

Viabilidad de la creación de un parque temático de turismo cultural e histórico, en el departamento de Santander – Colombia

David Alberto Abaunza Suarez

Id. 000179113

Yelly Paola Suarez España

Id. 000210234

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Escuela de Ingeniería

Bucaramanga

2018

**Viabilidad de la creación de un parque temático de turismo cultural e
histórico, en el departamento de Santander – Colombia**

ii

David Alberto Abaunza Suarez

Id. 000179113

Yelly Paola Suarez España

Id. 000210234

Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de:

INGENIERA INDUSTRIAL

Director del Proyecto

Rubén Darío Jácome Cabrales

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Escuela de Ingeniería

Bucaramanga

2018

Agradecimientos

iii

Gracias a Dios, a nuestros padres y familias que han estado apoyándonos en todo el proceso de nuestra carrera guiándonos aconsejándonos en cada ocasión, a Rubén Darío Jácome Cabrales nuestro director por su gran esfuerzo, apoyo y dirección que sin ello no habría sido posible alcanzar nuestra meta.

Tabla de Contenidos

iv

1	Delimitación del Problema	8
2	Antecedentes	12
3	Justificación	15
4	Objetivos	18
4.1	Objetivo general.....	18
4.2	Objetivos específicos	18
5	Marco Teórico.....	19
5.1	Turismo	19
5.1.1	Turismo Accesible Para Todos.	20
5.1.2	Turismo social.....	20
5.1.3	Turismo sostenible.	21
5.1.4	Turismo de negocios.	21
5.1.5	Turismo gastronomico.	22
5.1.6	Turismo Rural.	22
5.1.7	Turismo, cultura e historia.	22
5.2	Parques temáticos.....	23
5.3	Investigación de mercados	24
5.4	Marco histórico	25
5.5	Marco legal	28
6	Metodología	30
6.1	Enfoque de la investigación	31
6.2	Diseño	32

6.3	Alcance	33v
6.4	Población Participantes y Selección de la muestra	34
6.5	Instrumentos de recolección de datos	35
7	Resultados	37
7.1	Investigación de mercados	37
7.1.1	Metodología estadística utilizada.....	38
7.1.2	Análisis e interpretación de los datos.....	39
7.2	Estudio Financiero	46
7.2.1	Inversión Fija.	46
7.2.2	Inversión Diferida.	49
7.2.3	Inversión de capital de trabajo.	50
7.3	Estudio técnico.....	65
7.3.1	Localización.....	65
7.3.2	Tamaño del proyecto.....	67
7.4	Estudio Administrativo y Legal	72
7.4.1	Misión, Visión, Valores Corporativos y Objetivos Estratégicos.	72
7.4.2	Personal.....	74
7.4.3	Disposiciones Legales.....	78
7.4.4	Leyes de Espectáculos Públicos y Artes Escénicas.	81
7.4.5	Trámites ante Cámara de Comercio y DIAN.....	82
7.4.6	Uso del Suelo.	84
7.4.7	Registro Nacional de Turismo.	84
7.4.8	Registro ACOLAP.....	86

7.5	Plan de Marketing	86vi
7.5.1	Análisis DOFA.....	89
7.5.2	Posicionamiento y Mensaje de Marketing.....	90
7.5.3	Definición de los clientes.....	91
7.5.4	Análisis de los precios de la competencia.....	92
7.6	Programa de Comunicación Integral de Marketing	95
7.6.1	Objetivos, Estrategias, Programas del Programa de Comunicación Integral de Marketing.....	95
7.7	Canvas.....	98
8	Conclusiones	99
9	Recomendaciones	103
	Referencias bibliográficas.....	104
	Anexos	108

