

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE DE DIVERSIONES PARA LA
RECREACIÓN INFANTIL, EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA, SANTANDER

WILLIAM RESTREPO AMAYA

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Ingenierías

Facultad de Ingeniería Industrial

Bucaramanga

2019

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE DE DIVERSIONES PARA LA
RECREACIÓN INFANTIL, EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA, SANTANDER

WILLIAM RESTREPO AMAYA

ID 70325

PROYECTO DE GRADO ENTREGADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO
DE
INGENIERO INDUSTRIAL

Director:

Ing. JÁCOME CABRALES RUBÉN DARÍO

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Ingenierías

Facultad de Ingeniería Industrial

Bucaramanga

2019

Tabla de contenido

	Pág.
Introducción	12
1. Planteamiento del problema	13
1.1. Pregunta de investigación	15
2. Justificación	16
3. Objetivos	17
3.1. Objetivo general	17
3.2. Objetivos específicos	17
4. Marco de referencia	19
4.1. Marco contextual.....	19
4.1.1. Parques temáticos.....	19
4.1.2. Importancia de la recreación.	21
4.1.3. Tipos de juegos que contribuyen en los menores de edad a realizar ejercicio.....	23
4.2. Marco teórico	25
5. Diseño metodológico	28
5.1. Diseño	28
5.2. Instrumentos de la investigación.....	28
5.3. Población.....	28
5.4. Muestra.....	30
5.5. Actividades a desarrollar.....	31
6. Estudio de mercado.....	32

6.1. Análisis del entorno	32
6.1.1. Análisis del macro-entorno	32
6.1.2. Matriz del perfil competitivo (MPC)	36
6.1.3. Análisis del micro-entorno.....	38
6.2. Matriz DOFA	41
6.2.1. Estrategias FO.....	43
6.2.2. Estrategias FA.....	43
6.2.3. Estrategias DO	44
6.2.4. Estrategias DA	45
6.3. Encuesta	46
6.3.1. Género.....	47
6.3.2. Estratificación socio-económica	48
6.3.3. ¿Cuántas personas conforman su unidad familiar?.....	49
6.3.4. Importancia de los parques de diversiones para usted y su familia	50
6.3.5. Parque de diversiones más visitado	51
6.3.6. Frecuencia de visita al parque.....	52
6.3.7. Precio dispuesto a pagar en COP	53
6.3.8. Factor a tener en cuenta	54
6.3.9. Tipo de parque de diversiones	55
6.3.10. Servicios o juegos adicionales	56
6.4. Estudio técnico.....	57
6.5. Recursos físicos.....	57
6.6. Distribución de planta.	58

6.6.1. Área de trampolines	59
6.6.2. Área de descanso y fiestas infantiles.....	60
6.7. Localización.....	60
6.7.1. Macro-localización.....	60
6.7.2. Micro-localización	61
6.8. Requisitos de operación y mantenimiento	62
6.8.1. Plan de emergencia	62
6.8.2. Salidas y rutas de evacuación.....	63
6.8.3. Certificaciones	64
6.8.4. Programa de SST	65
6.9. Estándares de mantenimiento de las atracciones	67
7. Estudio administrativo y legal	68
7.1. Enfoque estratégico.....	68
7.1.1. Misión	68
7.1.2. Visión.....	68
7.1.3. Valores corporativos	69
7.2. Razón social	69
7.3. Organigrama.....	70
7.4. Manual de funciones	70
7.5. Estudio legal.....	70
7.6. Requisitos previos para su instalación	71
8. Estudio financiero	73
8.1. Costos indirectos de fabricación	73

8.2. Costos por producto	74
8.3. Resumen costos por producto	74
8.4. Gastos.....	75
8.5. Inversión fija	76
8.6. Inversión diferida	76
8.7. Plan de financiación	77
8.8. Amortización.....	77
8.9. Estado de resultados.....	79
8.10. Flujo de caja.....	80
8.11. Balance general	82
9. Estudio social y ambiental.....	83
9.1. Estudio social	83
9.2. Estudio ambiental.....	84
10. Conclusiones	85
11. Bibliografía	87
Apéndices	91

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Parques en Colombia	20
Tabla 2. Estratificación social en Bucaramanga	29
Tabla 3. Actividades a desarrollar	31
Tabla 4. Matriz del perfil competitivo	37
Tabla 5. Matriz DOFA	42
Tabla 6. Recursos físicos	57
Tabla 7. Micro-localización parque de trampolines	62
Tabla 8. Aforos	63
Tabla 9. Capacidad por número de salidas	64
Tabla 10. CIF	73
Tabla 11. Costo por producto.....	74
Tabla 12. Resumen costo por producto.....	75
Tabla 13. Relación de gastos	75
Tabla 14. Inversión fija	76
Tabla 15. Inversión diferida.....	76
Tabla 16. Plan de financiación.....	77
Tabla 17. Amortización	77
Tabla 18. Estado de resultados.....	79
Tabla 19. Flujo de caja.....	81
Tabla 20. Balance general proyectado	82

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Género	47
Figura 2. Estratificación socio-económica.....	48
Figura 3.¿Cuántas personas conforman su unidad familiar?	49
Figura 4. ¿Qué tan importante son los parques de diversiones y áreas recreativas para usted y su familia?	50
Figura 5. ¿Cuál es el parque de diversiones que más visita en la ciudad?.....	51
Figura 6. Frecuencia de visita al parque de diversiones seleccionado.....	52
Figura 7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por disfrutar de todas las atracciones del parque?	53
Figura 8. ¿Qué factor tiene en cuenta al momento de seleccionar el parque de diversiones que va a visitar?	54
Figura 9. Seleccione el tipo de parque de diversiones que le genera mayor interés.....	55
Figura 10. ¿Qué servicios o juegos adicionales le gustaría que se implementen en este centro de recreación?	56
Figura 13. Parque de trampolines	58
Figura 14. Área de trampolines.....	59
Figura 15. Área de juegos de mesa y fiestas.....	60
Figura 16. Localización geográfica de Bucaramanga.....	61
Figura 17. Esquema de implementación de un SG-SST.....	66

Lista de apéndices

	Pág.
Apéndice 1. Lista de chequeo verificación	91
Apéndice 2. Encuesta.....	94
Apéndice 3. Funciones gerente general	95
Apéndice 4. Funciones contador.....	95
Apéndice 5. Funciones servicios generales	96

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PARQUE DE DIVERSIONES PARA LA RECREACIÓN INFANTIL, EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA, SANTANDER

AUTOR(ES): WILLIAM RESTREPO AMAYA

PROGRAMA: Facultad de Ingeniería Industrial

DIRECTOR(A): RUBÉN DARÍO JÁCOME CABRALES

RESUMEN

El avance de la tecnología ha hecho que la población infantojuvenil pase gran parte de su tiempo en actividades sedentarias, como interactuar con videojuegos, navegar por internet, uso de mensajería instantánea, entre otros. Es por esto que se plantea el presente trabajo de investigación, el cual pretende determinar la factibilidad para la creación de un parque de diversiones para la recreación infantil, en la ciudad de Bucaramanga con el fin de ofrecer una actividad física diferente a este grupo poblacional. Para la realización del presente proyecto se realizó un estudio técnico, de mercado, administrativo, financiero, social y ambiental a través de la realización de este análisis, con herramientas como matriz DOFA, encuesta, distribución de planta, realización de enfoque estratégico y estudio legal. Basado en la información recopilada y analizada se determinó que la creación de un parque temático para la recreación infantil es viable, determinando que la recuperación de la inversión inicial de este negocio se da en 5 años.

PALABRAS CLAVE:

Factibilidad, parque de diversiones, recreación infantil, Bucaramanga

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A PARK OF FUN FOR CHILDREN'S RECREATION, IN THE CITY OF BUCARAMANGA, SANTANDER

AUTHOR(S): WILLIAM RESTREPO AMAYA

FACULTY: Facultad de Ingeniería Industrial

DIRECTOR: RUBÉN DARÍO JÁCOME CABRALES

ABSTRACT

The advancement of technology has made children and youth population spend most of their time in sedentary activities, such as interacting with video games, surfing the Internet, usage of instant messaging, among others. This is the reason of this project, which aims to determine the feasibility for the creation of an amusement park for children's recreation, in the city of Bucaramanga in order to offer a different physical activity to this population group. To carry out this project, technical, market, administrative, financial, social and environmental studies were carried out through the realization of this analysis, with tools such as SWOT matrix, survey, plant distribution, strategic approach and legal study. Based on the information collected and analyzed it was determined that the creation of a theme park for children's recreation is viable, determining that the recovery of the initial investment of this business occurs in 5 years.

KEYWORDS:

Feasibility, amusement park, children recreation, Bucaramanga

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

Introducción

Según la OMS, los niños y jóvenes de 5 a 17 años deben invertir como mínimo 60 minutos diarios en actividades físicas de intensidad moderada, esto con el fin de mejorar las funciones cardiorrespiratorias, musculares y la salud ósea en general. Así mismo, describe que la actividad física debe ser en su mayoría aeróbica involucrando juegos, deportes, actividades recreativas o ejercicios programados (OMS, 2019).

Sin embargo, lo que se observa hoy en día es todo lo contrario, ya que la mayoría de niños y jóvenes pasan su tiempo realizando actividades sedentarias. En concordancia con lo anterior, la Secretaria de Salud, reportó que para el 2018, siete de cada diez niños eran sedentarios, pasando entre tres y cuatro horas diarias frente al televisor, el computador o videojuegos. Esto conlleva a problemas como la obesidad, alteraciones cardiacas, baja autoestima, entre otros (El Espectador, 2018).

Ante esta problemática se plantea el presente trabajo de investigación, el cual tiene como finalidad proponer la creación de un parque de diversiones recreativo enfocado a este grupo poblacional, basado en juegos de trampolines y saltarines.

El origen del salto en trampolín se remonta a la década de 1980, en donde la NASA, descubrió que los astronautas experimentaban mayor cantidad de estrés en sus tobillos y rodillas mientras corrían, pero durante el salto, la fuerza era distribuida de manera más equitativa sobre las piernas, espalda y cabeza (Gómez, 2013). Desde entonces se han estudiado los beneficios de saltar en trampolín, entre los cuales se destacan: reducción del riesgo de osteoporosis, beneficios cardiovasculares, mejoría de tono muscular de las piernas, mejoría de la capacidad del equilibrio y la salud mental (Jiménez E. , 2017).

1. Planteamiento del problema

El auge de los videojuegos y la tecnología, han desplazado las actividades sociales de la población infantil. Según Bavelier, Green, & Dye (citado por Jiménez y Araya, 2012), actualmente los niños y adolescentes se encuentran totalmente expuestos a la tecnología y a los medios de difusión electrónica tanto en la escuela como en sus hogares. Ya no es solamente la televisión que retiene la atención de los niños, sino también otros dispositivos electrónicos que logran centrar la atención de esta población en actividades muy diferentes que se realizaban hace algunos años como compartir familia y amigos en los parques.

Un estudio reciente, encontró que los niños y adolescentes estadounidenses pasan 6 horas al día utilizando equipos electrónicos para su entretenimiento (CNN, 2018). Navegar por Internet, el uso del correo electrónico, la mensajería instantánea y la descarga de ficheros de música o películas son las actividades más habituales (Ruiz y López, 2009).

Éste estilo de vida, ha dado como resultado que las nuevas tecnologías, dominen gran parte en la vida de los niños, quienes irremediamente, desde su nacimiento, están en contacto constante con las Tecnología de la Información y Comunicaciones (TIC).

Un artículo de la sección de educación de la página web del Espectador da a conocer la postura de los padres de familia respecto al uso de los teléfonos inteligentes en menores de edad, titulado: “72 % de los padres aprueban el uso de Smartphone en menores de 14 años”. En donde los resultados obtenidos de la firma de *Bigdata y analítica Sinnetic* demuestran la aprobación de los padres de familia acerca del uso de celulares inteligentes en menores de edad. *Bigdata y analítica Sinnetic* estudió el comportamiento de 729 familias sobre el acceso de los pequeños al mundo

digital. La investigación arrojó que el 72 % de los padres colombianos aprueban el uso de Smartphones en menores de 14 años (El Espectador, 2018).

Así mismo, la mayoría de centros de entretenimiento o salones de juegos que se ofrecen para menores de edad son con contenido electrónicos y por lo general relacionados a una pantalla, en donde el menor de edad se concentra en lo que se proyecta en las pantallas sin la necesidad de realizar algún tipo de esfuerzo físico.

En Bucaramanga, se puede ver como un claro ejemplo en los centros comerciales existen tiendas de entretenimiento electrónico para menores de edad como lo son: Happy City, Arkadia y Happyland.

Todas estas tendencias ha llevado a que los menores de edad elijan o tengan mayor favoritismo en realizar actividades que no impliquen grandes actividades físicas, convirtiéndolos así, probablemente en seres humanos sedentarios a una muy temprana edad.

Así mismo, es importante resaltar que la obesidad en niños en Colombia aumentó en un 25.9% en cinco años (Caracol Radio, 2017), aunque las causas principales, de la obesidad en los niños, se debe generalmente a su alimentación; es tácito mencionar que una forma de prevención a la obesidad en menores de edad, es el desarrollo de actividades que impliquen ejercicio físico; y teniendo en cuenta la tendencia en el uso de aparatos electrónicos que ofrece la sociedad a los menores de edad, es necesario crear alternativas de recreación infantil, en donde los menores de edad puedan tener espacios de recreación, sin algún tipo de relación electrónica.

Por lo anterior, se busca crear un espacio de recreación infantil de trampolines en la ciudad de Bucaramanga, en donde los menores de edad se desconecten por un momento de las pantallas digitales y los juegos electrónicos, para lograr crear un espacio de diversión, donde además de

pasar un rato agradable realicen actividades físicas que aporten a su beneficio y salud tanto física como mental, mejorando de esta forma su motricidad y resistencia.

1.1. Pregunta de investigación

¿Cuáles son los elementos que permiten determinar la factibilidad para la creación de un parque de diversiones para la recreación infantil, en la ciudad de Bucaramanga, Santander?

2. Justificación

El presente trabajo tiene como propósito realizar una investigación que permita determinar la viabilidad para la creación de un parque de diversión infantil, a través de los diferentes estudios para establecer y determinar el mercado objetivo, las adecuaciones físicas que este debe contener, los requisitos legales y los diferentes indicadores que midan la viabilidad del proyecto en la ciudad de Bucaramanga.

Para la consecución del proyecto, es necesario estudiar y analizar las preferencias, gustos y tendencias del cliente final, ya que se pretende establecer la aceptación de un parque de recreación infantil, en dónde los niños puedan encontrar una gran variedad de juegos, sin ningún tipo de relación mecánica.

Sí bien se conocen las preferencias de los menores de edad por juegos electrónicos, con este trabajo se busca asegurar el éxito del parque de recreación bajo techo, ofreciendo una manera diferente de diversión, la cual no implica dispositivos electrónicos, contribuyendo a la salud física de los menores de edad.

Es importante que en el país se creen espacios de recreación infantil, que sean innovadores, para que, de esta manera, llamen la atención de todas las personas y en especial a los menores de edad con el fin ofrecer alternativas de entretenimiento que motiven a los niños a encontrar espacios diferentes a los medios electrónicos y que además se incentive el deporte y la integración familiar.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad para la creación de un parque de diversiones para la recreación infantil, en la ciudad de Bucaramanga.

3.2. Objetivos específicos

- Efectuar un estudio de mercado para identificar la demanda, la oferta, canales de distribución, precios, publicidad y promoción para la creación de un parque de diversiones para niños en Bucaramanga.
- Realizar un estudio técnico determinando la localización, el tamaño, las instalaciones, atracciones y requerimientos de seguridad para el óptimo funcionamiento del parque de diversiones para niños.
- Diseñar la estructura organizacional y administrativa para la creación del parque de diversiones para niños eligiendo el tipo societario que se desea constituir y la razón social de la misma, con el fin de determinar su misión, visión y objetivos organizacionales.
- Verificar la normatividad vigente que cubre la conformación de un parque de diversiones y los diferentes permisos que este debe tener para estar en funcionamiento.
- Elaborar un estudio financiero que permita identificar los principales costos y gastos que tendrá este nuevo parque infantil

- Realizar un estudio social y ambiental que permita determinar el impacto del parque infantil sobre el núcleo familiar.
- Presentar la propuesta ante la oficina de emprendimiento de la Universidad Pontificia Bolivariana y buscar fuentes de financiamiento que permitan llevar a cabo la idea de negocio

4. Marco de referencia

4.1. Marco contextual

El turismo en parques temáticos nació en Norteamérica, con uno de los íconos reconocidos a nivel mundial de animación, películas y diversos productos para el público infantil, Walt Disney, que abre en 1955 Disneyland en California, con un plan ambicioso que comprendía cerca de 100 acres de tierra y un sin número de atracciones y proyectos que fueron acogidos por una demanda inesperada de personas que sobrepasaba lo presupuestado y que suponía el claro comienzo de un nuevo nicho de mercado dentro del tradicional sector del turismo. La industria de Disney siguió consolidándose y abriendo parques en otros países del mundo como Francia y Japón, además de crear una fuerte imagen de marca y fidelidad dentro de su público. Desde este momento la industria de los parques temáticos ha sufrido un crecimiento acelerado alrededor del mundo, y se han creado parques con todo tipo de temáticas en todos los continentes. (Ariza, et al. 2011)

4.1.1. Parques temáticos. Se conoce como parque temático al lugar en donde se reúnen un conjunto de atracciones entorno a una línea argumental específica destinada a ofrecer entretenimiento, educación, ocio y cultura a sus visitantes. Los parques temáticos se pueden clasificar de acuerdo con los segmentos hacia los que se dirigen sus temáticas: aventura, acuáticos, históricos, científicos y de animación. (Ariza, et al., 2011). Algunos de estos parques son:

Tabla 1. Parques en Colombia

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

Fuente: Elaboración propia, con base de información tomada de (ACOLAP, 2018)

Así mismo, (Ariza, et al., 2011), menciona que los parques temáticos son un atractivo turístico principalmente familiar puesto que la mayoría de atracciones están dirigidas al público infantil. A nivel global puede contribuir al crecimiento económico de un país no solo como un incentivo al turismo sino también a la atracción de inversión extranjera para ser parte del grupo empresarial que dirige el parque ya sean mediante la compra de acciones o incursionando en otros lugares con franquicias. Algunos de estos parques en Colombia son

A la par, el Departamento Nacional de Estadísticas (DANE) precisó que en 2016 cuatro grupos de gastos de los hogares en el análisis del Índice de Precios del Consumidor (IPC) se ubicaron por encima del promedio nacional (5,75%): salud (8,14%); otros gastos (7,25%); alimentos (7,22%) y educación (6,34%). El resto estuvieron por debajo del promedio: vivienda (4,83%); comunicaciones (4,72%); transporte (4,47%); diversión (4,05%) y vestuario (3,98%). (Mendoza, 2017)

La Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones (ACOLAP), que representa alrededor de 50% de la oferta de parques y diversiones, tiene cerca de 70 empresas operadoras que manejan 280 establecimientos en todo el país.

