventas		\$124.452.372	\$132.541.776	\$141.156.992	\$150.332.196	\$160.103.789
Gastos financieros		\$30.074.016	\$30.074.016	\$30.074.016	\$30.074.016	\$30.074.016
Impuestos		\$331.333.630	\$353.928.766	\$378.085.261	\$403.922.068	\$431.569.160
Total salida de efectivo	\$1.330.917.712	\$649.987.790	\$691.340.635	\$735.474.091	\$782.586.361	\$832.891.821
Superávit o déficit de efectivo	-	\$758.812.210	\$1.567.843.575	\$2.430.265.664	\$3.349.438.735	\$4.328.920.708

Fuente: Autores del proyecto

5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

En el cuadro 66, se observa en detalle el Estado de Resultados para los cinco años del Proyecto.

Cuadro 66. Estado de resultados proyectado

	1	2	3	4	5
VENTAS	\$1.408.800.000	\$1.500.372.000	\$1.597.896.180	\$1.701.759.432	\$1.812.373.795
- Costos de prestación del servicio	\$164.127.772	\$174.796.077	\$186.157.822	\$198.258.081	\$211.144.856
UTILIDAD BRUTA	\$1.244.672.228	\$1.325.575.923	\$1.411.738.358	\$1.503.501.351	\$1.601.228.939
-Gastos administrativos y de ventas	\$124.452.372	\$132.541.776	\$141.156.992	\$150.332.196	\$160.103.789
UTILIDAD OPERACIONAL	\$1.120.219.856	\$1.193.034.147	\$1.270.581.366	\$1.353.169.155	\$1.441.125.150
-Intereses	\$15.774.422	\$13.271.595	\$10.297.163	\$6.762.261	\$2.561.282

	1	2	3	4	5
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$1.104.445.434	\$1.179.762.552	\$1.260.284.204	\$1.346.406.894	\$1.438.563.868
-Impuestos 30%	\$331.333.630	\$353.928.766	\$378.085.261	\$403.922.068	\$431.569.160
UTILIDAD NETA	\$773.111.804	\$825.833.786	\$882.198.942	\$942.484.826	\$1.006.994.708

Fuente: Autores del proyecto

5.8 BALANCE GENERAL

En el cuadro 67 se observa el Balance General Projectado para el primer año

Cuadro 67. Balance general proyectado

	Valor
Activo:	
Corriente	
Bancos	\$102.100.377
Caja	\$758.812.210
Total Corriente	\$860.912.587
Fijo	
Terreno	\$400.000.000
Construcción y adecuación	\$856.192.000
Equipo	\$5.680.000
Muebles y Enseres	\$2.065.000
Equipo de oficina	\$6.041.000
Subtotal	\$1.269.978.000
- Depreciación construcciones	\$42.809.600
- Depreciación equipos	\$1.136.000
- Depreciación muebles y enseres	\$413.000
- Depreciación equipos de oficina	\$1.208.200
Total Fijo	\$1.224.411.200
Otros activos:	

	Valor
Inversiones diferidas	\$4.000.000
Capital de trabajo	\$318.654.160
Total otros activos	\$322.654.160
TOTAL ACTIVO	\$2.407.977.947
PASIVO	
Pasivo a corto plazo	
Cuentas por cobrar	\$3.000.000
Total pasivo a corto plazo	\$3.000.000
Pasivo a largo plazo	
Obligaciones bancarias	\$100.000.000
Impuesto por pagar	\$331.333.630
Total pasivo a largo plazo	\$431.333.630
TOTAL PASIVO	\$434.333.630
PATRIMONIO	
Capital social	\$1.200.532.513
Utilidad del ejercicio	\$ 773.111.804
TOTAL PATRIMONIO	\$1.973.644.317
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$2.407.977.947

Fuente: Autores del proyecto

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 IMPACTO SOCIAL

De acuerdo con los aspectos estudiados a lo largo del proyecto, el skatepark propuesto tiene un gran impacto social: Crea empleo directo: Trece (13) cargos y genera una dinámica importante porque genera un espacio de desarrollo para proyectos relacionados con actividades extremas.

Otro aspecto fundamental del proyecto es su capacidad para legitimar e institucionalizar un deporte que en la actualidad es visto como una práctica “callejera” que ocasiona molestias a vecinos y personas que viven o transitan en zonas seleccionadas por sus practicantes para el desarrollo de dicha actividad.

El skatepark genera un ambiente propicio para dicha práctica y lleva dicho deporte a un escenario bajo techo, evitando que esta actividad ocasione molestias y problemas en parques, centros comerciales, entre otros.