Lista de tablas

vii

Tabla 1. Normatividad Legal	28
Tabla 2. Ficha técnica del estudio de mercados.....	34
Tabla 3. Lugar de proveniencia de los turistas	39
Tabla 4. Motivo de visita a Santander	40
Tabla 5. Atractivo de la región	41
Tabla 6. Intereses adicionales y expectativas de los visitantes	43
Tabla 7. Requerimiento de Espacio	47
Tabla 8. Requerimiento Muebles y encerres	48
Tabla 9. Requerimiento Equipo de oficina	48
Tabla 10. Inversión Diferida	49
Tabla 11. Costos de mantenimiento.....	50
Tabla 12. Gastos de administración y ventas.....	51
Tabla 13. Requerimientos de personal.....	51
Tabla 14. Gastos de nomina.....	52
Tabla 15. Gastos financieros.....	52
Tabla 16. Costos Anuales	53
Tabla 17. Total Capital de trabajo.....	54
Tabla 18. Inversión Total	55
Tabla 19. Valor de arriendo de locales	56
Tabla 20. Flujo de Efectivo.....	56
Tabla 21. Flujo de efectivo desde el cuarto año hasta el año siete	58
Tabla 22. Proyección del flujo de caja desde el octavo año	59

Tabla 23. Proyección del estado de pérdidas y ganancias	60viii
Tabla 24. Proyección del estado de resultados desde el año seis al año diez	61
Tabla 25. Proyección del balance general a diez años.....	62
Tabla 26. Proyección del balance general de cuentas desde el año seis al año siete.	63
Tabla 27. Distribución y área en Mt ² por Zona.....	68
Tabla 28. Recurso Humano.....	72
Tabla 29. Objetivos y estrategias	73
Tabla 30. Objetivos del Plan de Marketing	87
Tabla 31. Comparativa de precios y oferta Parques Temáticos Santander y Colombia	93

Lista de figuras

Figura 1. Diseño triangulado.....	33
Figura 2. Lugar de proveniencia de los turistas.	40
Figura 3. Motivo de visita a Santander.	41
Figura 4. Atractivo de la región.	42
Figura 5. Lugares visitados en la región.	43
Figura 6. Intereses adicionales y expectativas de los visitantes.....	44
Figura 7. Aspectos que disminuyen el interés de la población por visitar la región. r	45
Figura 8. Medios de información.....	46
Figura 9. Gastos de Constitución..	50
Figura 10. Localización de Barichara en Santander.	65
Figura 11. Vía de acceso al parque temático.	66
Figura 12. Ubicación específica del parque.....	67
Figura 13. Distribución de las instalaciones.	70
Figura 14. Organigrama.	74
Figura 15. Uso del suelo.	84
Figura 16. Análisis DOFA Proyecto Parque Temático Pueblito Santandereano.....	90
Figura 17. Programa de fijación de Precios para el Parque Temáticor.....	92
Figura 18. Objetivos, estrategias y programa de comunicación integral del marketing	95
Figura 19. Logotipo Parque Temático Pueblito Santandereano.	96
Figura 20. Modelo Canvas.....	98

Lista de anexos

Anexo1. Encuesta	108
Anexo 2. Proyección Financiera	109
Anexo 3. Minuta de Constitución	110
Anexo 4. Registro Único Empresarial	113
Anexo 5. Registro ACOLAP	116
Anexo 6. Formulario Adicional de Registro con Otras Entidades.....	117

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: Viabilidad de la creación de un parque temático de turismo cultural e histórico, en el departamento de Santander – Colombia

AUTOR(ES): David Alberto Abaunza Suarez; Yelly Paola Suarez España

PROGRAMA: Facultad de Ingeniería Industrial

DIRECTOR(A): Rubén Darío Jácome Cabrales.

RESUMEN

El presente proyecto trabajo de grado contiene los estudios de viabilidad necesarios para la creación de un parque temático de turismo cultural e histórico, en el departamento de Santander, Colombia. El proyecto inicia con el estudio de mercados, en el cual se indagó sobre los gustos y preferencias de los turistas que visitan el departamento de Santander, permitiendo así, conocer y definir con mayor exactitud el mercado objetivo; después de obtener esta información, se realizó un plan de marketing, en donde se definió el pronóstico de ventas, marca y logo tipo del producto, la matriz DOFA y estrategias que ayudarán a posicionar el parque temático como destino turístico en el departamento. Seguidamente se llevó acabo el estudio técnico con el objetivo de establecer la macro localización y ubicación de acuerdo con el tamaño del proyecto, definiendo las necesidades técnicas del mismo para su óptimo funcionamiento. Se realizó un estudio financiero considerando diferentes medios de ingresos como lo son los arriendos de los locales y la venta de las entradas al parque. Se analizaron indicadores financieros con el propósito de determinar el beneficio económico y la viabilidad del proyecto, y finalmente elaboro el estudio administrativo y legal, creando la misión, visión, identificando los perfiles del personal a laborar y definiendo los requerimientos legales necesarios para la correcta creación y funcionamiento del parque.