Las empresas asociadas a ACOLAP generan alrededor de unos 10.000 empleos, que en su mayoría son catalogados de primer empleo. En cuanto a la estructura organizacional, en el sector un 80% de los empleados son operarios y un 20% lo compone el personal administrativo.

Un factor clave en el sector turístico es la atención al cliente, y la industria de parques no es ajena a la calidad del servicio. (Mendoza, 2017)

4.1.2. Importancia de la recreación. La recreación es un factor importante en el desarrollo del ser humano, ya que el ocio no contribuirá al desarrollo humano en ausencia de una dimensión moral y ética sostenible, por lo tanto se debe tener en cuenta que el ocio y la recreación reproducen muy diversos valores, el ocio debiera ser, una vivencia integral relacionada con el sentido de la vida y los valores de cada uno y coherentes con ellos, una experiencia de recreación, que crea ámbitos de encuentros “cuando se habla de ocio no se refiere a la mera diversión, el consumo material, el ocio pasivo o la simple utilización del tiempo libre se alude un concepto de ocio abierto a cualquier perspectiva presente y futura” pero al mismo tiempo, entendido como marco desarrollo humano y dentro de un compromiso social sin embargo, el ocio no contribuirá al desarrollo humano en ausencia de una dimensión moral y ética sostenible por lo tanto , se deben combinar con los valores sociales que sustenta la equidad, y contradigan aquéllos que no propician un desarrollo humano desde las identidades personales y sociales. (Scribd, 2016)

4.1.2.1. Recreación Activa. Este tipo de recreación implica actividad motora, es decir ejercicio. Su principal característica además de que es una recreación que se efectúa en movimiento es que es un tipo de recreación mayormente interactiva, porque incluye la interacción entre varios niños o bien entre adultos y niños de un mismo grupo social. Recreación activa es:

- Partidos de fútbol callejero o no profesional.
- Juegos de basquetbol, voleibol, o cualquier otro juego en equipo que no requiera equipo especial y que pueda ser realizado en cualquier espacio abierto.
- Juegos colectivos al aire libre.
- Correr o caminar a la intemperie.

4.1.2.2. Recreación pasiva. Es un tipo de recreación llevada a cabo en lugares cerrados comúnmente, aunque también se puede efectuar en lugares abiertos y es en la que el niño solo participa como receptor de la actividad y no como sujeto activo.

4.1.3. Tipos de juegos que contribuyen en los menores de edad a realizar ejercicio. Desde la perspectiva psico-evolutiva, el juego puede ser de cuatro tipos:

4.1.3.1. Juego funcional o de ejercicio (primeros meses de vida). Se realiza por el placer del movimiento y el conocimiento del propio cuerpo. Aunque se trata de un juego individual también puede ser estimulado por los adultos. Los juegos de ejercicio son aquellos que consisten básicamente en repetir una y otra vez una acción por el placer de los efectos inmediatos. Repetir acciones como morder, lanzar, chupar, golpear, manipular, balbucear, etc. podrían ser consideradas juegos de ejercicio y se suelen realizar tanto con juguetes como sin ellos.

Los juegos de ejercicio favorecen el desarrollo de los sentidos y la coordinación de diferentes tipos de movimientos y desplazamientos. Ayudan también a la adquisición de la relación causa-efecto, a la realización de los primeros razonamientos, a la mejora de ciertas habilidades y al desarrollo del equilibrio.

4.1.3.2. Juego simbólico (entre los 2 y 7 años). El niño utiliza símbolos en sus juegos, imitando la vida real e interpretando roles sociales (profesor, policía, padre...). El juego simbólico es aquel que implica la representación de un objeto por otro. Representa acontecimientos imaginarios e interpreta escenas verosímiles por medio de roles y de personajes ficticios o reales. Es el tipo de juego en el que el niño asigna toda clase de significados, más o menos certeros, a los objetos. Es el juego que trata de imitar a los adultos, de hacer como si fueran papás, mamás, maestros, cocineros, peluqueros, camioneros, etc.

Este tipo de juego empieza a observarse sobre los 2 años y conforme se va aumentando en edad, se va haciendo más complejo, más elaborado y con más detalles. En los primeros años se centra

en la vida más inmediata del niño (la familia, el colegio, la casa, los juguetes) y luego en entornos algo más alejados (las profesiones, los roles sociales, los personajes de ficción).

Los juegos simbólicos son esenciales para asimilar el entorno que nos rodea. Gracias a ellos, se aprenden y se ponen en práctica conocimientos sobre lo que está bien y lo que está mal y sobre los roles determinados por la sociedad adulta. El juego simbólico o de ficción es el juego infantil por excelencia. El niño necesita inventarse su propio mundo a partir de aquello que vive, pero traduciéndolo a un lenguaje simbólico, personal, con el que adaptar ese mundo externo a sus necesidades. Por medio del juego de ficción el niño entiende poco a poco ese mundo externo, lo elabora y se adapta a él en un proceso continuo de maduración.

4.1.3.3. Juego de reglas (desde los 7 años hasta la adolescencia). Es un juego que se realiza en grupo, donde existen unas normas y un reparto de roles que los jugadores deben conocer y respetar para conseguir el objetivo previsto. Son propios de la etapa del pensamiento formal y de la abstracción (juegos reglados y estructurados, deporte, juegos de competición). Favorecen el desarrollo del lenguaje, la memoria, el razonamiento, la atención y la reflexión.

Los juegos de reglas son fundamentales como elementos socializadores que enseñan a los niños a ganar y perder, a respetar turnos y normas y a considerar las opiniones o acciones de los compañeros de juego. Además, son fundamentales también en el aprendizaje de distintos tipos de conocimientos y habilidades.

4.1.3.4. El trampolín como ejercicio. Saltar en un trampolín o cama elástica es considerado como un ejercicio de bajo impacto que puede proporcionarte numerosos beneficios de bienestar cardiovascular y de salud. Hacer ejercicio en una cama elástica es una actividad aeróbica superior que puede ayudar a quemar calorías e impulsar tu metabolismo, tu sistema inmunológico y muchos otros órganos vitales.

Un entrenamiento estricto en el trampolín puede ejercitar con eficacia los músculos de los abdominales, las piernas, los muslos y las nalgas. Trampoline Tips señala que el ejercicio en una cama elástica es el segundo mejor ejercicio de bajo impacto, después de la natación. La Universidad recomienda la realización de ejercicios de intensidad moderada, entre 30 y 60 minutos, cinco días a la semana.

4.2. Marco teórico

Diversos autores han definido el significado de un proyecto de investigación. Así, para Sabino (1994), un proyecto de investigación es un plan definido y concreto de una investigación a realizar, con la especificación de sus características básicas. Sierra Bravo (1991) señala que el proyecto de investigación es la organización temporal y económica específica de todas las fases y operaciones de un proceso concreto de investigación. En líneas generales, el proyecto de investigación es una descripción concreta del estudio que se propone realizar un investigador, donde expresa lo que va a desarrollar (objetivos) y cómo lo hará (metodología). Es decir, la finalidad del proyecto de investigación es responder a interrogantes de investigación mediante la búsqueda de nuevos conocimientos. (Moya, 2018)

De acuerdo con Sobrero (2009) los análisis de viabilidad focalizan su atención en las relaciones que se pueden establecer entre la intervención propuesta y el medio intervenido. Se entiende por

medio (o ambiente), el espacio de referencia, destinatario del proyecto, aquél donde se verifican sus resultados y sus impactos. Espacio éste que se expresa en distintas dimensiones y cuyo análisis demanda la incorporación de categorías analíticas extra económicas y - por ende - el concurso de otras disciplinas, en la medida que está conformado por dimensiones financieras, jurídico-legales, organizativo-institucionales, técnica-operativas, tecnológicas, ambientales, sociales y políticas.

De esta forma un análisis de viabilidad abarca muchas áreas e implica que se tengan en cuenta diversos aspectos como el financiero, el legal, el técnico, el ambiental o el social, entre otros para generar un escenario global que permita establecer la factibilidad o no de un proyecto.

Así mismo, (Dino, 2018), menciona que la teoría de la factibilidad abarca todas aquellas cuestiones que tienen que ver con la realización esencial de un proyecto en cuanto a sus puntos básicos. Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados.

La Factibilidad se refiere a que un proyecto que se tenga en mente, pueda llevarse a cabo, es decir, pueda materializarse. La factibilidad puede ser clasificada en: Operativa, Técnica y Económica.

- La Factibilidad Operativa: Está determinada por la disponibilidad de todos los recursos necesarios para llevar adelante un proyecto. Por ejemplo, encontrar quienes serían los proveedores de los principales recursos necesarios para el proyecto, como se efectuaría el depósito para los productos. Así como los beneficiarios o usuarios del parque que serían los niños que se encuentran entre 3 a 15 años de edad.
- La Factibilidad Técnica: Está relacionada con encontrar las herramientas, los conocimientos, las habilidades y las experiencias necesarias y suficientes, para hacer que el proyecto sea exitosamente realizado.

- La Factibilidad Económica: Surge de analizar si los recursos económicos necesarios para desarrollar las actividades pueden ser cubiertos con el capital del que se dispone, y en su caso, realizar el estudio financiero correspondiente para captar capital de terceros.

Finalmente, (Dino, 2018), indica que la factibilidad tiene dos aspectos igualmente importantes como lo son el legal y el medio ambiente. Con relación al primero, existe en todo país un orden jurídico, marcado por la carta magna de cada estado o norma jurídica más importante (constitución nacional), los tratados internacionales reconocidos por el órgano legislativo, de cada estado y el resto de las normas inferiores de carácter legislativo (leyes nacionales y provinciales) o reglamentario (decretos nacionales y provinciales), como así también toda otra norma que reglamente una actividad (resoluciones de entidades públicas, autárquicas o no, reguladores de alguna actividad como así mismo lo normado por los municipios y comunas.)

5. Diseño metodológico

5.1. Diseño

El presente estudio, busca obtener información de los parques temáticos infantiles en la ciudad de Bucaramanga por lo cual se realizará una investigación concluyente, descriptiva, la información se obtendrá a través de un cuestionario estructurado aplicado a una muestra calculada mediante la fórmula de muestreo cuantitativo, donde se obtienen resultados de las diferentes perspectivas a través del análisis de los datos.

5.2. Instrumentos de la investigación

Para la recolección de datos se utilizan los siguientes instrumentos:

- Encuesta estructurada realizada a los padres de familia en la ciudad de Bucaramanga.
- Observación simple en los diferentes parques temáticos de la ciudad
- Información secundaria recopilada a través de páginas de internet y estudios que anteceden a esta investigación

5.3. Población

La población objetivo de la presente investigación son los padres de familia de los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, ya que son las personas que están en la capacidad económica de llevar a sus hijos a estos tipos de parques

La estructura de la población urbana en Bucaramanga por estratos socio-económicos con base en la población censada por el DANE a 2005 se puede ver en la tabla 2

Tabla 2. Estratificación social en Bucaramanga

Concepto	Porcentaje	Población
Estrato 1	11.07%	56.370
Estrato 2	16.57%	84.377
Estrato 3	28.90%	147.138
Estrato 4	32.57%	165.852
Estrato 5	3.81%	19.401
Estrato 6	7.09%	36.078
Total	100	509.216

Fuente: Elaboración propia con base en información tomada de (DANE, 2005)

Como se observa en la tabla 2, el 61.5% de la población del municipio se ubica en los estratos 3 y 4. La menor participación es la de los estratos 5 y 6 con 10.9 puntos porcentuales. A la par el 65% de la población en Bucaramanga se concentra en los estratos medios (estratos 3, 4 y 5) que tienen buena capacidad de consumo e inversión.

Por lo anterior que se concluye que el mercado objetivo para el presente estudio serán las personas de estrato 3, 4, 5 y 6, lo cual equivale a un 72.36% del total de los habitantes de Bucaramanga, es decir, 368.469 personas.

De acuerdo con (Secretaría de planeación, 2014) se logró evidenciar que en Bucaramanga, se presenta un incremento población del 1.09 de acuerdo con la densidad del municipio para el año 2005 es decir, que esta cifra se ajusta a la planteada anteriormente:

$$PO = 1 + (368.469 * 1.09) = 401.632 \text{ habitantes}$$

Ecuación 1. Estimación población en Bucaramanga estratos 3, 4, 5 y 6 para el año 2018

*PO= Población objetivo

5.4. Muestra

La muestra seleccionada, será de tipo no probabilístico por conveniencia, ya que este tipo de muestreo permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador. Igualmente se aplica la fórmula de población finita y conocida para hacer una conocer el número de la muestra.

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

Ecuación 2: Fórmula tamaño de la muestra

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N=Tamaño de la población

σ = Desviación estándar de la población, que cuando no se obtiene su valor es de 0.5

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza. Para 90% =1.65

e= Límite aceptable error muestral = 0.05

Aplicando la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{401.632 * 1.65^2 * 0.5^2}{(401.632 - 1) * 0.05^2 + 0.5^2 * 1.65^2} = 272$$

5.5. Actividades a desarrollar

La tabla 3 especifica cada uno de los objetivos y las actividades que se proponen para desarrollar cada uno de ellos.

Tabla 3. Actividades a desarrollar

Objetivo	Actividad
Efectuar un estudio de mercado para identificar la demanda, la oferta, canales de distribución, precios, publicidad y promoción para la creación del parque de diversiones para niños en Bucaramanga.	Realizar una encuesta dirigida a 163 personas, residentes de la ciudad de Bucaramanga, mayores de edad, padres o madres de familia que se encuentren entre los estratos 3,4,5 y 6
Realizar un estudio técnico determinando la localización, el tamaño, las instalaciones, atracciones y requerimientos de seguridad para el óptimo funcionamiento del parque de diversiones para niños.	Con el apoyo de un software especializado, construir la distribución de planta que tendrá el parque temático, e igualmente identificar los juegos que tendrá.
Elaborar un estudio financiero que permita identificar los principales costos y gastos que tendrá este nuevo parque infantil	Construcción de una plantilla, la cual indique los principales costos y gastos para la puesta en marcha de la idea de negocio con los respectivos indicadores financieros
Diseñar la estructura organizacional y administrativa para la creación del parque de diversiones para niños eligiendo el tipo societario que se desea constituir y la razón social de la misma, con el fin de determinar su misión, visión y objetivos organizacionales.	Consultar en libros y estudios realizados sobre la estructura organizacional que se debe implementar en este tipo de parques
Realizar un estudio social y ambiental que permita determinar el impacto del parque infantil sobre el núcleo familiar	Mostrar el impacto que tendrá la creación de este parque en la comunidad
Presentar la propuesta ante la oficina de emprendimiento de la Universidad Pontificia Bolivariana y buscar fuentes de financiamiento que permitan llevar a cabo la idea de negocio	Exponer los resultados del presente estudio ante la oficina de emprendimiento de la UPB con el fin de encontrar oportunidades de mejora que permitan mejorar la idea de negocio.

Fuente: Elaboración propia

6. Estudio de mercado

6.1. Análisis del entorno

6.1.1. Análisis del macro-entorno

El análisis que a continuación se plantea, se realizó con base en los factores PESTA, el cual identifica los factores del entorno general que van a afectar a la empresa. Este término proviene de las siglas en inglés para “Político, Económico, Social, Tecnológico y Ambiental”

- **Político-legal:** Son todos aquellos factores relacionados con la regulación legislativa del gobierno
- **Económicos:** Factores de índole económica que afectan al mercado en su conjunto (a unos sectores más que a otros). Entre ellos, se puede mencionar el ciclo económico, el tipo de interés, la oferta monetaria, la evolución de los precios, la tasa de desempleo, la distribución de los recursos, entre otros
- **Socio-culturales:** Configuración de los integrantes del mercado y su influencia en el entorno. Véase variables como la evolución demográfica, distribución de la renta, movilidad social, cambios en el estilo de vida, actitud consumista, nivel educativo, patrones culturales y la religión
- **Tecnológicos:** Estado de desarrollo tecnológico y sus aportes en la actividad empresarial. Depende de su estado la cifra en gasto público en investigación, Preocupación gubernamental y de industria por la tecnología, Grado de obsolescencia, Madurez de las tecnologías convencionales, Desarrollo de nuevos productos, Velocidad de transmisión de la tecnología. (Arias & Ruiz, 2017)

- Ambiental: Son todos los factores que influyen en el ambiente y/o que tienen impacto en aspectos ecológicos. Dentro de los factores ambientales están: la ubicación geográfica, cambios climáticos, compensaciones ambientales, manejo de eliminación de residuos, proceso de reciclaje de la empresa, entre otros (Corvo, 2019).

6.1.1.1. Factor político y legal. La Ley 1225 de 2008 regula el funcionamiento y operación de los parques de diversiones. Esta Ley tiene por objeto la intervención de las autoridades públicas del orden nacional, distrital y municipal, en cuanto a los requisitos mínimos que deben cumplir para el funcionamiento, instalación, operación, uso y explotación, de los Parques de Diversiones, parques acuáticos, temáticos, ecológicos, centros interactivos, zoológicos y acuarios públicos o privados, las Atracciones o Dispositivos de Entretenimiento, como también las conocidas ciudades de hierro de atracciones mecánicas en todo el territorio nacional, para los ya existentes como para los nuevos, en función de la protección de la vida humana, el medio ambiente y la calidad de las instalaciones.