6.2 IMPACTO AMBIENTAL

La empresa generará dos impactos ambientales: el de la contaminación orgánica del agua y la producción de residuos sólidos.

Para evitar la contaminación orgánica del agua se colocarán filtros especiales en los grifos de la cafetería, la enfermería y baños para que el agua utilizada tenga el menor impacto posible de contaminación.

Estos filtros se cambiarán cada tres meses y se entregarán a una entidad especializada en el manejo y disposición final de los mismos.

Para el control de los residuos sólidos en la cafetería, hay que tener un especial cuidado, ya que éste debe estar separado en bolsas de los demás residuos inorgánicos como el cartón y el vidrio. Por lo tanto deben colocarse bolsas de diferentes colores: negro para los residuos orgánicos, amarillas para el cartón, verde para el vidrio y azul para otros residuos.

Es importante que las bolsas que contienen los residuos sólidos orgánicos se coloquen en una zona especial de la cafetería aislada y alejada de los alimentos, para evitar el mínimo de contaminación. Que ésta no se encuentre a la intemperie, sino en un lugar protegido y que sea un área fresca para evitar que se acelere el proceso de descomposición. Estas bolsas deben estar bien cerradas y colocarse en una bandeja metálica, suspendida en un trípode a mediana altura, para evitar que ratas y otros animales la rompan y generen contaminación.

Finalmente, si se dan casos especiales de pérdida del contenido de productos como leche, kumis, en la cafetería, debido a caducidad o descomposición, estas sustancias líquidas, deben vaciarse en los vertederos de aguas servidas y negras (grifos, por los que se evacua la lluvia), y ser limpiados sus restos con agua caliente, que será vertida por el grifo, para aminorar sus efectos y diluir dichas sustancias.

Finalmente se tendrá como política de manejo de residuos sólidos en el parque, que estos sean seleccionados previamente y entregados a cooperativas de recicladores que reutilicen estos productos. También podrán entregarse las cajas de cartón sobrante, las botellas de vidrio y de plástico.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

Para llevar a cabo la evaluación del Proyecto se va a utilizar los criterios de Valor Presente Neto, VPN, Tasa Interna de Retorno, TIR, Período de Recuperación de la Inversión PRI,

6.3.1 Valor Presente Neto – VPN -. El Valor Presente Neto, VPN son las sumas de dineros percibidos durante los cinco años útiles (Ingresos – Egresos) descontada la inversión y traída a valores actuales de acuerdo con la Tasa de Costo de Oportunidad del Mercado del 20%.

A continuación se desarrolla la fórmula del Valor Presente Neto – V.P.N.

Fórmula:

$$VPN = -CF_0 + \frac{CF_1}{(1+i)} + \frac{CF_2}{(1+i)^2} + \frac{CF_3}{(1+i)^3} + \frac{CF_4}{(1+i)^4} + \frac{CF_5}{(1+i)^5} + RCT$$

Cuadro 68. Valor presente neto

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		1.408.800.000	1.500.372.000	1.597.896.180	1.701.759.432	1.812.373.795
(-) Egresos		318.654.160	337.411.869	357.388.830	378.664.293	401.322.661
Flujo caja bruto		1.090.145.840	1.162.960.131	1.240.507.350	1.323.095.139	1.411.051.134
(+) Depreciación		43.222.600	43.222.600	43.222.600	43.222.600	43.222.600
(-) Inversión	1.330.917.712					
TOTAL	(\$ 1.330.917.712)	1.133.368.440	1.206.182.731	1.283.729.950	1.366.317.739	1.454.273.734
	VNA	\$ 944.473.700	\$ 837.626.896	\$742.899.277	\$ 658.910.947	\$ 584.439.997

VNA	3.768.350.817
------------	----------------------

Fuente: Autores del proyecto

El Proyecto generará a lo largo de sus cinco (5) años, una utilidad de \$3.768.350.817 a precios actuales, lo que indica que el proyecto es rentable.