**PALABRAS
CLAVE:**

Cultural, Marketing, Matriz DOFA, Parque Temático, Viabilidad, Turismo.

Vº Bº DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: Feasibility of the creation of a theme park of cultural and historical tourism, in the Department of Santander - Colombia

AUTHOR(S): David Alberto Abaunza Suarez; Yelly Paola Suarez España

FACULTY: Facultad de Ingeniería Industrial

DIRECTOR: Rubén Darío Jácome Cabrales.

ABSTRACT

The present project work of degree contains the necessary feasibility studies for the creation of a thematic park of cultural and historical tourism, in the department of Santander, Colombia. The project begins with the study of markets, which inquired about the preferences of tourists visiting the department of Santander, thus allowing to know and define more accurately the target market; After obtaining this information, a marketing plan was made, where the sales forecast, brand and product type logo, the SWOT matrix and strategies that will help to position the theme park as a tourist destination in the department were defined. Then the technical study was carried out with the objective of establishing the macro location and location according to the size of the project, defining the technical needs of the same for its optimal functioning. A financial study was carried out considering different means of income such as the leases of the premises and the sale of the entrances to the park. Financial indicators were analysed with the purpose of determining the economic benefit and viability of the project, and finally elaborated the administrative and legal study, creating the mission, vision, identifying the profiles of the personnel to work and defining the legal requirements necessary for the correct creation and operation of the park.

KEYWORDS:

Cultural, marketing, matrix SWOT, theme park, viability

Vº Bº DIRECTOR OF GRADUATE WORK

Introducción

El presente estudio de viabilidad para el parque temático de turismo cultural e histórico en Santander, se realizó bajo la afluencia de tres razones que están ligadas al buen momento que está pasando Colombia con respecto al turismo y el poderoso impacto económico y social que generó la creación de parques temáticos que impulsarán aún más el crecimiento y potencial de cada una de las regiones. La primera razón, recae en la perspectiva de la relevancia social, pues según Ángela Díaz, directora de la Asociación Colombiana de Atracciones y Parques, Colombia se encuentra en el tercer lugar en Latinoamérica con mayor éxito en el negocio de la diversión, después de México y Brasil, destacando que el 80% de los visitantes a los parques son Nacionales y el 20% restantes son Internacionales. (EL TIEMPO, 2016).

Según el estudio realizado por ACOLAP, en el 2012, los parques vinculados a esta asociación recibieron más de 10 millones de visitantes, 3 años más tarde, este número aumentó un 130%, registrando más de 23 millones de personas que visitaron estos sitios turísticos, entre los que se encuentran parques de todas las categorías (acuáticos, temáticos, de diversiones, y centros de entretenimiento familiar y temáticos) y aunque no existe una cifra oficial de cuánto mueve este negocio, se estima que un 70% de las compañías asociadas al gremio, generan ventas entre 5000 millones y 15.000 millones de pesos c/u., a pesar de que esta es una industria muy sensible a los factores climáticos de cada región, y a los altibajos de la economía. (El Herald, 2017). Según el Sistema Informativo del Gobierno (SIG), no solo se marcó un record con el número de visitantes

y en la inversión privada en el sector, también se alcanzaron otros importantes logros como:

- El alcanzar el record en crecimiento de viajeros internacionales registrando un incremento del 14,5% por encima de 2015 y un total de 5.092.052 personas, esta es la cifra más alta de visitantes extranjeros en la historia del país.
- La creación de 80 rutas aéreas, que conectan a Colombia con 27 países, un incremento del 17,6% al comparar (68 rutas) en 2011 con 2016.
- El aumento de la formalidad en la industria turística: 76.4% fue el incremento de inscritos en el registro nacional de turismo entre 2010 (14.118) y 2016 (24.906), entre 2015 y 2016 hubo un incremento de 11,5%
- Generación de 370.000 nuevos puestos de trabajo entre 2010 y 2016, genero el sector turístico, con un crecimiento del 17,8%, en total hay 1'824.000 personas empleadas en el sector. En el 2016 creció 0,3%, comparado con 2015.
- Turismo seguro con incremento en policías de turismo, pasando de 580 en 2010 a 913 en 2016, de ellos 600 son bilingües.
- Aumenta el turismo en territorios de postconflicto como Arauca, Putumayo, El parque natural de la sierra nevada de Santa marta y el Parque nacional de la serranía de la macarena. (SIG, 2017)

Colombia está registrando grandes avances en este sector y el departamento de Santander se ha tomado muy en serio el potencial de este negocio, para formar grandes e interesantes ofertas turísticas que le han servido para mostrarse a nivel nacional e

internacional como un destino de talla mundial, en continuo crecimiento y comprometido con el turista a brindarle una experiencia inolvidable, esta es la segunda razón para realizar el estudio, desde la perspectiva de la conveniencia, pues, aunque el año 2016, no fue el mejor para este negocio debido a las condiciones climáticas y algunos incidentes de seguridad, las expectativas para el año 2017, es crecer en más de 5% los ingresos de la industria, y en un 4% el número de visitantes, aumentando el número de parques temáticos, dentro de los 12 corredores turísticos propuestos por el ministerio de comercio, industria y turismo, promoviendo importantes inversiones para este sector, con cerca de 7 proyectos, según afirma Ángela Díaz, quien dice que habrá 1 parque temático en el Huila, que estará listo en el transcurso del año 2017, 3 centros de entretenimiento familiar, repartidos entre Cúcuta, Valledupar y Sincelejo, el inicio del parque acuático en Cartagena y otros 2 proyectos de parques acuáticos, uno de ellos estará ubicado en el Eje cafetero, para complementar la oferta turística de la región (Portafolio, 2017), y aunque el negocio en Santander también ha tenido sus problemas, como son el ineficiente manejo financiero de sus recursos económicos, la falta de personal capacitado, que conozca el manejo del público al cual van dirigidos y la falta de alianzas y convenios con entidades públicas y privadas que tengan que ver con el sector del turismo, estas se consideran como los 3 principales factores para que este tipo de negocios no sean rentables en la región, o por lo menos, en la forma como se esperaría (Vanguardia Liberal, 2017).

Es gracias a esta perspectiva que nace la tercera y última razón para realizar este proyecto, es la utilidad metodológica que se le dará al trabajo de investigación desde el ámbito profesional, pues el equipo de ingenieros industriales a cargo del estudio de

viabilidad, cuenta con los saberes necesarios para evaluar las ventajas y oportunidades que podría traer el negocio, sirviendo como base para el futuro estudio de factibilidad.

1 Delimitación del Problema

En la actualidad, las personas buscan realizar actividades culturales y de entretenimiento, que les permitan compartir y disfrutar momentos de esparcimiento, diversión o confort. Estas alternativas son ofrecidas por atractivos como los parques temáticos, los cuales según Ariza *et al* (2011):

(...) surgen como espacios en donde no solo se puede disfrutar de atracciones mecánicas y participar en dinámicas, sino también aprender, por medio de educación no formal, acerca de temáticas culturales, sociales e históricas que hacen parte de nuestra comunidad y que demandan ser transmitidas a personas de cualquier edad. (Ariza, *et al.*, 2011, p. 5)