6.1.1.2. Factor económico. Ángela Díaz, directora de ACOLAP, manifiesta que el sector de los parques de diversiones se encuentra en pleno desarrollo, pues es en realidad una actividad joven. Sin embargo, una de las dificultades que enfrenta el sector es que es muy dependiente y sensible a lo que suceda con la economía. Decisiones como el alza en las tasas de interés o temas como la reforma tributaria, que pueden imponerles nuevos impuestos a los colombianos, juegan en contra de esta industria.

Entre el 2016 y 2017, el país atravesó por una desaceleración económica de la que hasta ahora se está recuperando. Esto como efecto de una alta inflación, tasas de interés altas y, por supuesto, la más reciente reforma tributaria

Así mismo, Ángela Díaz, resaltó que los parques de atracciones mecánicas no son ajenos a la caída del consumo en 2017 y que, al comparar los movimientos que había tenido el sector en años anteriores (como 2014 o 2015), se ha empezado a sentir el impacto negativo en los ingresos y el número de visitantes, sobre todo aquellas personas que están entre los estratos 3 y 5, que según la directora gremial de ACOLAP fueron las personas que más se vieron golpeadas por el alza en los impuestos, en especial, por el incremento del IVA del 16% al 19%. (Dinero, 2017)

6.1.1.3. Factor social y cultural. Las empresas asociadas a ACOLAP (la cual representa el 50% de la oferta de parques de diversiones en el país) generan alrededor de unos 10.000 empleos, que en su mayoría son catalogados de primer empleo. En cuanto a la estructura organizacional, en el sector un 80% de los empleados son operarios y un 20% lo compone el personal administrativo.

6.1.1.4. Factor tecnológico. Varios estudios sugieren que los niños y adolescentes pasan en promedio 6 horas diarias en actividades de ocio sedentarias (mirar televisión, utilizar internet, chatear con pares, entre otras)

De acuerdo con una encuesta realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) para el año 2016, aplicada a 26.813 personas de 8527 hogares, arrojó que el 44% de las personas encuestadas, entre edades de 12 a 25 años, invierten su tiempo libre en actividades de entretenimiento mediante el uso de video juegos. Así mismo, el uso de internet sigue aumentando, debido a que pasó de 60,6% en 2014 a 66,9% en 2016. Como dato importante de este estudio, se identificó que Bogotá cuenta con la mayor asistencia a parques, en dónde un 31,3% asiste a reservas naturales y zoológicos y un 30,7% a parques de diversiones (Finanzas Personales, 2017)

Sin embargo, la industria de los parques de diversiones ha demostrado un importante posicionamiento dentro de los hogares colombianos, esto se ve reflejado en las altas inversiones que parques temáticos como el Parque del Café y Mundo Aventura han realizado para la adquisición de nuevas atracciones mecánicas, buscando incrementar el número de visitantes a sus instalaciones. (Dinero, 2017).

6.1.1.5. Factor ambiental. El impacto de los cambios climáticos en el país ha sido factor influyente para el desarrollo productivo de los parques de diversiones. Esto, sumado al auge de los parques bajo techo hace que los visitantes tengan preferencias a la hora de buscar qué establecimientos visitar.

Para el año 2016, se empezaron a ver cambios en cuanto a la rentabilidad de los parques de diversiones, según lo expuesto por Ángela Díaz (citado por González, 2019): “Si bien es cierto el

2016 no fue un año malo, tampoco fue el mejor. Es decir, en algunos de los casos o se mantuvo el número de visitantes o bajó un poco respecto a lo que se tenía proyectado en crecimiento”. Parte de este desenlace, se atribuyó a las condiciones climáticas en donde los parques al aire libre se vieron afectados por las lluvias durante ese fin de año (La República, 2017).

Para el año 2017, el número de visitas a parques de diversiones se registró en descenso, no sólo por el efecto de la economía del país, sino también por los cambios ambientales del momento, así lo sostuvo Pedro Nel Salazar, gerente general del Parque del Café: “En términos generales fue un año difícil que se unió, además, con uno de los inviernos más fuertes en los últimos 15 años en el Eje Cafetero” (Dinero, 2017). Durante dicho año, se vio una disminución de ingresos del 7% con respecto al año anterior.

Por otro lado, los parques de diversiones bajo techo van tomando gran protagonismo, teniendo estos como ventaja no depender del clima Así lo demostró un estudio realizado por Camacol B&C en alianza con Retelligence, en donde se evaluó la percepción de centros comercial y se documentó que el 30% de los visitantes de los centros comerciales van en compañía de su núcleo familiar (La República, 2018). Otras ventajas identificadas fueron, la seguridad, la disponibilidad de parqueaderos más cómodos, y la oferta de otros servicios como comercio y gastronomía (La República, 2018).

6.1.2. Matriz del perfil competitivo (MPC)

Esta matriz indica los principales competidores, analizando sus fortalezas y debilidades en relación con la posición estratégica de una empresa que se toma como muestra (ver tabla 4).

La ponderación que se realiza en la MPC incluyen factores críticos de éxito y aspectos internos y externos de la competencia. La clasificación de las fortalezas y debilidades se explica a continuación:

1. Debilidad principal
2. Debilidad menor
3. Fortaleza menor
4. Fortaleza principal

Tabla 4. Matriz del perfil competitivo

Factores críticos del éxito	Ponderación	Arkadia		Acualago		Duni Aventuras		Happy City	
		Clasificación	Puntuación	Clasificación	Puntuación	Clasificación	Puntuación	Clasificación	Puntuación
Publicidad	0,2	3	0,6	2	0,4	3	0,6	2	0,4
Calidad de las atracciones	0,15	3	0,45	3	0,45	4	0,6	3	0,45
Competitividad de los precios	0,1	4	0,4	4	0,4	4	0,4	3	0,3
Variedad en las atracciones	0,1	4	0,4	3	0,2	2	0,2	2	0,2
Administración de recursos	0,1	3	0,3	2	0,2	3	0,3	2	0,2
Lealtad de los clientes	0,15	2	0,3	2	0,3	2	0,3	2	0,3
Posicionamiento de marca	0,1	2	0,2	2	0,2	2	0,2	2	0,2
Trayectoria en el mercado	0,1	3	0,3	2	0,2	2	0,2	3	0,3
	1		2,95		2,45		2,8		2,35

Fuente: Elaboración propia

La tabla 4 muestra los factores críticos que se analizaron para determinar las fortalezas y debilidades de la competencia existente del Área Metropolitana de Bucaramanga (AMB), evaluando algunos factores críticos que se consideran más significativos para el éxito de la

organización. La publicidad, la calidad de las atracciones y la lealtad de los clientes, fueron los factores con la ponderación más alta, teniendo un peso de 0.2, 0.15 y 0.15 respectivamente.

Los resultados obtenidos en la tabla 4 reflejan a “Arkadia” como la empresa con los factores crítico más altos después de hacer la sumatoria de cada uno de ellos con un resultado de 2.95, seguido por “Duni Aventuras” con 2.8. Sin embargo, estos números revelan las fortalezas relativas de las compañías, pero la precisión implícita es solo una ilusión, ya que el objetivo es evaluar la información de una manera significativa para la toma de decisiones.

6.1.3. Análisis del micro-entorno

El análisis del micro entorno tiene en cuenta factores intrínsecos que afectan directamente el desarrollo de una organización, los cuales pueden ser modificados para generar ventaja competitiva en el mercado; el modelo de las cinco fuerzas de Porter (1997) es una herramienta que se usa regularmente para analizar el entorno competitivo.

Este modelo mide un sector o una empresa identificando cinco fuerzas, las cuales permiten analizar si las actividades que desempeña la organización son competitivas. Igualmente, permite obtener criterios decisivos para la formulación de las estrategias para el posicionamiento de una empresa. El modelo de las cinco fuerzas de Porter está compuesto por:

- Poder de negociación con los proveedores
- Poder de negociación con los clientes
- Amenaza de entrada de nuevos competidores
- Amenazas de posibles productos sustitutos
- Rivalidad entre competidores existentes

6.1.3.1. Poder de negociación con los proveedores

La baja competitividad en ese sector limita las opciones de escogencia de proveedor. Lo anterior debido a que en Colombia existen pocos proveedores dedicados a la manufactura de camas elásticas, debido a que estas empresas ofrecen otros productos y servicios. Con esto, se puede entender que el poder de negociación para la empresa sería bajo, teniendo en cuenta que, para el acuerdo de precios sobre los productos necesarios para el funcionamiento del negocio, el proveedor tendría una ventaja competitiva debido a que no existen muchas empresas que puedan suplir esta necesidad.

6.1.3.2. Poder de negociación con los clientes

Un poder de negociación puede considerarse alto o bajo dependiente de algunos factores claves. En el caso del parque de diversiones a presentar, se consideraría que el poder de negociación de los clientes es bajo. Primero porque el servicio que se ofrece puede brindarse tanto para la población infantil, como adultos y puede venderse como un servicio de adquisición familiar. No hay una amplia oferta en la ciudad para los compradores, ya que, si bien existe un parque de trampolines en el municipio de Floridablanca, la apertura de un parque de las mismas características en una zona más central de la ciudad podría considerarse como primera opción para los clientes. Por último, se considera que el servicio a ofrecer tiene características diferenciales, las cuales hacen que su atractivo y adquisición aumenten.

6.1.3.3. Amenaza de entrada de nuevos competidores

La empresa Ferias y Eventos S.A visita periódicamente la ciudad de Bucaramanga, ofreciendo al público la opción de atracciones mecánicas. Esta empresa recorre el territorio nacional en dos

unidades: River View Park y Great Adventure Park. Estas unidades son más conocida como “La Ciudad de Hierro”. A raíz de esta posible amenaza, se deben implementar estrategias que permitan reducir el impacto de estas visitas que realiza la empresa Ferias y Eventos S.A, debido a que, al ofrecer atracciones mecánicas, gran parte de la población se ve atraída hacia este parque

6.1.3.4. Amenaza de posibles productos sustitutos. Un bien o servicio se considera sustituto de otro cuando aun no siendo de la misma naturaleza, desempeña la misma función y satisface las mismas necesidades que este.

Este criterio presenta una gran amenaza para la empresa debido a que existen diferentes tipos de parques de diversiones en Bucaramanga y su área metropolitana que puede elegir la población objetivo. Entre estas opciones se encuentra el parque Arkadia, ubicado en el centro comercial El Cacique, el parque Happy city, con ubicación en el Centro Comercial Cañaveral y Cabecera IV Etapa y el parque Duni Aventuras, ubicado en el Centro Comercial Caracolí, los parques anteriormente mencionados hacen parte de la categoría de Centros de Entretenimiento Familiar. Otra clase de parque que presenta una amenaza es Acualago, ubicado en el barrio Lagos I, el cual se encuentra en la categoría de parques acuáticos. A continuación, se muestran las especificaciones de los parques anteriormente mencionados.

6.1.3.5. Rivalidad entre competidores existentes. Son las empresas que compiten directamente ofreciendo un producto de la misma naturaleza y que cumpla las mismas funciones en el sector. Dentro de esta categoría se encuentra el parque Duni Aventuras, el cual es un parque de trampolines que ofrece el mismo servicio que se espera proponer. En este punto se desarrollará un análisis de la competencia que permita establecer estrategias que otorguen una ventaja competitiva en factores como el precio, la calidad de las atracciones y promociones, con el propósito de marcar un punto diferenciador que fidelice a los clientes.

6.2. Matriz DOFA

Para formular estrategias que permitan a la empresa lograr un posicionamiento estratégico dentro del mercado, se analizan los aspectos analizados dentro del macro-entorno y el micro-entorno como resultado de la priorización de amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades, con el fin de entrar a evaluar cada una de ellas a través de la Matriz DOFA. Dicha matriz de caracteriza por brindar un diagnóstico actual de la empresa identificando problemas y generando estrategias para solucionarlos.

Al realizar la matriz DOFA se busca aprovechar las fortalezas de la empresa y las oportunidades del entorno con el fin de mitigar el riesgo por las debilidades y las amenazas del sector económico (ver tabla 5).

Tabla 5. Matriz DOFA

Matriz DOFA					
DOFA		Oportunidades		Amenazas	
		O1	La idea de negocio es generadora de nuevos empleos	A1	Caída del consumo por alza en los impuestos
		O2	Auge de los parques de diversiones bajo techo	A2	Niños y adolescentes aumenta actividades de ocio sedentarias
		O3	En Santander, el negocio de los parques está en desarrollo	A3	Altas inversiones en mantenimiento e importación de las atracciones
		O4	Colombia en el tercer lugar de Latinoamérica con mayor éxito en parques de diversión	A4	Alta competitividad en la ciudad por presencia de parques de diversiones con mayor trayectoria
Fortalezas		Estrategias FO		Estrategias FA	
F1	Bajo poder de negociación de los clientes			Incursionar en el mercado con precios más bajos que los competidores para así poder captar a los clientes. Realizar estrategias de fidelización, como por ejemplo, promociones en fechas especiales, generar alianzas con cajas de compensación familiar.	
F2	Propuesta de entrenamiento diferente, que puede mejorar el estado de salud				
F3	Pueden ofrecerse otros medios de entretenimiento en el mismo establecimiento	Describir los beneficios de realizar ejercicio en camas elásticas, y ofertar el servicio como una opción novedosa de entrenamiento saludable.		Realizar alianzas estratégicas con proveedores nacionales para evitar importar las atracciones desde otros países..	
F4	La inversión inicial es baja a comparación de la inversión de otros parques temáticos	Afiliarse a ACOLAP, con el fin de tener un amparo legal, así como asesoría para la el desarrollo de la empresa, la búsqueda de entidades que contribuyan económicamente y realizar mejoras con el fin de ser reconocidos a nivel nacional.		Involucrar personas de la ciudad dentro del material de publicidad, en donde ellos mismos hablen de lo que es la experiencia de asistir al parque.	
Debilidades		Estrategias DO		Estrategias DA	
D1	Bajo poder de negociación con proveedores	Realizar benchmarking con empresas similares a nivel nacional e internacional para poder ofrecer servicios que sobresalgan en la ciudad.		Formar parte de plataformas en sitios web como Trip Advisor, haciendo visible y accesible el negocio a un mercado mucho más amplio con la oportunidad también de recibir reconocimientos derivados de las calificaciones.	
D2	La empresa Ferias y Eventos S.A visita periódicamente la ciudad de Bucaramanga				
D3	Existencia de otros centros de entretenimiento familiar				
D4	Existencia de un parque de trampolines en la ciudad de Floridablanca				
		Unirse a causas sociales con el fin de aumentar el impacto sobre los clientes.		Crear una página web en donde se venda la importancia del servicio, se demuestren los beneficios, pueden venderse entradas de manera virtual, se realice atención al cliente, entre otros.	
		Fidelización con proveedor.		Participar en encuentros nacionales y actividades que organice ACOLAP.	

Fuente: Elaboración propia

6.2.1. Estrategias FO

- Realizar campañas publicitarias en donde se enfoque la importancia de la actividad física en los niños, adolescentes y adultos, exaltando que se puede realizar ejercicio de una manera divertida. Para llevar a cabo la anterior, se utilizarán diferentes medios de difusión masiva tales como televisión, radial y redes sociales, en donde se presenten los beneficios de asistir al parque de diversiones propuesto. Así mismo, se podrá ofrecer otras atracciones que incluyan actividades físicas, como muro de escalar y juegos de salón como ping pong, ofreciendo de esta forma diferentes actividades que los asistentes al parque podrán disfrutar en familia.
- Afiliarse a ACOLAP, con el fin de tener un soporte logístico y legal durante la creación del parque. Con el respaldo de la asociación, puede exponerse la idea de negocio a instituciones bancarias o gubernamentales para conseguir los rubros necesarios para la inversión inicial.

6.2.2. Estrategias FA

- Incursionar en el mercado con precios más bajos que los competidores para así poder captar a los clientes. Iniciar con precios de apertura que sean cómodos para la población y así dar a conocer el establecimiento. Una vez posicionado, realizar estrategias de fidelización; venta de combos en taquilla, promociones especiales en cumpleaños, descuentos por grupos, realizar actividades lúdicas como concurso de disfraces durante el mes de octubre, talleres durante las vacaciones de mitad de año y fin de año con entrenadores de gimnasia (vacaciones recreativas) con tarifas especiales para clientes frecuentes. Generar alianzas estratégicas con cajas de compensación familiar en donde se brinden precios más bajos a sus beneficiarios.

- Efectuar contrataciones con empresas nacionales que sean manufactureras de las camas elásticas y demás implementos de recreación que se instalen en el parque, con el fin de ahorrar costos de compra, instalación, transporte y mantenimiento de los equipos a utilizar. Brindar la oportunidad de reconocimiento de dicha empresa durante la publicidad para que esta también obtenga beneficios con la apertura del parque.
- Involucrar a personas de la ciudad dentro del material de publicidad, en donde ellos mismos hablen de lo que es la experiencia de asistir al parque. Incluir dentro del material publicitario a personas que asistan al parque de trampolines para que puedan compartir la experiencia desde su punto de vista, evaluando las instalaciones, hablando sobre la comodidad económica y los beneficios que ellos mismos detectan que tiene este parque frente a otros. Abrir canales en redes sociales en donde pueda implementarse el “voz a voz” y así poder llegar de manera más rápida y económica a nuevos clientes.

6.2.3. Estrategias DO

- Realizar benchmarking con empresas similares a nivel nacional poder ofrecer servicios que sobresalgan. Al tener competidores en la ciudad ya que existen parques de diversiones de larga trayectoria (Arkadia, Happy City) y un parque en Floridablanca con características similares a las ofertadas (Duni Aventuras), se propone realizar benchmarking con empresas de la ciudad de Bogotá con el fin de destacar en el mercado a través de la diferenciación y así ganar posicionamiento frente a la competencia.
- Unirse a causas sociales con el fin de aumentar el impacto sobre los clientes. Realizar alianzas con entidades que realicen acción social en la población infantil (Fundación Hope, Fundación Montañas Azules, entre otras), con el fin de generar un valor agregado al servicio

prestado. A la par, se realizarán jornadas en donde se colecten fondos, donaciones durante fechas especiales, por ejemplo, navidad, que brinden un sentido social y mayor impacto dentro de las personas que adquieran el servicio, marcando también la diferencia frente a los competidores regionales.

- Mantener buenas relaciones con proveedores nacionales, puesto a que la capacidad de negociación es baja, mantener fidelidad con el proveedor con quien se contraten servicios, con precios justo y pago a tiempo para que se puede generar una ganancia bilateral.