6.3.2 Tasa Interna Retorno – TIR: La Tasa Interna de Retorno – TIR – es la tasa a la que se trae los flujos generados por el proyecto a valores constantes descontando la inversión y haciendo igual a cero el retorno financiero. Para el cálculo de la TIR se utiliza una calculadora financiera donde se introducen los flujos de caja reportados para cada año y la inversión del proyecto. A continuación se muestran los resultados de dichos cálculos.

$$\text{TIR: } -CF_0 + \frac{CF_1}{(1+i)} + \frac{CF_2}{(1+i)^2} + \frac{CF_3}{(1+i)^3} + \frac{CF_4}{(1+i)^4} + \frac{CF_5}{(1+i)^5} = 84\%$$

Cuadro 69. Tir del proyecto

Flujo de caja deflactado a precios constantes (sin inflación)

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
flujo de caja	(\$ 1.330.917.712)	\$ 1.133.368.440	\$ 1.159.791.088	\$ 1.234.355.721	\$ 1.313.767.056	\$ 1.398.340.128

TIR	84%
------------	------------

Fuente: Autores del proyecto

6.3.3 Período de recuperación. El período de recuperación de la inversión es el tiempo que se requiere para recuperar con los flujos retornados la suma invertida en el Proyecto. En el cuadro 70, se observa en detalle dicho período de recuperación.

Cuadro 70. Período de recuperación de la inversión

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
flujo de caja	(1.330.917.712)	1.133.368.440	1.206.182.731	1.283.729.950	1.366.317.739	1.454.273.734

VNA	3.768.350.817	944.473.700	837.626.897	742.899.277	658.910.947	584.439.997
-----	---------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

1.330.917.717 - 944.473.700 =		\$ 386.444.012,00
	DIAS	104,5
	MESES	3,5

Fuente: Autores del proyecto

Significa que la inversión se recuperara en un año y 3 meses y 15 días.

6.3.4 Análisis de las razones financieras. Para calcular las razones financieras se tienen en cuenta las características del Proyecto, y las cuentas del Balance General y del Estado de Resultados, desarrollando una serie de razones de liquidez, actividad y rentabilidad que se observan a continuación:

- Liquidez

Liquidez:	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$
<hr style="width: 100%;"/>	
860.912.588	
3.000.000	286,97

Una alta liquidez que implica que el skatepark tenga por cada peso adeudado en el corto plazo, 286 pesos con 97 centavos para pagar dicha deuda.

- Endeudamiento

Endeudamiento:	$\frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total activo}}$	
<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black; margin-bottom: 5px;"/> 434.333.630		18,04%
2.407.977.948		

Se interpreta este indicador diciendo que por cada peso que la empresa tiene invertido en activos, hay una cantidad del 18,04% en poder de terceros. Por lo que su capacidad financiera es muy alta y se garantiza cualquier préstamo futuro.

- Impacto carga financiera

Impacto carga financiera:	$\frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas}}$	
<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black; margin-bottom: 5px;"/> 30.074.016		2,13%
1.408.800.000		

El pago de intereses solo representa un pequeño porcentaje de las ventas, por lo que no tiene mayor impacto sobre el flujo de recursos del proyecto.

- Rotación

Rotación:	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales}}$	
<hr style="width: 100%; border: 0.5px solid black; margin-bottom: 5px;"/> 1.408.800.000		0,59
2.407.977.948		

Significa que los activos tienen una rotación menor a la unidad: 0,59, debido al alto valor de la inversión a realizar.

- Rentabilidad

Margen Bruto (de Utilidad): $\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas netas}}$

$$\frac{1.244.672.228}{1.408.800.000} \quad \mathbf{88,35\%}$$

Una alta rentabilidad que implica que los costos generan un alto nivel de maniobrabilidad para la empresa.

Margen Operacional (de Utilidad): $\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$

$$\frac{1.120.219.856}{1.408.800.000} \quad \mathbf{79,52\%}$$

Este margen es del 79,52% que indica que a nivel operativo del parque deja ganancias significativas.

Margen Neto (de utilidad): $\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$

$$\frac{773.111.804}{1.408.800.000} \quad \mathbf{54,88\%}$$

El margen neto de rentabilidad del 54,88%, es significativo, teniendo cuenta que el proyecto apenas se está iniciando.

Rendimiento del patrimonio: $\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$

$$\frac{773.111.804}{1.973.644.317} \quad \mathbf{39,17\%}$$

Una rentabilidad considerable del patrimonio, pero como se trata de un proyecto que se inicia y el gran aporte de accionistas, es de esperar este comportamiento.