Por lo cual, más allá de la importancia cultural y social, que caracteriza los parques temáticos, estos son lugares que contribuyen en gran proporción a la atracción de visitantes y, por ende, al incremento del turismo en un determinado territorio, En el caso Colombiano, el sector turístico ha cobrado importancia en los últimos años, sin embargo, esta creciente industria se ha visto afectada debido principalmente a la falta de adopción de estrategias innovadoras y audaces que les permitan ser rentables y perdurables. (Ariza *et al.*, 2011). Esto último es lo que se ha consolidado como la problemática central a solventar en la región de Santander, pues el sector de los parques turísticos se ha caracterizado por la falta de ajustes estratégicos, en concordancia con la incapacidad del sector turístico para adaptarse y agregar valor a los turistas que los visitan. Por tal razón,

si lo que se desea es que el turismo se convierta en uno de los principales ejes de la economía regional, es indispensable llevar a cabo una actividad turística que sea incluyente y sostenible que garantice el modelo de negocio a largo plazo. (PNUD, 2014). De igual forma, existen limitantes para el crecimiento y desarrollo de la industria turística santandereana, como lo son: la ausencia de planes locales de desarrollo, la falta de coordinación entre las distintas entidades que promueven a diario la actividad del turismo y las deficiencias en el cumplimiento de los estándares de calidad mínimos en los servicios de atención al cliente, lo cual impide que Santander se certifique a largo plazo como destino de talla mundial (PNUD, 2014).

Asimismo, se han identificado tres situaciones subyacentes de la problemática central basada en la falta de adopción de estrategias innovadoras y nuevos atractivos, que bajo las condiciones mencionadas anteriormente podrían estar afectando de forma directa el avance del sector turístico dentro de la región de Santander, entre las que se destacan:

- *La escasez de parques temáticos y paradores viales para turistas:* esta problemática ocasiona la pérdida de valor para el turista, ya que gran parte de los visitantes llegan al departamento por vía terrestre recorriendo grandes distancias para conocer y disfrutar de los atractivos que ofrece la región, sin embargo se encuentran con un panorama totalmente distinto al que esperaban, puesto que no hay suficientes sitios turísticos, ni parques temáticos que se esfuercen por crear e innovar su propuesta de valor y que más allá de sus atracciones, estén dispuestos a generar experiencias genuinas y únicas en los visitantes.

- *La mala administración dada a los parques temáticos, que actualmente se encuentran en el departamento:* la falta de inversión en los parques turísticos, han llevado a que estos tengan poca rentabilidad, ya que en palabras de Marlio Gómez, director ejecutivo de Cotelco Santander “la falta de transparencia en las administraciones de los parques, así como la falta de alianzas, no permiten que estos negocios sean rentables en la región o, por lo menos, en la forma como se esperaría” (Barajas, 2017, par.8). Es así, que en los últimos tres años este tipo de lugares no le han presentado al público ningún tipo de innovación en lo concerniente a atractivos turísticos y planes estratégicos de obtención y retención de clientes (Barajas, 2017).
- *La insuficiente oferta de profesionales del turismo aptos para atender a los visitantes nacionales e internacionales:* la falta de capacitación en los profesionales para establecer programas en los cuales puedan perfeccionar sus habilidades en atención y gestión turística.

Sumado a lo anterior, los actuales parques que tiene Santander han disminuido su interés por brindar buena atención al público, de igual forma que lo han hecho muchas entidades y empresas encargadas de la formación profesional del personal apto para atender los servicios del turismo, generando con ello una impresión negativa en los visitantes y dejando la sensación de estar siendo guiados por personal inexperto o poco preparado para hablar de dicha región por falta de conocimiento del tema o por la poca habilidad para comunicarse asertivamente en otros idiomas, limitando de esta manera la

atención al turista, provocando implícitamente una reducción en los tiempos de estadía en el departamento y altos niveles de deserción turística (PNUD, 2014). Por ello es de vital importancia trabajar en estas debilidades, para buscar oportunidades de negocio a medida que se fortalece el sector en la constante creación de valor para su economía territorial y en los turistas que visitan año tras año el departamento. Con base en lo anterior, se formuló la siguiente pregunta directriz:

¿Es viable la creación de un parque temático de turismo cultural e histórico en la región santandereana?

2 Antecedentes

En aras de determinar la viabilidad de crear un nuevo parque temático que responda a las tres problemáticas planteadas previamente, se presentan a continuación estudios realizados como tesis de grado en diversas universidades del país. Estos estudios abarcan los aspectos necesarios para determinar la viabilidad económica, ambiental y sociocultural de crear un parque temático; esto se realiza con el fin de tener en cuenta información específica que se ajuste a la realidad del turismo en Colombia.