6.2.4. Estrategias DA

- Formar parte de plataformas en sitios web como Trip Advisor, haciendo visible y accesible el negocio a un mercado mucho más amplio, ya que puede venderse el parque como atracción turística para visitantes que lleguen de otras partes del país. Esto brinda también la oportunidad de recibir comentarios y sugerencias por parte de los clientes a través de calificaciones.
- Crear una página web en donde se venda la importancia del servicio, explicando los beneficios que tiene el ejercicio físico en la salud y bienestar de los individuos, exaltando también las particularidades que brinda el parque. A través del sitio web puede facilitarse el servicio de venta de entradas para evitar filas en días con alto flujo de clientes (fines de semana, fechas especiales, vacaciones). Así mismo se puede brindar información sobre actividades a realizarse, y el portal será un canal de atención al cliente en donde se pueden recoger sugerencias, preguntas, quejas y reclamos.
- Participar en encuentros nacionales y actividades que organice ACOLAP. Al Ser parte de la asociación, el parque podrá crecer como establecimiento, al poder realizar capacitaciones a

su personal, obtener beneficios en cuanto a peticiones legales que realice la asociación (no IVA para el ingreso a parques de diversiones), formar parte de los encuentros nacionales y las ferias que se organicen con el fin de ganar reconocimiento a nivel nacional como uno de los mejores parques de entrenamiento familiar en Santander.

6.3. Encuesta

Según los cálculos realizados, la muestra para el presente estudio es de 272 personas adultas en la ciudad de Bucaramanga. Sin embargo, se tomará como muestra el 60% de esta n, es decir 163 encuestas.

Las encuestas fueron aplicadas en los 4 parque de diversiones calificados en la MPC (Arkadia, Acualago, Duni Aventuras, Happy City) y se dividieron de la siguiente manera:

- Arkadia: 41 encuestas
- Acualago: 41 encuestas
- Duni Aventuras: 41 encuestas
- Happy City (cañaveral): 20 encuestas
- Happy City (cabecera): 20 encuestas

6.3.1. Género

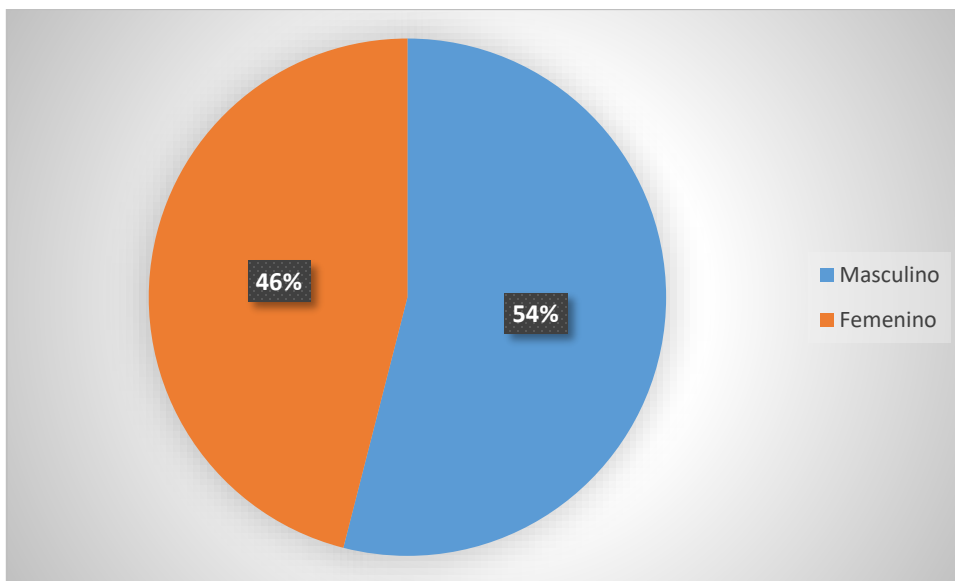


Figura 1. Género

Fuente: Elaboración propia

6.3.2. Estratificación socio-económica

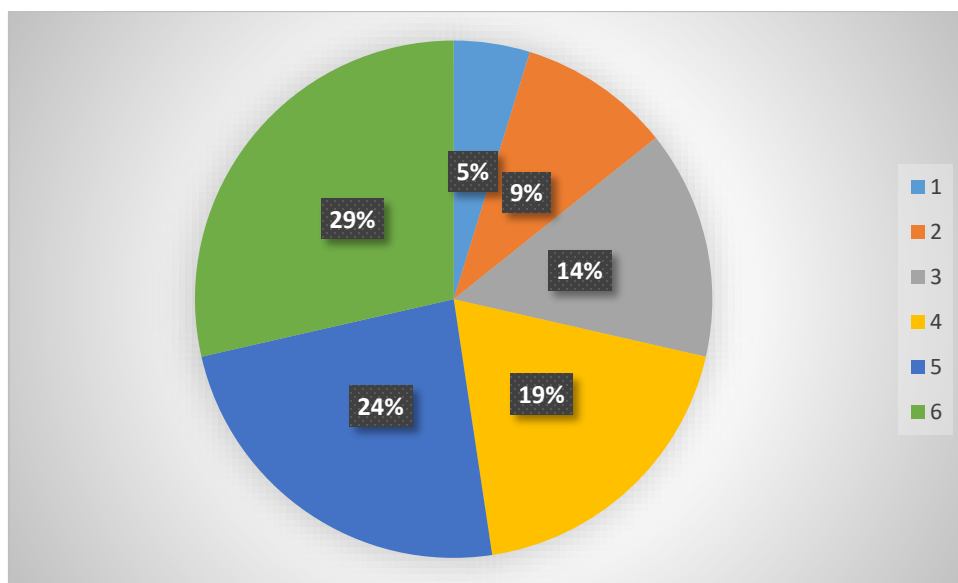


Figura 2. Estratificación socio-económica

Fuente: Elaboración propia

6.3.3. ¿Cuántas personas conforman su unidad familiar?

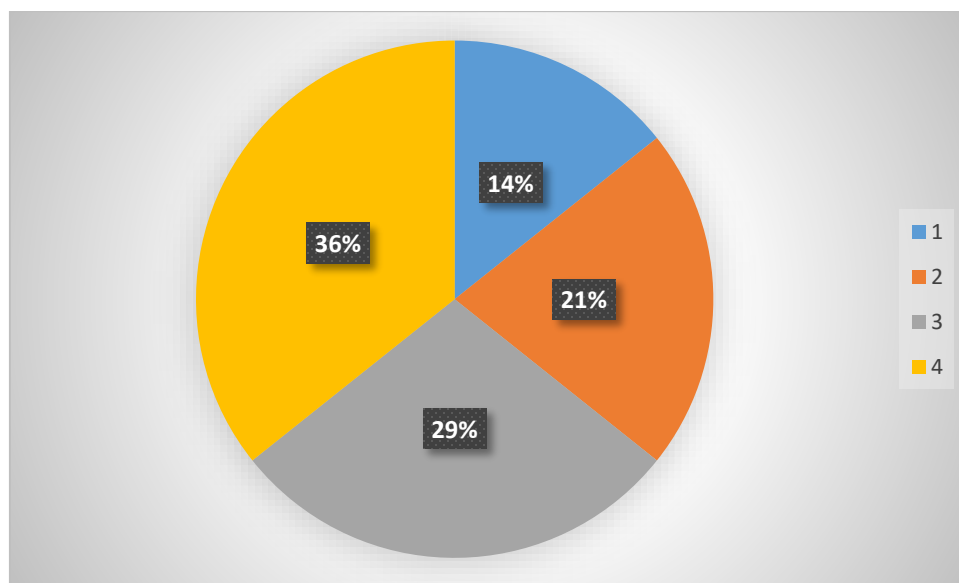


Figura 3.¿Cuántas personas conforman su unidad familiar?

Fuente: Elaboración propia

6.3.4. Importancia de los parques de diversiones para usted y su familia

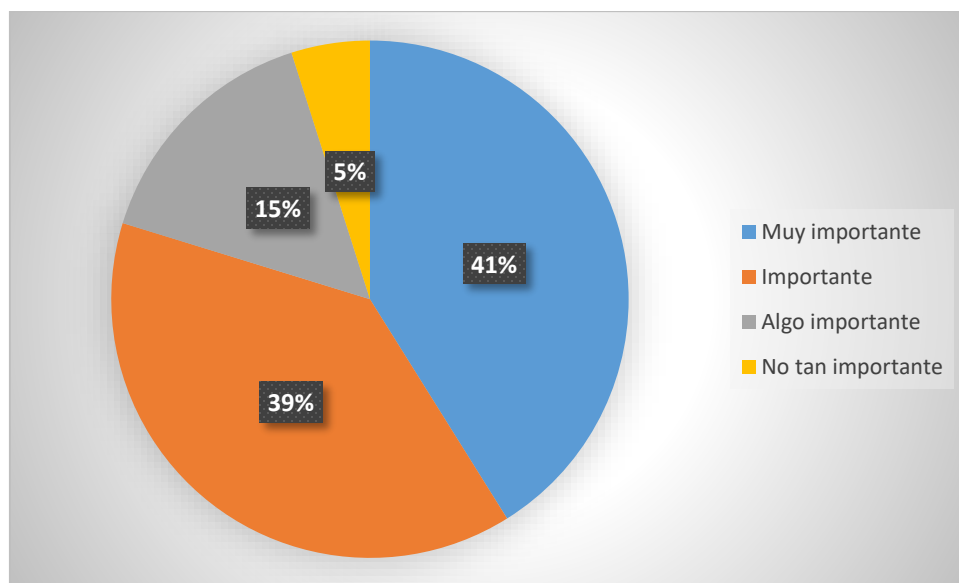


Figura 4. ¿Qué tan importante son los parques de diversiones y áreas recreativas para usted y su familia?

Fuente: Elaboración propia

6.3.5. Parque de diversiones más visitado

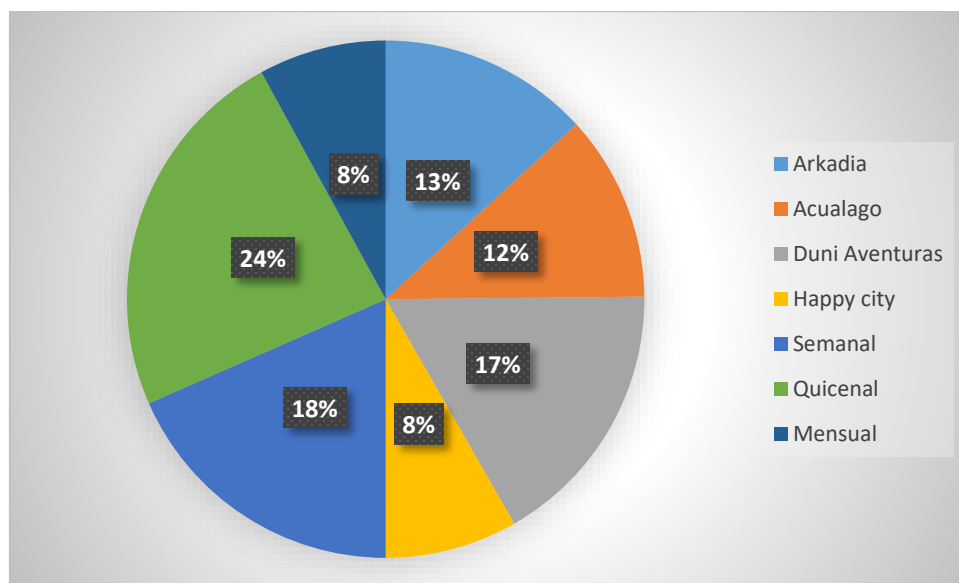


Figura 5. ¿Cuál es el parque de diversiones que más visita en la ciudad?

Fuente: Elaboración propia

6.3.6. Frecuencia de visita al parque

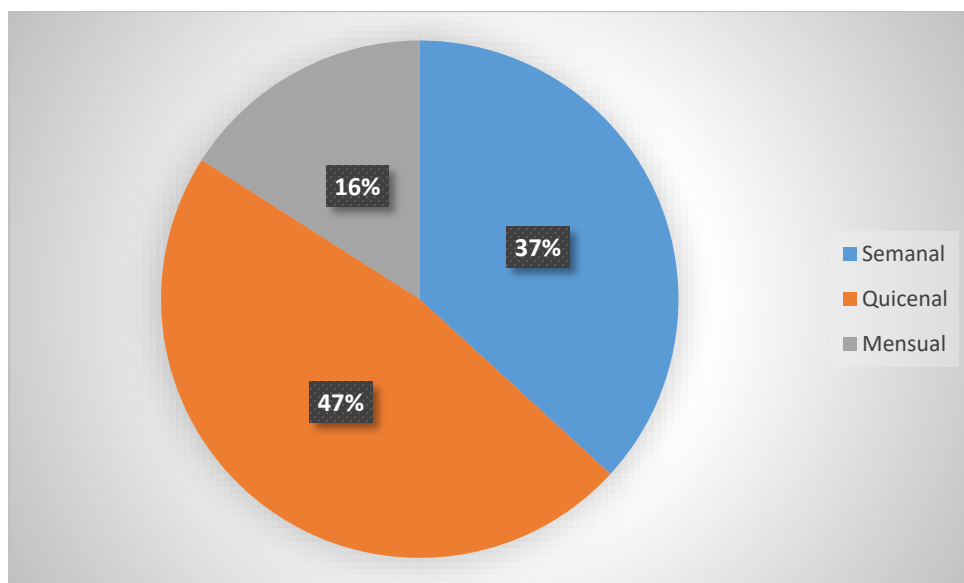


Figura 6. Frecuencia de visita al parque de diversiones seleccionado

Fuente: Elaboración propia

6.3.7. Precio dispuesto a pagar en COP

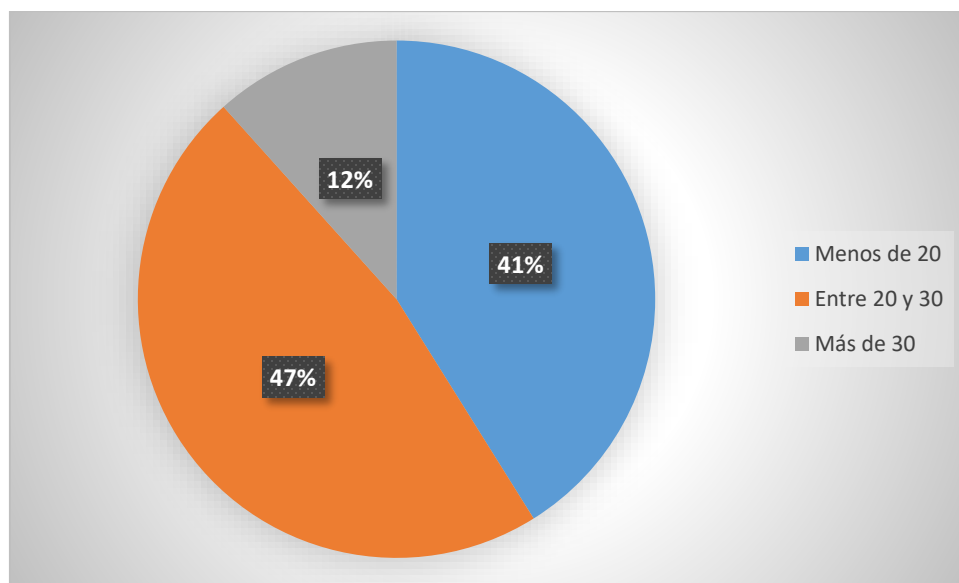


Figura 7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por disfrutar de todas las atracciones del parque?

Fuente: Elaboración propia

6.3.8. Factor a tener en cuenta

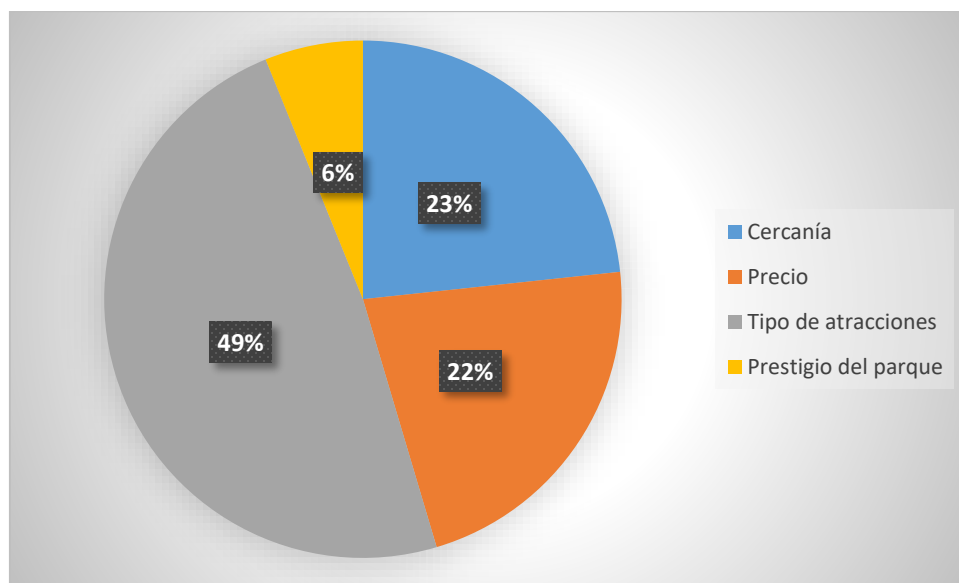


Figura 8. ¿Qué factor tiene en cuenta al momento de seleccionar el parque de diversiones que va a visitar?