CONCLUSIONES

- El Proyecto de crear y establecer un parque para la práctica de skateboard en la ciudad de Bucaramanga tiene una gran oportunidad de mercado con cerca de 34.320 jóvenes que desean desarrollar actividades propias de dicho deporte y carecen de un escenario en el que, con comodidad y seguridad, puedan desarrollar practicarlo.
- Desde una perspectiva de mercados el Proyecto se hace viable al existir una demanda del servicio que suple la oferta inicial del escenario propuesto, generando una dinámica comercial directa entre el parque y quienes desean practicar skate, en unos términos de servicios, precios y satisfacción de las necesidades básicas de los jóvenes.
- Desde un punto de vista técnico el Proyecto está en capacidad de atender inicialmente 2.860 jóvenes mensuales dentro de unas condiciones de tamaño, localización y manejo de tecnologías y proceso propios de dicho deporte, que garantizan un manejo óptimo por parte del parque, de su estructura y los diferentes servicios propuestos.
- Teniendo en cuenta todas las especificaciones en materia de instalaciones del skatepark y del apoyo de personal capacitado para la guía y control de la práctica de dicho deporte que lleva implícito riesgos de accidente y la cobertura de riesgos por responsabilidad civil que protejan al parque, se podrán desarrollar todas las actividades cotidianas propias de dicho deporte, los torneos y eventos que el parque estima desarrollar a lo largo de su vida útil, con una alta perspectiva de éxito lo que genera una viabilidad para el proyecto

dentro de unos estándares de seguridad y compromiso con los asistentes al mismo.

- Desde una perspectiva legal y administrativa el proyecto puede operar con el cumplimiento específico de las normas que regulan las empresas y el deporte en Colombia y con una estructura organizacional reducida que puede generar funcionalmente los instrumentos, los medios y los procedimientos necesarios para que el parque funcione en cumplimiento de las leyes y con un óptimo de desarrollo en funciones básicas de planeación, dirección, control y ejecución.
- Desde una perspectiva financiera el proyecto cuenta con las posibilidades de desarrollo, pese a que requiere de una gran inversión debido a que se requiere solamente una inversión de \$1.330.917.712 de pesos con un préstamo de \$100.000.000 y tasas de interés preferenciales, dentro del marco de un proyecto orientado a brindar esparcimiento y escenarios deportivos a un gran número de jóvenes, lo que implica necesariamente que aunque se cuenta con los recursos financieros necesarios para el desarrollo de las actividades de inversión y de operación que demanda el proyecto, pueden utilizarse las instituciones financieras para suplir dichas necesidades.
- El proyecto genera un flujo de caja que reporta unas utilidades extraordinarias a precios actuales de \$4.328.920.708., una tasa interna de retorno del 84% y un valor presente de \$3.768.350.817 lo que significa que desde la perspectiva financiera es favorable invertir y desarrollar un proyecto que genera rentabilidad y retorno de la inversión.
- Desde el punto de vista ambiental el proyecto no genera mayores impactos negativos sobre el medio ambiente, aunque es fundamental desarrollar una serie de medidas y planes de mitigación que minimicen sus impactos sobre el

agua y los que puedan generar los residuos sólidos producidos en cafetería y enfermería, sobre el medio ambiente.

- Desde una perspectiva social el proyecto implica abrir una nueva frontera a jóvenes que carecen de escenarios adecuados para la práctica de su deporte, ya que plantea un modelo de parque que permitirá que salgan de las calles, parques y centros comerciales, entre otros donde la práctica de esta actividad ocasiona molestias y problemas, a practicarlos en un ambiente seguro, adecuado y controlado.

RECOMENDACIONES

Para mejorar la perspectiva general en que se enmarca el Proyecto de creación de un parque para la práctica de skate en Bucaramanga y su Área Metropolitana, se plantea:

- Mantener los esquemas de prevención y seguridad propios de la práctica de dicho deporte, para evitar accidentes y percances.
- Ir desarrollando una estructura ajustada al crecimiento de la demanda del parque, el desarrollo y exigencia de torneos y eventos, para que este se convierta en el futuro en uno de los escenarios preferidos a nivel nacional para la práctica de dicho deporte.
- Convertir el proyecto propuesto en un modelo a seguir por parte de otras ciudades del país, donde los jóvenes continúan practicando dicho deporte en parques, calles y centros comerciales.
- Utilizar la estructura del parque y su aceptación por parte de los jóvenes en la realización de otros eventos que convoquen a la población menor a veinticinco años de la ciudad de Bucaramanga.
- Desarrollar vínculos con otros parques de skate del país y del exterior para generar una mancomunidad unida en decisiones estratégicas en materia de eventos, torneos y desarrollo productivo.

BIBLIOGRAFÍA

AVENDAÑO, Celestín. Una mirada profunda a los deportes extremos. Buenos Aires: Ediciones La Luz, 2004.

CASTRO M. Fernando. El Proyecto de investigación y su esquema de elaboración. Caracas: Colson C.A, 2001.

COHEN, E. Evaluación de Proyectos Sociales. México: Siglo Veintiuno, 1992.