El primer antecedente a destacar, corresponde al trabajo de grado “*Evaluación financiera del proyecto parque temático de flora y fauna de Pereira*” realizado por Cardona y Geleano (2007). Este tuvo como objetivo principal realizar la evaluación financiera del proyecto parque temático de flora y fauna de Pereira, presentando un modelo propio de inversión en el que se podía visualizar el cambio en los indicadores financieros debido a los valores iniciales y las variables críticas; a partir de una metodología cuantitativa que les permitió concluir que los montos reales de los gastos, costos e ingresos, siendo estos los que permiten mostrar de manera real los beneficios económicos que trae a la región la construcción del parque, por lo que concluyeron que el Parque temático de flora y fauna de Pereira es un proyecto auto sostenible lo cual para los inversionistas aseguran un bajo nivel de riesgos en conformidad con las exigencias del mercado.

El segundo antecedente corresponde al “*Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia*”, realizado por Montilla y Ambrosio (2013). En este buscaron identificar las oportunidades que permitirán hacer del país un destino turístico de talla

mundial, los factores potenciales de mejora que contribuyan en este proceso y las variables de competitividad del sector; a partir de una metodología cualitativa que les permitió recoger información de con base en trabajos e investigaciones ya existentes, datos de entidades como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el DANE, datos e información de la OMT, entre otras entidades gubernamentales y no gubernamentales. Lo que a su vez les llevo a concluir que las campañas fuertes de promoción y mercadeo que ha desarrollado el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, junto con otras entidades regionales y locales han creado un gran impacto en los porcentajes de llegadas nacionales e internacionales al país siendo uno de los principales atractivos colombianos.

El tercer antecedente corresponde al “*Plan de negocio para el montaje de un parque de diversiones y cultural en la ciudad de Cartagena KATAPULA*”, realizado por Cabarcas, Cuellas y Vélez (2012). Este tuvo como objetivo principal diseñar un plan de negocio para el montaje de un parque de diversiones y cultural en la ciudad de Cartagena, con el fin de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la ciudad, a través de un análisis de mercado, técnico, legal y financiero, que permita establecer la aceptación del servicio y su sostenibilidad financiera; a partir del método de investigación deductivo, con el que identificaron que la inversión inicial requerida era de \$ 2.608.051.154, de los cuales el 70% estaría financiado por bancos y el 30% restante por aportes de los socios, asimismo pudieron concluir como aspecto positivo el hecho de que en la ciudad de Cartagena no existe un parque de diversiones con las características que ofrece KATAPULTA y como aspectos negativos el hecho de la falta de inversión para el montaje de dicho parque.

Por último, se encontró el trabajo de grado “*Impacto social y económico del turismo a nivel subregional, análisis caso: municipio de Barichara*” realizado por Castellanos y Clavijo (2014). En este identificaron los clientes satisfechos con los servicios ofrecidos, logrando analizar que gran parte de la economía en la región de Barichara depende del turismo, concluyendo que este sector genera beneficios para los habitantes del municipio en cuanto empleo y aumento del crecimiento económico.

3 Justificación

El estudio de viabilidad busco conocer y evaluar las oportunidades de negocio que representa el incremento progresivo del sector turismo, como una excelente alternativa para impulsar el crecimiento de la región, ya que si se desea que este sector tenga contribuciones importantes en la economía territorial, es necesario cautivar y retener por más tiempo a los visitantes del departamento de Santander. Para lograr este propósito, es necesario ampliar la oferta de sitios turísticos que cuenten con elementos atractivos que se ajusten a las preferencias, motivos y expectativas de las personas que visitan el departamento (Ariza *et al.*, 2011). Esta oportunidad de crecimiento, sumada los tres problemas que aquejan el turismo en el departamento de Santander, identificados en el capítulo anterior (la escasez de parques temáticos especializados, la mala administración de los parques existentes y la insuficiente oferta de profesionales del turismo aptos para atender a los visitantes nacionales e internacionales), son la razones principales que justifican la necesidad de el desarrollo de este proyecto.