Fuente: Elaboración propia

6.3.9. Tipo de parque de diversiones

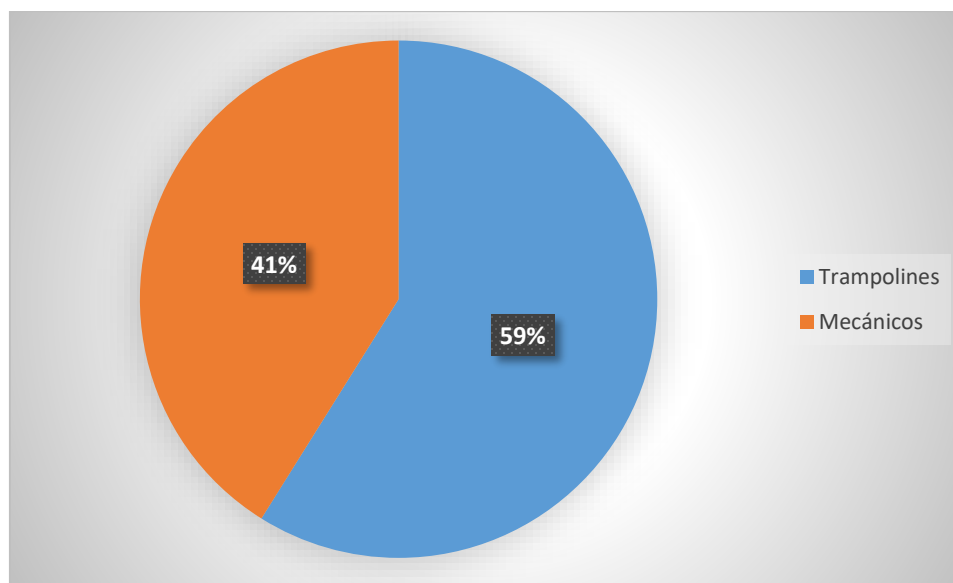


Figura 9. Seleccione el tipo de parque de diversiones que le genera mayor interés

Fuente: Elaboración propia

6.3.10. Servicios o juegos adicionales

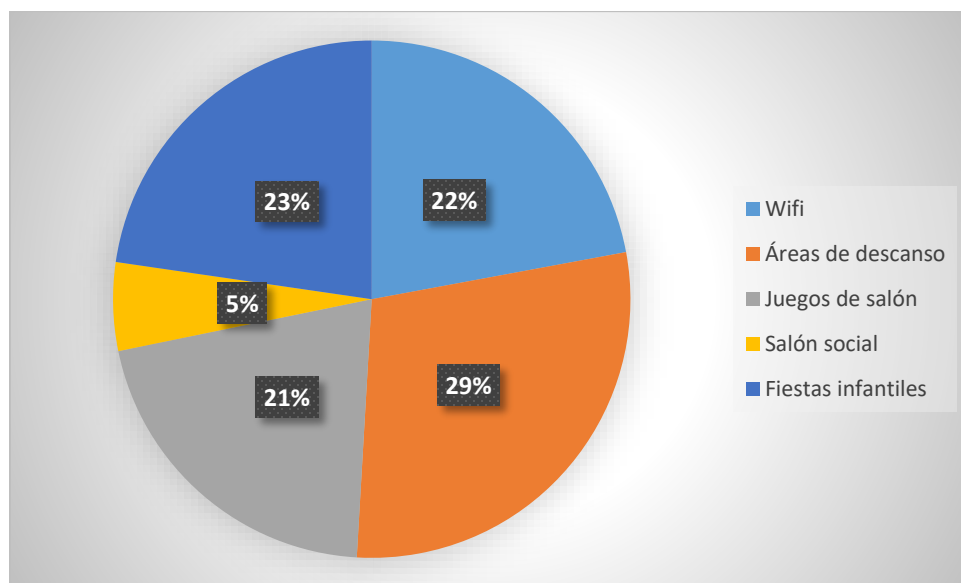


Figura 10. ¿Qué servicios o juegos adicionales le gustaría que se implementen en este centro de recreación?

Fuente: Elaboración propia


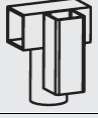




6.4. Estudio técnico



La persona natural o jurídica que efectúe el registro de atracciones o dispositivos de entretenimiento en parque de diversiones, deberá cumplir para su operación y mantenimiento, los requisitos técnicos establecidos según el artículo 4 de la Ley 1225 de 2008, los cuales se basan en normas internacionales como ASTM (American Society Of Testing & Materials), NFPA (National Fire Protection Association), Los Lineamientos de Mantenimiento y Operación de IAAPA (Asociación Internacional de Parques de Atracciones) y apoyados en los reglamentos establecidos por las asociaciones nacionales de Estados Unidos, México, Argentina e Inglaterra.

6.5. Recursos físicos

A continuación, se describe cada una de las piezas necesarias para la adecuación del parque de diversiones (ver tabla 6)

Tabla 6. Recursos físicos

N°	Cantidad	Descripción	Pieza
1	6	Articulación en T	
2	6	Manguito	
3	12	Extensión de la pata	
4	1	Lona de salto	
5	1	Almohadilla del armazón	
6	72	Resortes	

N°	Cantidad	Descripción	Pieza
7	6	Tubo recto	
8	12	Goma espuma	

Fuente: Elaboración propia con base en (Skywalker, 2019)

6.6. Distribución de planta.

El parque de diversiones estará comprendido por 3 zonas o áreas: 1. Área de trampolines, 2. Área de juegos de mesa y 3. Área de fiestas infantiles (ver figura 13)

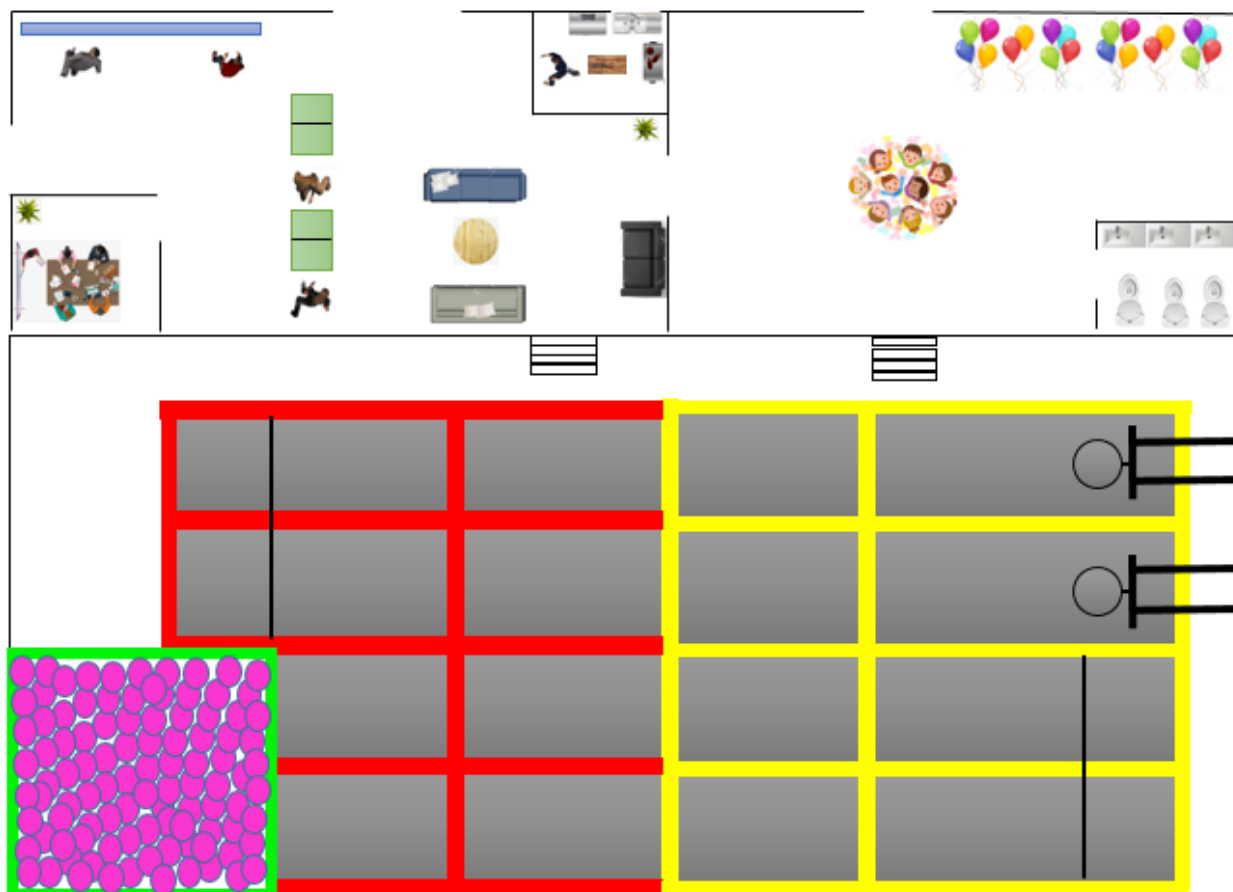


Figura 11. Parque de trampolines

Fuente: Elaboración propia

6.6.1. Área de trampolines

El área de trampolines¹ (ver figura 14) cuenta con ocho telas elásticas en base y ocho telas en paredes inclinadas. Adicionalmente, se contará con un área de baloncesto y área de *foam pit* o pozo de espuma que permitirá realizar diferentes acrobacias extremas y saltos de forma segura, ya que contará con cubos de esponja para máxima seguridad.



Figura 12. Área de trampolines

Fuente: Elaboración propia

Entre las características de esta área se encuentra:

- a. Escalera con barandilla y puerta de acceso con cerradura
- b. Todo con hierro galvanizado o pintada con doble capa de imprimación anticorrosiva y pintura martelé que proporciona mayor resistencia al agua
- c. Muelles galvanizados y acerados

1. La numeración corresponde a la división prevista para el área de trampolines como figura a continuación: 1. Escaleras, 2. Telas en paredes inclinadas, 3. Foam pit, 4. Baloncesto, 5. Telas elásticas horizontales

- d. Telas elásticas de máxima resistencia
- e. Espuma para colchonetas de alta calidad forrada en lona de PVC
- f. Red exterior perimetral multicolor, faldón de tela PVC en todo su perímetro
- g. Pilares protegidos

6.6.2. Área de descanso y fiestas infantiles



Figura 13. Área de juegos de mesa y fiestas

Fuente: Elaboración propia

6.7. Localización

Para establecer la localización del parque de diversiones, es necesario tener en cuenta una serie de elementos esenciales a nivel de macro-localización y micro-localización. Así mismo, es fundamental ubicarse en un sector que permita una fácil ubicación para garantizar abarcar el total del mercado que se quiere atender.

6.7.1. Macro-localización

La empresa estará localizada en Bucaramanga, departamento de Santander, limitando al Norte con el municipio de Rionegro; 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. El área metropolitana formada por Bucaramanga, Piedecuesta, Florida y Girón está ubicada sobre el valle del Río del oro y su población asciende a 527.451 habitantes (DANE 2014)



Figura 14. Localización geográfica de Bucaramanga

Fuente: (Secretaría local de salud, 2014)

6.7.2. Micro-localización

Para la micro-localización del parque de trampolines se utilizó un método cuantitativo por puntos, donde se establecieron los factores más importantes para la ejecución del proyecto. Una vez establecidos los factores, se asignó un peso de 0% a 100% para determinar el grado de importancia que tendrán los factores frente al posible lugar donde se ubicará el parque

En la tabla 7, se observa en detalle el procedimiento para la micro-localización del negocio. Se escogen tres sectores que cumplen con los aspectos esperados

Tabla 7. Micro-localización parque de trampolines

Factor	Peso	C.C Megamall		C.C El Cacique		C.C Acrópolis	
		Calificación	Ponderación.	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Costo de arrendamiento local	0,2	8	1,6	6	1,2	8	1,6
Costo de los servicios	0,2	6	1,2	6	1,2	8	1,6
Concordancia de la zona en el mercado	0,1	7	0,7	5	0,5	6	0,6
Proximidad con la población objetivo	0,2	8	1,6	8	1,6	6	1,2
Dimensiones del local	0,2	10	2	8	1,6	6	1,2
Seguridad en la zona	0,1	8	0,8	9	0,9	7	0,7
Total	1		7,9		7		6,9

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los factores analizados, El C.C Megamall fue el lugar seleccionado para la ubicación del parque de trampolines, debido a que obtuvo una calificación de 7.9

6.8. Requisitos de operación y mantenimiento

El parque de diversiones debe cumplir con las siguientes condiciones para poder llevar a cabo su actividad comercial: 1. Plan de emergencia, 2. Salidas y rutas de evacuación adecuadas, 3. Contar con las certificaciones expedidas por el cuerpo de bomberos, 4. Señalización de evacuación en materia de rutas y salidas de emergencia, 5. Contar con un programa de salud ocupacional y riesgos profesionales

6.8.1. Plan de emergencia

Se deben cuantificar la máxima cantidad de público que debe ingresar al parque y a cada atracción (aforo), indicando bajo que parámetros se definieron estas capacidades. Una vez definidos los valores para cada una de las capacidades, se debe tomar el menor de éstos valores como el aforo esperado para la aglomeración (ver tabla 7).

Tabla 8. Aforos

Espacios	Área en m2	Aforos	
Área de trampolines	Área de salto	6*4	15
	Área de baloncesto	2*1	5
	Área de <i>foam pit</i>	4*2	5
	Subtotal	12*7	25
Área de descanso	Mesas de ping pong	4*2	4
	Cafetería	2*1.5	6
	Oficina	2*1.5	6
	Subtotal	8*5	16
Área de fiestas infantiles	Área de fiestas	8*3	18
	Baños	2*2	6
	Subtotal	10*5	24
Total	30*17	65	

Fuente: Elaboración propia

6.8.2. Salidas y rutas de evacuación

La capacidad de evacuación es la cantidad de personas que pueden evacuar el parque de manera adecuada y segura a través de las rutas de evacuación dispuestas para tal fin en un tiempo determinado.

La capacidad de evacuación estará determinada por la siguiente fórmula:

$$C = K * M * T$$

Ecuación 1

Donde:

C= Capacidad de evacuación (Determinada en número de personas)

K= 82 personas (Constante de evacuación)

M= 250 metros (Cantidad total de metros disponibles para realizar la evacuación)

T= 6 minutos (Tiempo máximo necesario para evacuar el espacio o la edificación)

6.8.2.1. Capacidad por número de salidas

Se conoce como la cantidad de personas que pueden evacuar un lugar o espacio de manera adecuada y segura de acuerdo a la cantidad de salidas disponibles en la edificación (ver tabla 8)

Tabla 9. Capacidad por número de salidas

Carga de ocupación (personas)	Número mínimo de salidas
0-100	1
101-500	2
501-1000	3
1001 o más	4

6.8.3. Certificaciones

- Certificación de personal propio del parque especificando el número de personas que apoyan el lugar según lo establecido en el inventario de recursos. Debe especificar que la totalidad del personal que opera las atracciones y los servicios complementarios, se encuentra capacitado según lo establecido en el plan de emergencias, cuenta con el perfil establecido para operar cada atracción, conoce las restricciones y recomendaciones que se deben impartir en cada atracción al público y conoce y aplica el plan de emergencias del lugar en su totalidad según las instrucciones impartidas por el jefe de emergencias.
- Certificación del personal que lleve a cabo las tareas técnicas dentro del parque y cuyas labores influyan directamente en la seguridad de las atracciones o dispositivos de

entretenimiento. Para acreditar las competencias se deben demostrar por lo menos alguna de las condiciones descritas en la Resolución 0958 de 2010, artículo 15.

- Certificación de la empresa(s) o profesional(es) encargado(s) del mantenimiento de las instalaciones, y elementos en general que conforman el lugar (esta debe especificar que los cronogramas de mantenimiento presentados en el plan de contingencia son los necesarios para el funcionamiento y utilización óptima y segura de las instalaciones del lugar).
- Certificación emitida por el diseñador, constructor, proveedor o instalador de cada una de las atracciones que funcionen en el parque, en la que conste que el diseño y la manufactura se encuentran acordes con las normas vigentes y con los estándares de calidad nacionales e internacionales (Decreto 037 de 2005, artículo 3, literal g).
- Certificación emitida por el responsable del lugar en donde se confirme que la totalidad de las atracciones (indicando el número) en cada uno de sus componentes: estructural, eléctrico, mecánico, neumático, dispositivos de seguridad, etc. cuenta con las condiciones óptimas para su puesta en funcionamiento garantizando la seguridad de los asistentes al parque.
- Concepto favorable emitido por la Secretaría Distrital de Salud (CRUE).
- Concepto favorable emitido por el Cuerpo Oficial de Bomberos (Resolución 0958 de 2010, artículo 5). (Espitia, 2011)

6.8.4. Programa de SST

Para la elaboración del programa de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), se realizará una reunión y socialización que pretende integrar tanto a la gerencia como a los trabajadores de la organización donde se evaluará la percepción que tiene cada uno de los colaboradores sobre las

diferentes ventajas y desventajas de implementar un Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG SST)

Una vez realizada esta reunión, se conformará un equipo de trabajo con el cual se desarrollarán las diferentes actividades para la puesta en marcha del proyecto. Este equipo de trabajo estará capacitado sobre los lineamientos de la norma ISO 45001 para que, con base en esa capacitación, se pueda llevar a cabo el diagnóstico inicial de la empresa, el cual se realizará con base en una lista de verificación donde se comparará los numerales de la norma con las observaciones que se realicen en la empresa. Seguidamente se plantearán las actividades que se deben implementar para cumplir con los parámetros de la ISO 45001 y finalmente se realizará una auditoría, la cual pretenderá comparar y mostrar los principales cambios que tendrá la empresa, después de haber implementado el SG-SST.