COLOMA, F. Evaluación social de proyectos de inversión. La Paz. Bolivia: Asociación Internacional de Fomento- Bco, 1991.

HERNÁNDEZ S. Roberto, C. FERNÁNDEZ y P. BAPTISTA. Metodología de la Investigación. México: Mc.Graw Hill, 2000.

LEDESMA MARTÍNEZ, ZULEIMA. Análisis Económico Social de un Proyecto de Inversión Hidráulica, 1997.

MOSSTON, Muska. Deportes dinámicos. México: Pax, 2007.

MUNCH, Lourdes y E. Ángeles. Métodos y técnicas de investigación. México: Trillas, 1993.

PICK, Susan y A. L. LÓPEZ. Cómo Investigar en Ciencias Sociales. Caracas: Trillas, 1990.

SALCEDO, Eduardo. Urbanismo y Recreación en Colombia. Bogotá: Valverde, 2008.

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. Diccionario de la investigación científica. México: Limusa, 1998.

_____. El Proceso de la investigación científica. México: Limusa (1987).

WEBGRAFIA:

www.jovencb.net/YAdemasFicha.aspx?Id=2019.

www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad

www.tododxts.com/.../273

<http://cincinato.org/rollers/como-construir-un-skate-park.php>

<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

http://es.wikipedia.org/wiki/Evaluaci%C3%B3n_de_impacto_ambiental

<http://www.wikiteka.es/apuntes/proceso-productivo-1/>

<http://antiguo.itson.mx/Publicaciones/contaduria/Julio2008/estudioadmtivo.pdf>.

Anexo A. Encuesta a la demanda

Se anexa la encuesta realizada en la investigación de mercados.



ANEXO A

CUESTIONARIO APLICADO A LA DEMANDA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER U.I.S.

INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA IPRED – GESTIÓN EMPRESARIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A JÓVENES ENTRE LOS 12 Y 23 AÑOS DE LOS
ESTRATOS 3,4 Y 5 DE BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA.

OBJETIVO: Estudiar la factibilidad de creación de un parque de Juegos extremos en patines, en la ciudad de Bucaramanga, con el fin de desarrollar una alternativa para la práctica de dicho deporte entre jóvenes de 12 a 23 años.

Edad: 12-18 Años_____ 19-21 años_____ 22-23 años_____ Estrato_____

1. ¿Practica UD el skateboard?

SI _____ NO_____

Si contesto no, pase a la pregunta dos. Si contesto si a la pregunta tres

2. ¿Le gustaría practicarlo?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

Si contesto no, termine la encuesta. Si contesto si a la pregunta tres

3. ¿En dónde practica o le gustaría practicar dicho deporte?

Barrio_____ Centros comerciales_____ Parques_____
Calle_____ Otros _____ ¿Cuáles? _____

4. ¿Si en Bucaramanga se ofreciera un parque especializado en la práctica del skateboard UD utilizaría sus servicios?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

Si su respuesta es NO, ha terminado la encuesta, gracias.

5. De la siguiente lista, con cuales servicios esperaría que contara el Parque:

Diversidad de horarios _____
Cafetería _____
Personal Capacitado _____
Instalaciones adecuadas _____
Buena ubicación del Club _____
Otros _____ cuál _____

6. ¿Con que frecuencia asistiría al parque?

Diario _____ Día por medio _____ Fines de semana _____
Cada quince días _____ Una vez al mes _____ Una vez al año _____
Otra _____ ¿Cuál? _____

7. ¿Cuál es el presupuesto que destinaría por una hora de servicio en el parque?

Entre \$1.000 y \$5.000 _____
Entre \$5.001 y \$10.000 _____
Entre \$10.001 y \$15.000 _____
Más de \$15.000 _____

8. ¿Con cuántas personas asistiría?

Solo____, dos____, tres____, cuatro____, otro____ ¿cuál? _____

9. ¿De los siguientes eventos cuales le gustaría que el parque realizara?

Torneos locales____, exhibiciones____ otro_____

¿Cuál?_____

10. ¿Desearía que el parque le alquilara equipo de protección?

Sí_____ NO_____

11. ¿Cuándo usted requiere de un servicio de recreación cómo se entera de la existencia del mismo?

Radio _____ Televisión _____ Directorio Telefónico _____ Folletos _____

Otros _____ ¿Cuáles? _____

12. ¿En qué sector le gustaría la ubicación de este parque?

Cabecera _____ Real de Minas _____ San Alonso _____ Al Sur _____

Otro _____ ¿Cuál? _____

13. ¿Qué sugerencia desea agregar? _____

MUCHAS GRACIAS