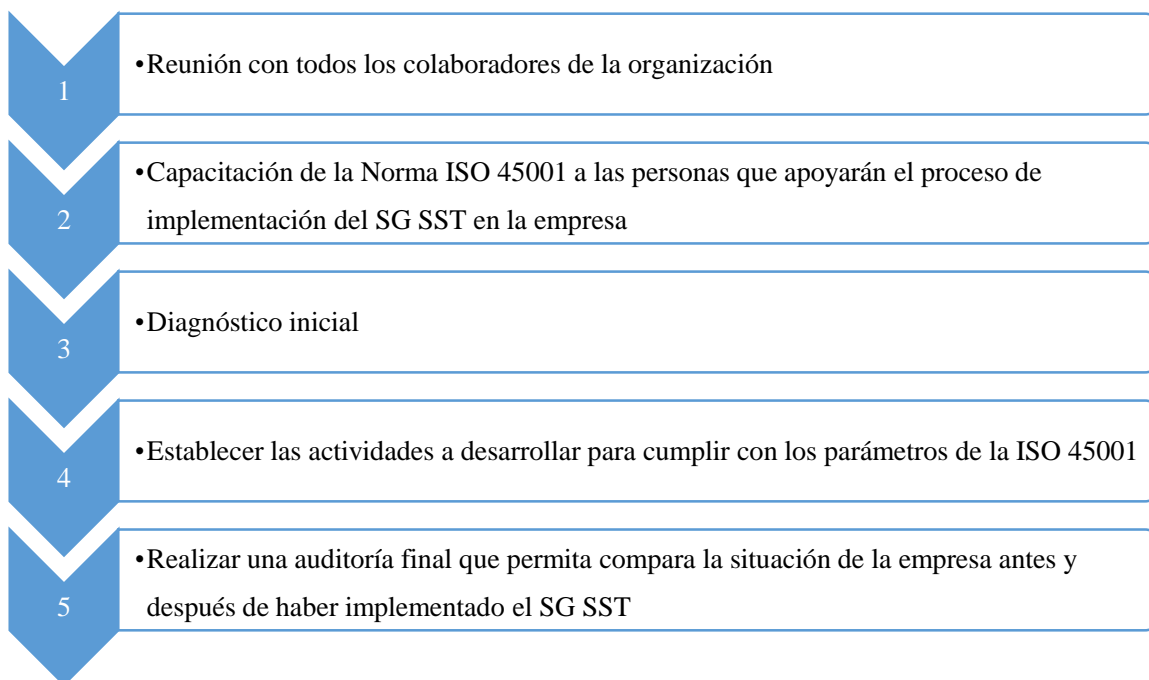


Figura 15. Esquema de implementación de un SG-SST

Fuente: Elaboración propia

6.9. Estándares de mantenimiento de las atracciones

De acuerdo con la Ley 1225 de 2008, se deben realizar un programa de mantenimiento, pruebas e inspecciones para establecer las obligaciones tendientes en mantener en un buen estado cada atracción. Este programa de mantenimiento, debe incluir una lista de chequeo (ver apéndice 1) y estar disponible para cada persona que realiza el mantenimiento.

7. Estudio administrativo y legal

Se refiere a los aspectos organizativos y legales necesarios que permitirán la implementación y funcionamiento de la empresa en forma eficaz para alcanzar sus metas. Específicamente, se determina el recurso humano y material, así como los procesos y mecanismos de funcionamiento administrativo y organizativos de la empresa.

7.1. Enfoque estratégico

El enfoque estratégico son todas las guías morales a las cuales la empresa se va a regir. El enfoque estratégico lo integran la visión, la misión y los valores corporativos.

7.1.1. Misión

De acuerdo con (Gutierrez, 2005) la misión determina y detalla lo que es esencial, la razón de ser o actividad particular de la organización, los fines últimos e intermedios para los cuales fue creada y que otorgan sentido y valor a su existencia de actividad. Con base en lo anterior, se formula la misión que tendrá la organización: “Ser el mejor destino de entretenimiento familiar en la ciudad de Bucaramanga, ofreciendo a todos los visitantes la posibilidad de ejercitarse dentro de las instalaciones de una forma segura y divertida”

7.1.2. Visión

Igualmente (Gutierrez, 2005) expone las pautas para la creación de la visión, la cual consiste en una descripción positiva y breve de lo que una organización desea y cree que pueda alcanzar para cumplir de manera exitosa con su misión en un período definido. Es decir, la visión es el ideal de las personas quienes fundaron la empresa y en unos años como quisieran verla. Basado en la

descripción anterior, se formula la visión para la organización: “Para el año 2025 el parque se posicionará como líder a nivel regional, ofreciendo a todos los clientes un servicio exclusivo y totalmente innovador”

7.1.3. Valores corporativos

Los valores corporativos son los principios básicos que se deben observar en el actuar dentro de la organización para el logro de la misión. Existen muchas formas de actuar para alcanzar los objetivos y algunas de ellas podrán infringir leyes, reglas básicas de convivencia humana y otras normas que las sociedades han establecido para lograr una convivencia pacífica. Es así que los valores corporativos propuestos son:

- **Calidad:** Garantizar el mantenimiento y el control en todos los juegos y las instalaciones del parque para así asegurar altos estándares de calidad
- **Compromiso:** Llegar más allá de las obligaciones, superar los objetivos con el máximo respeto social
- **Creatividad:** Ofrecer experiencias excepcionales, sorprendiendo continuamente a todos visitantes, motivando así su regreso
- **Pasión por el cliente:** Ideas positivas e integradoras sobre las familias, proporcionando experiencias de entretenimiento para todas las generaciones.

7.2. Razón social

(ver apéndice 6)

7.3. Organigrama

La estructura organizacional será jerárquica, ya que se busca que todos los departamentos trabajen en líneas funcionales. En este tipo de diseño, los administradores reportan al gerente general la información relevante sobre las obligaciones de todo el equipo, asegurando de esta forma un trabajo metódico y en conjunto

7.4. Manual de funciones

Para la ejecución y puesta en marcha del proyecto, se debe contar con un personal idóneo para los diferentes cargos y puestos de trabajo dentro del parque de diversiones. El manual de funciones (ver apéndice 3), expone los siguientes aspectos: 1. Relación de dependencia (ubicación interna), 2. Dependencia jerárquica, 3. Naturaleza del trabajo, 4. Tareas principales y secundarias, 5. Responsabilidades y 6. Requerimientos para el puesto.

7.5. Estudio legal

Para el desarrollo de los parques temáticos a nivel nacional, la Ley 1225 de 2008, regula el funcionamiento y operación de los parques de diversiones Permanentes, No Permanentes, Centros de Entretenimientos Familiar, temáticos, Acuáticos, Centros Interactivos, Acuarios y Zoológicos, tal y como lo defina el artículo 2 de la presente Ley.

Con base en esta Ley, el presente estudio propone crear un parque de diversiones dentro de la categoría “Centro de Entrenamiento Familiar” debido a que son aquellos que se instalan en Centros Comerciales, Cajas de Compensación, Hipermercados y Conglomerados Comerciales, casi siempre bajo techo. Como parte de la oferta de entretenimiento de los propios Centros Comerciales, cuentan con atracciones o dispositivos de entretenimiento para toda la familia. (Congreso de la República, 2008)

7.6. Requisitos previos para su instalación

De acuerdo con la Ley 1225 de 2008, para la instalación y puesta en funcionamiento del parque de diversiones se debe acreditar el cumplimiento de algunos 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 determinado por una compañía de seguros legalmente establecida en Colombia, 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.

Para el ejercicio y asociación gremial, la entidad ACOLAP, se encarga de promover el desarrollo, la innovación y el crecimiento de la industria del entretenimiento y la diversión en Colombia, estableciendo y fomentando buenas prácticas de administración, seguridad, mantenimiento y operación del sector de la diversión, dentro de sus funciones se encuentran:

- Participación en la construcción de la normatividad
- Impulsar la creación y el desarrollo de actividades de internacionalización
- Desarrolla una gestión comercial que busca afiliar a todos los parques de diversiones y dispositivos de entretenimiento en el país

8. Estudio financiero

El objetivo del presente apartado es analizar la rentabilidad de la idea de negocio a través del análisis de los diferentes costos y gastos que se asumen para la ejecución del proyecto. Este estudio permitirá analizar la capacidad que tiene la empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

8.1. Costos indirectos de fabricación

A continuación, se describen los diferentes CIF que debe cubrir la empresa para la puesta en marcha del proyecto. Estos costos se relacionan con todo el funcionamiento de la empresa y son esenciales para el sostenimiento de la misma (ver tabla 10)

Tabla 10. CIF

Descripción:	Costo / mes	Costo / año
Arrendamiento	\$ 5.000.000	\$ 60.000.000
Depreciación inmueble	\$ 208.333	\$ 2.500.000
Servicios públicos (Energía, agua)	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Servicio de Internet y comunicaciones	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Mantenimiento de planta y equipos	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Seguros de equipos, mercancías y planta	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Depreciación de equipos	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Personal Indirecto en el proceso *	\$ 5.600.000	\$ 67.200.000
Total costos indirectos	\$ 12.908.333	\$ 154.900.000

Fuente: Elaboración propia con base en el formato de proyecciones financieras del Profesor Luis Suárez

8.2. Costos por producto

Se asume un costo por boleta de entrada al parque de COP\$800 lo que arroja un margen de contribución del 96% debido a que cada boleta será vendida en COP\$20.000. Así mismo se espera vender 15.000 boletas/año lo que significa 42 boletas día.

Tabla 11. Costo por producto

PRIMER AÑO	Parque de trampolines
Costos variables de cada producto	\$ 800,00
Margen de contribución o margen de utilidad aplicable (1 - Costo variable unitario / precio de venta deseado)	96,00%
Precio de venta según margen de contribución	\$ 20.000,00
No. productos a vender por año	15.000,00
Valor de ventas por año	\$ 300.000.000
Participación porcentual en ventas	100,00%
Margen de contribución en valores	\$ 288.000.000
Distribución porcentual del margen de contribución	100,00%
Distribución de costos fijos en cada línea	\$ 181.350.000

Fuente: Elaboración propia con base en el formato de proyecciones financieras del Profesor Luis Suárez

8.3. Resumen costos por producto

La tabla 11 resume los diferentes costos del proyecto entre los que se encuentran 1. Los costos de insumos que hacen referencia a la boleta de entrada al parque, 2. Los costos del personal directo que indican el costo de la persona que estará a cargo de vigilar y controlar la integridad de las personas que ingresan al parque y 3. Los costos indirectos, los cuales fueron mencionados anteriormente.

Tabla 12. Resumen costo por producto

PRIMER AÑO	COSTOS	PARTIC. PORCENT.
COSTOS INSUMOS	\$ 12.000.000	6,21%
COSTOS PERSONAL DIRECTO	\$ 33.600.000	17,38%
COSTOS INDIRECTOS	\$ 147.750.000	76,42%
TOTAL COSTOS DEL PROCESO	\$ 193.350.000	100,00%

Fuente: Elaboración propia con base en el formato de proyecciones financieras del Profesor Luis Suárez

8.4. Gastos

Los diferentes gastos se relacionan en la tabla 13 entre los que se destaca el personal de administración, conformado por una persona de servicios generales y una persona encargada de la cafetería. Así mismo, se describe el pago de los servicios públicos y los gastos de depreciación y amortización del proyecto (ver tabla 12)

Tabla 13. Relación de gastos

GASTOS DE ADMINISTRACION:	Vr. / mes	Vr. / año
Personal de administración (*)	\$ 2.240.000	\$ 26.880.000
Arrendamiento	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Depreciación inmueble	\$ 20.833	\$ 250.000
Servicios públicos (Energía, agua)	\$ 50.000	\$ 600.000
Servicio de Internet y comunicaciones	\$ 25.000	\$ 300.000
Depreciación muebles y enseres	\$ 333.333	\$ 4.000.000
Depreciación equipos de cómputo	\$ 83.333	\$ 1.000.000
Amortización de diferidos	\$ 21.667	\$ 260.000
Papelería	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Varios	\$ 200.000	\$ 2.400.000
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION:	\$ 3.724.167	\$ 44.690.000

Fuente: Elaboración propia con base en el formato de proyecciones financieras del Profesor Luis Suárez

8.5. Inversión fija

Dentro de los diferentes costos de la inversión fija se encuentra las adecuaciones que se deben hacer dentro de la edificación y el equipo básico. Estos costos se van a tercerizar debido a que existen empresas con mucho prestigio que realizan este tipo de trabajos y cuentan con la experiencia y logística necesaria para ejecutar estos proyectos

Tabla 14. Inversión fija

Concepto	No. años para deprec.	Valor
Edificaciones, locales, oficinas	20	\$ 50.000.000
Maquinaria y equipos básicos	10	\$ 120.000.000
Muebles y escritorios de oficina	5	\$ 20.000.000
Equip.cómputo con software e impresoras	5	\$ 5.000.000
TOTAL INVERSION FIJA		\$ 200.000.000

Fuente: Elaboración propia con base en el formato de proyecciones financieras del Profesor Luis Suárez

8.6. Inversión diferida

Los costos reflejados en la inversión diferida constituyen los trámites que se deben realizar ante la cámara de comercio para constituir la empresa (ver tabla 15)

Tabla 15. Inversión diferida

Concepto	Valor
Constit. y legalización de la Empresa	\$ 50.000
Estudios previos al proyecto	\$ 1.000.000
Permisos, licencias, patentes	\$ 250.000
TOTAL INVERSION DIFERIDA	\$ 1.300.000

Fuente: Elaboración propia con base en el formato de proyecciones financieras del Profesor Luis Suárez

8.7. Plan de financiación

Para la ejecución del proyecto, se realizará un crédito ante una entidad bancaria por un valor de \$154.000.000, esto equivale al 75% de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, el otro 25% se realizará con recursos propios (ver tabla 16)

Tabla 16. Plan de financiación

Concepto	VALOR	PORCENTAJE
RECURSOS PROPIOS	\$ 51.111.473	25,00%
RECURSOS DE CREDITO	\$ 153.334.419	75,00%
TOTAL FINANCIACION	\$ 204.445.892	100%

Fuente: Elaboración propia con base en el formato de proyecciones financieras del Profesor Luis Suárez

8.8. Amortización

Amortizar es el proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes. En las amortizaciones de una deuda, cada pago o cuota que se entrega sirve para pagar los intereses y reducir el importe de la deuda. La tabla 17 expone el pago de la deuda que se tiene con la entidad bancaria en un periodo de 5 años

Tabla 17. Amortización

Períodos Mensual	Saldos de Capital	Abonos a Capital	Intereses 1,50%	Vr. Abonos + Intereses
0	\$ 154.000.000			\$ 0
1	\$ 151.433.333	\$ 2.566.667	\$ 2.308.007	\$ 4.874.673
2	\$ 148.866.667	\$ 2.566.667	\$ 2.269.540	\$ 4.836.207
3	\$ 146.300.000	\$ 2.566.667	\$ 2.231.073	\$ 4.797.740
4	\$ 143.733.333	\$ 2.566.667	\$ 2.192.606	\$ 4.759.273
5	\$ 141.166.667	\$ 2.566.667	\$ 2.154.140	\$ 4.720.806
6	\$ 138.600.000	\$ 2.566.667	\$ 2.115.673	\$ 4.682.340

Períodos Mensual	Saldos de Capital	Abonos a Capital	Intereses 1,50%	Vr. Abonos + Intereses
7	\$ 136.033.333	\$ 2.566.667	\$ 2.077.206	\$ 4.643.873
8	\$ 133.466.667	\$ 2.566.667	\$ 2.038.739	\$ 4.605.406
9	\$ 130.900.000	\$ 2.566.667	\$ 2.000.273	\$ 4.566.939
10	\$ 128.333.333	\$ 2.566.667	\$ 1.961.806	\$ 4.528.472
11	\$ 125.766.667	\$ 2.566.667	\$ 1.923.339	\$ 4.490.006
12	\$ 123.200.000	\$ 2.566.667	\$ 1.884.872	\$ 4.451.539
13	\$ 120.633.333	\$ 2.566.667	\$ 1.846.405	\$ 4.413.072
14	\$ 118.066.667	\$ 2.566.667	\$ 1.807.939	\$ 4.374.605
15	\$ 115.500.000	\$ 2.566.667	\$ 1.769.472	\$ 4.336.139
16	\$ 112.933.333	\$ 2.566.667	\$ 1.731.005	\$ 4.297.672
17	\$ 110.366.667	\$ 2.566.667	\$ 1.692.538	\$ 4.259.205
18	\$ 107.800.000	\$ 2.566.667	\$ 1.654.072	\$ 4.220.738
19	\$ 105.233.333	\$ 2.566.667	\$ 1.615.605	\$ 4.182.271
20	\$ 102.666.667	\$ 2.566.667	\$ 1.577.138	\$ 4.143.805
21	\$ 100.100.000	\$ 2.566.667	\$ 1.538.671	\$ 4.105.338
22	\$ 97.533.333	\$ 2.566.667	\$ 1.500.204	\$ 4.066.871
23	\$ 94.966.667	\$ 2.566.667	\$ 1.461.738	\$ 4.028.404
24	\$ 92.400.000	\$ 2.566.667	\$ 1.423.271	\$ 3.989.938
25	\$ 89.833.333	\$ 2.566.667	\$ 1.384.804	\$ 3.951.471
26	\$ 87.266.667	\$ 2.566.667	\$ 1.346.337	\$ 3.913.004
27	\$ 84.700.000	\$ 2.566.667	\$ 1.307.871	\$ 3.874.537
28	\$ 82.133.333	\$ 2.566.667	\$ 1.269.404	\$ 3.836.070
29	\$ 79.566.667	\$ 2.566.667	\$ 1.230.937	\$ 3.797.604
30	\$ 77.000.000	\$ 2.566.667	\$ 1.192.470	\$ 3.759.137
31	\$ 74.433.333	\$ 2.566.667	\$ 1.154.003	\$ 3.720.670
32	\$ 71.866.667	\$ 2.566.667	\$ 1.115.537	\$ 3.682.203
33	\$ 69.300.000	\$ 2.566.667	\$ 1.077.070	\$ 3.643.736
34	\$ 66.733.333	\$ 2.566.667	\$ 1.038.603	\$ 3.605.270
35	\$ 64.166.667	\$ 2.566.667	\$ 1.000.136	\$ 3.566.803
36	\$ 61.600.000	\$ 2.566.667	\$ 961.669	\$ 3.528.336
37	\$ 59.033.333	\$ 2.566.667	\$ 923.203	\$ 3.489.869
38	\$ 56.466.667	\$ 2.566.667	\$ 884.736	\$ 3.451.403
39	\$ 53.900.000	\$ 2.566.667	\$ 846.269	\$ 3.412.936
40	\$ 51.333.333	\$ 2.566.667	\$ 807.802	\$ 3.374.469
41	\$ 48.766.667	\$ 2.566.667	\$ 769.336	\$ 3.336.002
42	\$ 46.200.000	\$ 2.566.667	\$ 730.869	\$ 3.297.535
43	\$ 43.633.333	\$ 2.566.667	\$ 692.402	\$ 3.259.069
44	\$ 41.066.667	\$ 2.566.667	\$ 653.935	\$ 3.220.602
45	\$ 38.500.000	\$ 2.566.667	\$ 615.468	\$ 3.182.135
46	\$ 35.933.333	\$ 2.566.667	\$ 577.002	\$ 3.143.668

Períodos Mensual	Saldos de Capital	Abonos a Capital	Intereses 1,50%	Vr. Abonos + Intereses
47	\$ 33.366.667	\$ 2.566.667	\$ 538.535	\$ 3.105.202
48	\$ 30.800.000	\$ 2.566.667	\$ 500.068	\$ 3.066.735
49	\$ 28.233.333	\$ 2.566.667	\$ 461.601	\$ 3.028.268
50	\$ 25.666.667	\$ 2.566.667	\$ 423.135	\$ 2.989.801
51	\$ 23.100.000	\$ 2.566.667	\$ 384.668	\$ 2.951.334
52	\$ 20.533.333	\$ 2.566.667	\$ 346.201	\$ 2.912.868
53	\$ 17.966.667	\$ 2.566.667	\$ 307.734	\$ 2.874.401
54	\$ 15.400.000	\$ 2.566.667	\$ 269.267	\$ 2.835.934
55	\$ 12.833.333	\$ 2.566.667	\$ 230.801	\$ 2.797.467
56	\$ 10.266.667	\$ 2.566.667	\$ 192.334	\$ 2.759.001
57	\$ 7.700.000	\$ 2.566.667	\$ 153.867	\$ 2.720.534
58	\$ 5.133.333	\$ 2.566.667	\$ 115.400	\$ 2.682.067
59	\$ 2.566.667	\$ 2.566.667	\$ 76.934	\$ 2.643.600
60	\$ 0	\$ 2.566.667	\$ 38.467	\$ 2.605.133

Fuente: Elaboración propia con base en el formato de proyecciones financieras del Profesor Luis Suárez

8.9. Estado de resultados

A continuación, se presenta el Estado de resultados proyectado para los primeros 5 años de funcionamiento (ver tabla 18)

Tabla 18. Estado de resultados

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL VENTAS DE PRODUCTOS	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000
COSTOS DE PRODUCCION (DE COMERCIALIZACIÓN)					
+ Inventario inicial de Insumos o Mercancías	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
+ Compras de insumos o mercancías	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
- Inventario final de insumos o mercancías	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
COSTOS INSUMOS	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
COSTOS PERSONAL DIRECTO	\$ 33.600.000	\$ 33.600.000	\$ 33.600.000	\$ 33.600.000	\$ 33.600.000
COSTO PERSONAL POR TAREAS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
COSTOS INDIRECTOS	\$ 147.750.000	\$ 147.750.000	\$ 147.750.000	\$ 147.750.000	\$ 147.750.000
TOTAL COSTO DE PROD. (COMERCIALIZ.)	\$ 193.350.000	\$ 193.350.000	\$ 193.350.000	\$ 193.350.000	\$ 193.350.000
+ Inventario Inicial de prod. terminado	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
- Inventario Final de prod. terminado	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL COSTO DE VENTAS	\$ 193.350.000	\$ 193.350.000	\$ 193.350.000	\$ 193.350.000	\$ 193.350.000
UTILIDAD BRUTA	\$ 106.650.000	\$ 106.650.000	\$ 106.650.000	\$ 106.650.000	\$ 106.650.000
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	35,55%	35,55%	35,55%	35,55%	35,55%
GASTOS OPERACIONALES:					
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 44.690.000	\$ 44.690.000	\$ 44.690.000	\$ 44.690.000	\$ 44.690.000
GASTOS DE VENTAS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 44.690.000	\$ 44.690.000	\$ 44.690.000	\$ 44.690.000	\$ 44.690.000
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 61.960.000	\$ 61.960.000	\$ 61.960.000	\$ 61.960.000	\$ 61.960.000
MARGEN DE UTILIDAD OPERACIONAL	20,65%	20,65%	20,65%	20,65%	20,65%
GASTOS FINANCIEROS:					
INTERESES SOBRE CREDITO	\$ 25.157.274	\$ 19.618.058	\$ 14.078.841	\$ 8.539.625	\$ 3.000.409
GASTOS BANCARIOS	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 26.357.274	\$ 20.818.058	\$ 15.278.841	\$ 9.739.625	\$ 4.200.409
UTIL. DESPUES DE GASTOS FINANC.	\$ 35.602.726	\$ 41.141.942	\$ 46.681.159	\$ 52.220.375	\$ 57.759.591
MARG. UTILID.DESP. GASTOS FCIEROS.	11,87%	13,71%	15,56%	17,41%	19,25%
IMPUESTO DE RENTA	\$ 11.748.900	\$ 13.576.841	\$ 15.404.782	\$ 17.232.724	\$ 19.060.665
UTILIDA NETA	\$ 23.853.827	\$ 27.565.101	\$ 31.276.376	\$ 34.987.651	\$ 38.698.926
MARGEN DE UTILIDA NETA	7,95%	9,19%	10,43%	11,66%	12,90%

Fuente: Elaboración propia con base en el formato de proyecciones financieras del Profesor Luis Suárez

8.10. Flujo de caja

Al realizar un análisis del flujo de caja, además de servir como herramienta primaria para el cálculo del VPN y TIR, podemos denotar, que la empresa gozará en un futuro de suficiente liquidez para cubrir las obligaciones contraídas con entidades bancarias e igualmente para realizar inversiones y/o adecuaciones como amplitud del negocio

Tabla 19. Flujo de caja

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL:					
Ingresos por ventas del período	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000
Ingresos por recaudos período anterior	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total ingresos por ventas	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000
Pago Compras materia prima del período	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
Pago Personal Directo	\$ 33.600.000	\$ 33.600.000	\$ 33.600.000	\$ 33.600.000	\$ 33.600.000
Pago costos indirectos del servicio	\$ 133.500.000	\$ 133.500.000	\$ 133.500.000	\$ 133.500.000	\$ 133.500.000
Pago gastos de administración	\$ 39.180.000	\$ 39.180.000	\$ 39.180.000	\$ 39.180.000	\$ 39.180.000
Pago de impuestos	\$ 8.224.230	\$ 13.028.459	\$ 14.856.400	\$ 16.684.341	\$ 18.512.283
Total egresos operacionales	\$ 226.504.230	\$ 231.308.459	\$ 233.136.400	\$ 234.964.341	\$ 236.792.283
Flujo de caja operacional	\$ 73.495.770	\$ 68.691.541	\$ 66.863.600	\$ 65.035.659	\$ 63.207.717
Compra activos fijos	-\$ 200.000.000				
Inversión diferida	-\$ 1.300.000				
Recursos Propios	\$ 50.445.892				
Crédito Financiero	\$ 154.000.000				
Abonos a capital	-\$ 30.800.000	-\$ 30.800.000	-\$ 30.800.000	-\$ 30.800.000	-\$ 30.800.000
Pago de intereses	-\$ 26.357.274	-\$ 20.818.058	-\$ 15.278.841	-\$ 9.739.625	-\$ 4.200.409
Flujo de caja desp.Invers. y financ.	\$ 19.484.388	\$ 17.073.484	\$ 20.784.759	\$ 24.496.034	\$ 28.207.309
Saldo en caja del período	\$ 19.484.388	\$ 17.073.484	\$ 20.784.759	\$ 24.496.034	\$ 28.207.309
Saldo anterior en caja		\$ 19.484.388	\$ 36.557.872	\$ 57.342.631	\$ 81.838.665
Saldo final acumulado	\$ 19.484.388	\$ 36.557.872	\$ 57.342.631	\$ 81.838.665	\$ 110.045.973

Fuente: Elaboración propia con base en el formato de proyecciones financieras del Profesor Luis Suárez

8.11. Balance general

Tabla 20. Balance general proyectado

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja y Bancos	\$ 19.484.388	\$ 36.557.872	\$ 57.342.631	\$ 81.838.665	\$ 110.045.973
Total activos corriente	\$ 19.484.388	\$ 36.557.872	\$ 57.342.631	\$ 81.838.665	\$ 110.045.973
Activo fijo bruto	\$ 200.000.000	\$ 200.000.000	\$ 200.000.000	\$ 200.000.000	\$ 200.000.000
- Depreciación acumulada	-\$ 19.500.000	-\$ 39.000.000	-\$ 58.500.000	-\$ 78.000.000	-\$ 97.500.000
Activo fijo neto	\$ 180.500.000	\$ 161.000.000	\$ 141.500.000	\$ 122.000.000	\$ 102.500.000
Activos diferidos bruto	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
- Amortizac. Diferida acumulada	-\$ 260.000	-\$ 520.000	-\$ 780.000	-\$ 1.040.000	-\$ 1.300.000
Activos diferidos netos	\$ 1.040.000	\$ 780.000	\$ 520.000	\$ 260.000	\$ 0
TOTAL ACTIVOS	\$ 201.024.388	\$ 198.337.872	\$ 199.362.631	\$ 204.098.665	\$ 212.545.973
Obligac. Fcieras. De Corto Plazo	\$ 30.800.000	\$ 30.800.000	\$ 30.800.000	\$ 30.800.000	\$ 0
Proveedores por pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto de renta por pagar	\$ 3.524.670	\$ 4.073.052	\$ 4.621.435	\$ 5.169.817	\$ 5.718.200
Otros pasivos crttes. Por pagar					
Total Pasivo Corriente	\$ 34.324.670	\$ 34.873.052	\$ 35.421.435	\$ 35.969.817	\$ 5.718.200
Obligac. Fcieras. De largo plazo	\$ 92.400.000	\$ 61.600.000	\$ 30.800.000	\$ 0	\$ 0
Total Pasivo de largo plazo	\$ 92.400.000	\$ 61.600.000	\$ 30.800.000	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS	\$ 126.724.670	\$ 96.473.052	\$ 66.221.435	\$ 35.969.817	\$ 5.718.200
Capital Socios	\$ 50.445.892	\$ 50.445.892	\$ 50.445.892	\$ 50.445.892	\$ 50.445.892
Reservas	\$ 2.385.383	\$ 5.141.893	\$ 8.269.530	\$ 11.768.296	\$ 15.638.188
Utilidad ejercic. Anteriores	\$ 0	\$ 21.468.444	\$ 46.277.035	\$ 74.425.774	\$ 105.914.660
Utilidad del ejercicio	\$ 21.468.444	\$ 24.808.591	\$ 28.148.739	\$ 31.488.886	\$ 34.829.033
TOTAL PATRIMONIO	\$ 74.299.719	\$ 101.864.820	\$ 133.141.196	\$ 168.128.847	\$ 206.827.774
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 201.024.388	\$ 198.337.872	\$ 199.362.631	\$ 204.098.665	\$ 212.545.973

Fuente: Elaboración propia con base en el formato de proyecciones financieras del Profesor Luis Suárez

9. Estudio social y ambiental

9.1. Estudio social

Esta línea de análisis resulta ser de gran trascendencia en el impacto que genera en la población objetivo un proyecto de emprendimiento como el que se llevará a cabo. Lo anterior, debido a que se busca generar un impacto positivo en la sociedad, ofreciendo un modelo de entretenimiento que permita la integración familiar y así mismo, asegurando un buen estado físico a las personas que visiten el parque gracias a los beneficios que genera saltar en un trampolín.

Estos ejercicios, se consideran de bajo impacto y pueden proporcionar numerosos beneficios de bienestar cardiovascular y de salud. Hacer ejercicio en una cama elástica es una actividad aeróbica superior que puede ayudar a quemar calorías e impulsar el metabolismo, así mismo, el sistema inmunológico y muchos otros órganos vitales. Entre estos múltiples beneficios se encuentran:

1. Circulación del oxígeno a los tejidos,
2. Aumenta la circulación linfática, así como el flujo de la sangre en las venas del sistema circulatorio,
3. Permite respirar más profundamente,
4. Normaliza la presión arterial,
5. Puede ayudar a combatir la depresión,
6. Estimula el metabolismo,
7. Promueve el tono muscular,
8. Aumenta la actividad de la médula ósea roja en la producción de células rojas en la sangre,
9. Reduce los niveles de colesterol y triglicéridos elevados y
10. Mejora el proceso de digestión y eliminación.

A diferencia de las actividades físicas de alto impacto como correr o saltar la cuerda, el entrenamiento en un trampolín es poco probable que dañe las articulaciones. Trampoline Tips señala que el ejercicio en una cama elástica es el segundo mejor ejercicio de bajo impacto, después de la natación. La actividad física regular en un trampolín puede fortalecer el sistema inmunológico y linfático. Saltar sobre una cama elástica puede provocar la eliminación de toxinas y otras sustancias tóxicas en el cuerpo. La eliminación de estos contaminantes puede garantizar un sistema inmunológico saludable y duradero. (Loffreda, 2017)

9.2. Estudio ambiental

El impacto del parque recreacional hacia el medio ambiente se puede clasificar como neutro, ya que los desechos producidos no son tóxicos y las formas de eliminarlos son las adecuadas para los mismos. Las principales fuentes de energía que utilizará este proyecto son electricidad y gas comercial. La contaminación sonora será de bajo impacto ambiental. Las aguas de desechos contendrán en su mayoría sustancias orgánicas, detergentes y grasas de cocina. Las aguas servidas se canalizarán a un alcantarillado.

10. Conclusiones

El análisis que se realizó a través de los estudios de mercado, técnico, administrativo, financiero, social y ambiental, permitió determinar que la creación de un parque de diversiones para la recreación infantil, en la ciudad de Bucaramanga es factible.

El estudio de mercado, reveló que mediante el análisis del macro y micro entorno, así como la construcción de la DOFA, es indispensable realizar las siguientes estrategias: realizar campañas publicitarias en donde se enfoque la importancia de la actividad física en los niños, adolescentes y adultos, incursionar en el mercado con precios más bajos que los competidores para así poder captar a los clientes, realizar benchmarking con empresas similares a nivel nacional para poder ofrecer servicios que sobresalgan, crear una página web de la empresa en donde se ayude a vender los servicios ofrecidos y participar en encuentros nacionales y actividades que organice ACOLAP.

Mediante el estudio técnico, se definió que el lugar más favorable para ubicar el parque es el Centro Comercial Megamall. Se determinó así mismo, la distribución de planta del establecimiento, los recursos físicos necesarios para la adecuación del parque, así como los requisitos de operación y mantenimiento.

A través del estudio administrativo y legal se implementaron la misión, visión y valores corporativos del establecimiento, se definió el organigrama y se precisaron los requisitos previos para la instalación, dentro de los cuales se destacan: 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, o RUT, por parte de las personas naturales, contrato o autorización del propietario, poseedor o tenedor de los lugares donde operarán las Atracciones o Dispositivos de Entretenimiento, póliza de responsabilidad civil extracontractual, plan de señalización y emergencia, certificación de existencia de un contrato de servicios médicos para la atención de emergencias y certificación de la realización de pruebas previas a la puesta en marcha, de conformidad con las recomendaciones del fabricante o instalador.

Finalmente, el estudio social estableció que la actividad física que se realiza durante la utilización de trampolines produce beneficios como mejoría de la circulación del oxígeno, normalización de la presión arterial, promueve el tono muscular, estimula el metabolismo, reduce los niveles de colesterol y triglicéridos, entre otros.

11. Bibliografía

- ACOLAP. (2018). *Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones*. Obtenido de <http://acolap.org.co/category/asociados/>
- Arias, L. E., & Ruiz, R. (2017). *Gerencia de Mercadeo*. Obtenido de El análisis PEST: <http://3w3search.com/>
- Ariza, A., Melo, C., Morales, P., Rodríguez, L., Malaver, N., & Rivera, H. A. (2011). *Parques temáticos en Colombia: construyendo empresas perdurables que acepten el desafío de subirse a la montaña de la turbulencia global*. Obtenido de http://www.urosario.edu.co/urosario_files/c3/c3eb66ab-7fc8-4eb7-8c9d-46c669b7110f.pdf
- Bavelier, D., Green, C., & Dye, M. (2010). *Children, wired: for better and for worse*. Neuron.
- Caracol Radio. (05 de Septiembre de 2017). *Obesidad en niños en Colombia aumentó en un 25,9 %, en cinco años*. Obtenido de http://caracol.com.co/radio/2017/05/09/salud/1494337396_605606.html
- CNN. (2018). *Los adolescentes pasan 9 horas al día usando los medios, según informe*. Obtenido de <https://cnnespanol.cnn.com/2015/11/03/los-adolescentes-pasan-9-horas-al-dia-usando-los-medios-segun-informe/>
- Congreso de la República. (2008). *Ley 1225 de 2008*. Obtenido de <https://www.ica.gov.co/getattachment/0a730957-555e-4bd0-a898-3b3ec8e05a4f/2008L1225.aspx>
- Corvo, T. (2019). *Análisis Pesta: Para Qué Sirve, Cómo Hacerlo y Ejemplo*. Recuperado el Febrero de 2019, de <https://www.lifeder.com/analisis-pesta/>

DANE. (2005). Obtenido de <http://www.dane.gov.co/>

Dinero. (2017). *2017 no fue un buen año para los parques de diversiones en Colombia*. Obtenido de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/balance-de-los-parques-de-diversiones-en-colombia-en-2017/257085>

Dino, P. N. (2018). *Teoría de la factibilidad*.

El Colombiano. (24 de Diciembre de 2016). *Colombia cerrará el año con 33 millones de usuarios de celular*. Obtenido de <http://www.elcolombiano.com/negocios/colombia-cerrara-el-ano-con-33-millones-de-usuarios-de-celular-DF5645630>

El Espectador. (2018). Obtenido de www.elespectador.com

Espitia, C. A. (2011). *Modelo plan de emergencias y contingencias para parque de atracciones*. Obtenido de <https://www.sire.gov.co/documents/82884/84796/MODELO+DE+PLAN+DE+EMERGENCIAS+Y+CONTINGENCIAS+PARA+PARQU.pdf/2d7015eb-e01d-4fd9-9c6c-e2bcae57ac1b>

Finanzas Personales. (2017). *¿En qué gastan los colombianos su tiempo libre?* Recuperado el Febrero de 2019, de <https://www.finanzaspersonales.co/hogar-y-familia/articulo/tiempo-libre-que-hacen-los-colombianos-en-su-tiempo-libre/70863>

Fundación Cadah. (2019). *El impacto de las Nuevas Tecnologías en el aprovechamiento del tiempo libre*. Recuperado el Febrero de 2019, de <https://www.fundacioncadah.org/web/articulo/el-impacto-de-las-nuevas-tecnologias-en-el-aprovechamiento-del-tiempo-libre.html>

González, M. C. (2019). *20 millones de personas al año visitan los parques temáticos y de diversiones del país*. Recuperado el Febrero de 2019, de

<https://www.portafolio.co/tendencias/entretenimiento/20-millones-de-personas-al-ano-visitan-parques-tematicos-504881>

Gutierrez, H. (2005). *Calidad Total y Productividad*. México : McGraw-Hill.

Infobae. (28 de Mayo de 2018). *Debate global entre padres e hijos: el uso precoz del celular y la dictadura del touch*. Obtenido de <https://www.infobae.com/tendencias/2016/10/07/debate-global-entre-padres-e-hijos-el-uso-precoz-del-celular-y-la-dictadura-del-touch/>

Jiménez, J. M., & Araya, Y. C. (2012). *El efecto de los videojuegos en variables sociales, psicológicas y fisiológicas en niños y adolescentes*. Obtenido de <file:///D:/Users/JAIRO/Downloads/Dialnet-ElEfectoDeLosVideojuegosEnVariablesSocialesPsicolo-3827415.pdf>

La República. (Marzo de 2017). *El negocio de parques de atracciones mueve \$200.000 millones al año*. Recuperado el Febrero de 2019, de <https://www.larepublica.co/empresas/el-negocio-de-parques-de-atracciones-mueve-200000-millones-al-ano-2490326>

La República. (Noviembre de 2018). *El auge de los parques de diversión bajo techo en centros comerciales*. Recuperado el Febrero de 2019, de <https://www.larepublica.co/consumo/el-auge-de-los-parques-de-diversion-bajo-techo-en-centros-comerciales-2797771>

Loffreda, S. (2017). *¿Qué músculos hace trabajar el trampolín?* Obtenido de https://muyfitness.com/musculos-trampolin-info_12437/

Mendoza, N. R. (2017). *Parques de diversiones en Colombia reciben más de 23 millones de visitantes*. Obtenido de <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/parques-de-diversiones-en-colombia-reciben-mas-de-23-millones-de-visitantes-317663>

Moya, R. D. (2018). *El Proyecto Factible: una modalidad de investigación*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/410/41030203/>

- Porter, M. (1997). Obtenido de <http://www.sc.ehu.es/oewhesai/Porter-en%20indarren%20kapitulua.pdf>
- Ruiz, E. E., & López, C. (2009). *Jóvenes y adolescentes ante las nuevas tecnologías: percepción de riesgos*. Obtenido de <https://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n16/15788946n16p1.pdf>
- Scribd. (2016). *Historia y origen de la recreación* . Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/126666881/Historia-y-Origen-De-La-Recreacion>
- Secretaría de planeación. (04 de 2014). *Plan de ordenamiento territorial de segunda generación* . Obtenido de <http://www.concejodebucaramanga.gov.co/planordenamientoterritorial/tomo2.pdf>
- Secretaría local de salud. (2014). *Análisis de Situación de Salud con el Modelo de los Determinantes Sociales de Salud*. Bucaramanga: Ministerio de Salud.
- Skywalker. (2019). *Montaje, mantenimiento y manual para el usuario*. Obtenido de <https://www.skywalkertrampolines.com/manuals/trampoline/STEC12%20Manual-%20Spanish.pdf>

Apéndices

Apéndice 1. Lista de chequeo verificación

LISTA DE CHEQUEO PARA VERIFICACIÓN PARQUE DE ATRACCIONES Ley 1225 de 2008 - Resolución 0958 de 2010 - Resolución 0543 de 2017				CODIGO	GPR-FT-38
				VERSION	1
				FECHA DE REVISIÓN	11/12/2017
REGISTRO	NOMBRE DE LA EMPRESA	NIT DEL EMPRESARIO	DIRECCION		
NOMBRE DE QUIEN PRESENTA EL PLAN	CARGO DE QUIEN PRESENTA EL PLAN	CORREO ELECTRONICO	TELEFONO		
CATEGORIA DEL ESTABLECIMIENTO	REVISADO POR:		AREA ORGANIZACIONAL DEL IDIGER	FECHA REVISIÓN	
<i>Elija una opción antes de imprimir</i>					
REQUISITOS PARA CONCEPTO			CUMPLE		
Verificar que el establecimiento cuenta con los siguientes requisitos en cumplimiento a la norma (Ley 1225 de 2008 - Resolución 0958 de 2010 - Resolución 0543 de 2017)			SI	NO	OBSERVACIONES
ASPECTOS GENERALES DEL LUGAR	Aforo				
	Señalización de emergencias	Visible			
		Colores Contrastantes			
		Suficientes			
	Conexiones eléctricas aisladas				
Salidas de emergencias funcionales					

	Iluminación del lugar adecuada			
	Recursos para Emergencias	Ubicados		
		Señalizados		
		Disponibles		
	Rutas de Evacuación Despejadas			
	El lugar cuenta con dispositivos de alarma y detectores de humo			
	Guía de Seguridad para el Usuario (por atracción) Nombre <input type="checkbox"/> Estatura <input type="checkbox"/> Restricciones Generales <input type="checkbox"/> Restricciones Específicas <input type="checkbox"/>			
	La verificación esta acorde con los recursos e información documental suministrada al IDIGER en el PEC			
DOCUMENTACIÓN	Manual de Operaciones			
	Certificación de la Realización de Pruebas Previas a la Puesta en Marcha			
CAMAS ELÁSTICAS	Cada cama elástica cuenta con una guía de seguridad para el usuario Nombre <input type="checkbox"/> Estatura <input type="checkbox"/> Restricciones Generales <input type="checkbox"/> Restricciones Específicas <input type="checkbox"/>			
	Sistemas de sujeción o anclaje			
	Listas de chequeo y certificados de inspección y mantenimiento			
	Señalización de Emergencias (Visible, Colores Contrastantes, Suficientes) Visible <input type="checkbox"/> Colores Contrastantes <input type="checkbox"/>			

		Suficientes	
	Accesos y Salidas Despejados		
	Planos de Evacuación General		
PLANOS DEL LUGAR	En los planos deben estar ubicados los siguientes elementos:		
	Ubicación de mobiliario Punto(s) de Encuentro	Atracción(es) <input type="checkbox"/> Escalera(s) <input type="checkbox"/> Cerramiento Perimetral <input type="checkbox"/> Posición alarma de Seguridad <input type="checkbox"/> Salidas y rutas de evacuación <input type="checkbox"/>	Corredores <input type="checkbox"/> Puerta(s) y Ruta de Ingreso <input type="checkbox"/> Zona de personas en condición de discapacidad <input type="checkbox"/>
OBSERVACIONES GENERALES			

Apéndice 2. Encuesta



Factibilidad para la creación de un parque de diversiones para la recreación infantil, en la ciudad de Bucaramanga, Santander

Los estudiantes de Ingeniería Industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana - UPB, aplicarán la siguiente encuesta con el fin de analizar la factibilidad para la creación de un parque de diversiones para la recreación infantil, en la ciudad de Bucaramanga. La información suministrada será tratada con absoluta confidencialidad y solo será utilizada con fines académicos.

De antemano gracias por su tiempo y colaboración.

INSTRUCCIONES:

- Lea atentamente cada pregunta antes de responder
- Seleccione la opción de respuesta que usted considere correcta.
- Elija solo una de las opciones que se presentan en cada ítem.

1. Género

- a. Masculino
- b. Femenino

2. Estrato socio-económico

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5
- f. 6

3. ¿Cuántas personas conforman su familia?

- a. 2
- b. 3
- c. 4
- d. 5

4. ¿Qué tan importante son los parques de diversiones y áreas recreativas para usted y su familia?

- a. Muy importante
- b. Importante
- c. Algo importante
- d. No tan importante

5. ¿Cuál es el parque de diversiones que más visita en la ciudad?

- a. Arkadia
- b. Acualago
- c. Duni Aventuras
- d. Happy city

6. ¿Con que frecuencia al mes visita usted ese parque de diversiones?

- a. Semanal
- b. Quincenal
- c. Mensual

7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por disfrutar de todas las atracciones del parque?

- a. Menos de COP\$20.000
- b. Entre \$20.000 y \$30.000
- c. Más de COP\$30.000

8. ¿Qué factor tiene en cuenta al momento de seleccionar el parque de diversiones que va a visitar?

- a. Cercanía
- b. Precio
- c. Tipo de atracciones que ofrece el parque
- d. Prestigio del parque
- e. Otro

9. Seleccione el tipo de parque de diversiones que le genera mayor interés

- a. Parque de diversiones con trampolines
- b. Parque de diversiones mecánicos

10. ¿Qué servicios o juegos adicionales le gustaría que se implementen en este centro de recreación?

- a. Wifi
- b. Área de descanso
- c. Juegos de salón
- d. Salón social
- e. Fiestas infantiles

Apéndice 3. Funciones gerente general

NOMBRE DEL CARGO	Gerente general
JEFE INMEDIATO	Junta de socios
NÚMERO DE PERSONAS	1
OBJETIVO	
Representar a la empresa en los asuntos legales, además de planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que se realicen en la empresa	
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Representante legal de la empresa 2. Control e inspección diferentes actividades del parque de diversiones 3. Contratar a los trabajadores 4. Solución de problemas y quejas de los clientes 5. Capacitar a los empleados sobre sus funciones y velar por el funcionamiento general del parque 	
PERFIL DE CARGO	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Actúa con independencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes al cargo. 2. Requiere alto esfuerzo mental al verse sometido a las presiones que como gerente posee. 3. Responde por el trabajo de todos los empleados de la empresa. 4. Responde por los equipos a su cargo 	
REQUISITOS	
Escolaridad: Ingeniero industrial Experiencia: 4 años Actitudes: Honesto, responsable, respetuoso, tolerante, puntual.	

Fuente: Elaboración propia

Apéndice 4. Funciones contador

NOMBRE DEL CARGO	Contador
JEFE INMEDIATO	Gerente
NÚMERO DE PERSONAS	1
OBJETIVO	
Implementar o mantener de manera ordenada y actualizada el sistema contable de la empresa, además de llevar la contabilidad básica en la misma	
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa. 2. Mantener un correcto manejo de los programas contables. 3. Elaborar roles de pago y tramitar la documentación que corresponde al IESS. 4. Elaborar los estados financieros correspondientes. 5. Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero al gerente de la empresa. 	
PERFIL DE CARGO	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables para aplicarlos en la empresa. 2. Resuelve problemas de su trabajo y debe tener iniciativa para los asuntos contables. 3. Requiere de mediano esfuerzo mental y concentración al aplicar los registros contables. 	
REQUISITOS	
Escolaridad: Contador público Experiencia: 1 año Actitudes: Honesto, responsable, respetuoso, tolerante, puntual.	


Fuente: Elaboración propia

Apéndice 5. Funciones servicios generales

NOMBRE DEL CARGO	Servicios generales
JEFE INMEDIATO	Gerente
NÚMERO DE PERSONAS	1
OBJETIVO	
Realizar las labores de aseo, limpieza, para brindar comodidad a los clientes en los sitios de trabajo del área a la cual está prestando los servicios	
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Asear las oficinas y áreas asignadas, antes del ingreso de los clientes y vigilar que se mantengan aseadas. 2. Mantener los baños y lavamanos en perfectas condiciones de aseo y limpieza y con la dotación necesaria. 3. Responder por los elementos a su cargo e informar sobre cualquier anomalía o deterioro que ellos presenten y 4. Mantener limpios los muebles, enseres, ventanas, cortinas y todo elemento accesorio del área del parque. 5. Realizar tareas que le sean asignadas por su jefe inmediato y así garantizar un trabajo de calidad 	
PERFIL DE CARGO	
Maneja constantemente equipos y materiales de fácil uso, siendo su responsabilidad directa y maneja periódicamente equipos y materiales medianamente complejos, siendo su responsabilidad indirecta	
REQUISITOS	
Escolaridad: Bachiller Experiencia: No requiere Actitudes: Honesto, responsable, respetuoso, tolerante, puntual.	

Fuente: Elaboración propia

Apéndice 6. Formato de afiliación ACOLAP

 <p>Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones Tel: 311 5149 - Nit: 900.041.497-7 Calle 63 No. 60-80 Bogotá, Colombia</p>	SOLICITUD Y FORMATO DE AFILIACION																		
Razón Social: _____ Nombre del parque y/o empresa: _____ NIT: _____ Dirección: _____ Ciudad: _____ Departamento: _____ Teléfono: _____ Fax: _____ Pagina web: _____ E-Mail: _____																			
PARA LA AFILIACION																			
Categoría a la que pertenece																			
<input type="checkbox"/> Parque de Diversiones Permanente <input type="checkbox"/> Centro de Entretenimiento Familiar <input type="checkbox"/> Parque Temático <input type="checkbox"/> Acuario <input type="checkbox"/> Consultor <input type="checkbox"/> Otro. Cuál: _____	<input type="checkbox"/> Parque Acuático <input type="checkbox"/> Centro Interactivo <input type="checkbox"/> Zoológico <input type="checkbox"/> Granja <input type="checkbox"/> Proveedor <input type="checkbox"/> Fabricante																		
¿En que año inició operación?: _____ ¿Cuántos empleados tiene la empresa?: _____ ¿Cuántas sedes tiene la empresa?: _____																			
La cuota anual de sostenimiento se determina pro su ingreso bruto anual de acuerdo a la siguiente tabla:																			
Marque con una X	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">Categoría</th> <th style="width: 40%;">Ingresos Brutos</th> <th style="width: 45%;">Cuota de Sostenimiento*</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pequeño</td> <td>1 a 2.000 Millones</td> <td>\$ 2.549.342</td> </tr> <tr> <td>Mediano</td> <td>2.001 a 5.000 Millones</td> <td>\$ 4.800.393</td> </tr> <tr> <td>Grande</td> <td>A partir de 5.001 millones</td> <td>\$ 7.052.546</td> </tr> <tr> <td>Proveedor</td> <td></td> <td>\$ 1.270.500</td> </tr> <tr> <td>Consultor</td> <td></td> <td>\$ 1.270.500</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Ingresos Brutos	Cuota de Sostenimiento*	Pequeño	1 a 2.000 Millones	\$ 2.549.342	Mediano	2.001 a 5.000 Millones	\$ 4.800.393	Grande	A partir de 5.001 millones	\$ 7.052.546	Proveedor		\$ 1.270.500	Consultor		\$ 1.270.500
Categoría	Ingresos Brutos	Cuota de Sostenimiento*																	
Pequeño	1 a 2.000 Millones	\$ 2.549.342																	
Mediano	2.001 a 5.000 Millones	\$ 4.800.393																	
Grande	A partir de 5.001 millones	\$ 7.052.546																	
Proveedor		\$ 1.270.500																	
Consultor		\$ 1.270.500																	
* Se paga anualmente																			
El pago se debe hacer a nombre de la Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones - ACOLAP, en la cuenta corriente No. 258 - 02673 - 1 del Banco de Occidente, la calidad de afiliado <u>solo</u> se adquiere con el pago del 100% de la cuota de sostenimiento.																			
INFORMACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL PARA ACOLAP																			
Nombres y Apellidos: _____ Cargo: _____ Correo Electrónico: _____ Tel. ofc: _____ Fecha de Nacimiento: _____ Celular: _____																			
DATOS COMERCIALES																			
Acepta Información vía E-Mail: Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>																			
Maneja póliza seguro de la operación: Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Cuál: _____ Compañía: _____ Dirección de radicación de factura: _____																			

REFERENCIAS COMERCIALES				
EMPRESA	TELEFONO	NOMBRE Y CARGO	FORMA DE PAGO	
CONDICIONES DE ACEPTACION DE LA AFILIACION				
<p>Autorizo(amos) a ACOLAP para que la información que reportamos pueda usarla para que la consulte, reporte, registre y circule a las entidades de consulta de base de datos, a los demas afiliados, proveedores, expositores o colaboradores del Gremio, igualmente autorice mi reporte sobre todas mis (nuestras) operaciones financieras y acreditadas ante entidades financieras y centrales de riesgo o reporte de informacion sobre obligaciones de pagos que bajo acualquier modalidad me me (nos) hubiere(n) otorgado, obliado a pagar o se me (nos) otorgue(n) en el futuro.</p> <p>Igualmente con la suscripción de solicitud de afiliacion como Agremiado o afiliado ha ACOLAP manifestamos que aceptamos de manera irrevocable lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aceptamos y nos obligamos al cumplimiento de los Estatutos de la agremiación, los cuales manifestamos conocer. 2. Aceptamos y nos obligamos al cumplimiento de las disposiciones que determinen los organos de administración conforme lo dispuesto por los Estatutos de la asociación. 3. Aceptamos y nos obligamos a el pago anual anticipado del valor de las cuota afiliación o sostenimiento, valor que no es reembolsable, por cualquier motivo o razon se da el retiro o suspensión de la afiliación antes de culminar la anualidad pagada en cualquier tiempo. 4. Ningun valor cancelado a ACOLAP es reembolsable o sujeto de devolución salvo que correspondan a errores en valores o cobros. 5. Aceptamos y nos obligamos ha actualizar la informacion cuando cambie o cuando asi la administración de ACOLAP lo solicite para tener al día la informacion del afiliado. 6. Una vez aceptada la solicitud de afiliación el solicitante tiene el plazo de 15 días para efectuar el pago de la cuota de afiliacion y-o sostenimiento, las de los años siguientes dentro del plazo que se indique en la factura. <p>Para la constancia de todo lo anterior se firma esta solicitud y documento manifestando que son verdadera toda la información y documentos aportados.</p>				
Nombre del Representante Legal	Documento de Identidad	Firma Representante Legal		
DOCUMENTOS APORTADOS				
<p>*Fotocopia del RUT Actualizado</p> <p>*Registro de Existencia y Representaión Legal vigente expedido por la Cámara de Comercio, no mayor a 30 días</p> <p>*Certificación de ventas firmada por el Contador o el Revisor Fiscal</p> <p>*2 Referencias bancarias</p> <p>*2 Referencias comerciales</p> <p>*Fotocopia de la cédula de ciudadanía del Representante Legal</p>				
USO EXCLUSIVO DE ACOLAP				
CONOCIMIENTO DEL SOLICITANTE		Asociado	Nuevo	Antiguo
Conoce las instalaciones	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	CALIFICA DE 5 (EX) A 1 (MALA)		
Ha tenido relación o referencias comerciales con el cliente	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>	Organización <input type="checkbox"/>
Esta refenciado por otro lado	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Formalidad	<input type="checkbox"/>	Calificación gral. <input type="checkbox"/>