En tanto, las nuevas oportunidades de negocio se comenzaron a evidenciar en los últimos años cuando en sectores influyentes del Producto Interno Bruto (PIB) departamental, como la minería, la industria y la construcción, comenzaron a decaer, lo cual obligo a la economía local a enfocarse en otros modelos de negocio, destacándose aquellos que se desarrollan en el sector del turismo, pues la escases de sitios y atractivos turísticos, junto con la falta de planificación de actividades que logren cautivar a los visitantes y los motive a regresar a la región, son debilidades que representan oportunidades de crecimiento (Ariza *et al.*, 2011).

A causa de esto, generar valor en los turistas se ha convertido en un reto que ha incentivando la idea de transformar los parques de diversiones, en parques temáticos, que se logren conectar aún más con las experiencias de los clientes, ya que según Ángela Díaz, directora de la Asociación Colombiana de Atracciones y Parques (ACOLAP) este notable cambio en el modelo de negocios se ha visto reflejado en forma expansiva a nivel nacional, pues, ya existen alrededor de 300 parques temáticos en todo el país, de los cuales 180 están afiliados a dicha entidad. En cuanto al departamento de Santander, que tan solo cuenta con tres parques temáticos que se destacan como destinos de talla mundial, pero ninguno ha sabido aprovechar el potencial “temático” que estos poseen, pues según Marlio Gómez, director ejecutivo de Cotelco Santander “no se verán beneficios sociales o mejores resultados hasta que este tipo de negocios, estén apartados de intereses políticos y sean administrados por personas que lo conozcan a fondo (Gonzales, 2017).

Por ende, la propuesta de este proyecto, se enfoca en la creación de un parque temático más que en la reestructuración de los parques ya existentes, pues estos últimos, se resisten a incorporar una nueva perspectiva que responda no solo al aspecto económico sino también a los cambios del entorno cultural, social y tecnológico. Dichas adaptaciones, es lo que en definitiva podría traer beneficios para el entorno y a su vez beneficios monetarios, pues atraería aún más turistas dispuestos a invertir y disfrutar en la región. Finalmente con la creación del parque se pretende crear la necesidad de mejorar la calidad de los profesionales que se especializan en este sector, para que generen valor en los visitantes a través de las relaciones asertivas, que solo se dan cuando se logra

comprender y satisfacer sus necesidades. Para que este momento se lleve a cabo de forma apropiada, se hace necesaria la adquisición de recurso humano capacitado, no solo para impartir información detallada de la región, sino también para crear y transmitir una grata experiencia en el visitante, esto proporcionaría un incremento en las visitas y por ende mejoraría considerablemente la economía del sector (PNUD, 2014).

4 Objetivos

4.1 Objetivo general

Determinar la viabilidad de la creación de un parque turístico en el departamento de Santander, que genere un valor agregado a los visitantes de la región.

4.2 Objetivos específicos

- Determinar la factibilidad del mercado objetivo, mediante la aplicación de encuestas que permitan identificar la demanda potencial de turistas en la región de Santander.
- Realizar un estudio administrativo y legal, con el fin de identificar lineamientos legales, ambientales y organizacionales necesarios para el correcto funcionamiento del Parque temático de acuerdo con lo establecido por la ley y las autoridades competentes en turismo.
- Establecer las necesidades técnicas y operativas, en base al estudio de mercados realizado, con el fin de determinar la localización y distribución del parque turístico.
- Realizar un estudio financiero a través de indicadores VPN, TIR y PRI, que permitan determinar la viabilidad del proyecto.
- Elaborar el plan de Marketing del parque turístico Pueblito Viejo Santandereano con el fin de diseñar estrategias para el posicionamiento y la comunicación efectiva de oferta.

5 Marco Teórico

5.1 Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, así como también en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos.

Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo (OMT, 2016).

Por otro lado, la Organización Mundial de Turismo, clasifica el mismo según las actividades que se originan de la motivación y el sitio de desplazamiento de las personas. A continuación se hace una descripción de las diferentes modalidades turísticas.

5.1.1 Turismo Accesible Para Todos.

Según la Organización Mundial del Turismo, el programa *Turismo Accesible para Todos* es definido como:

(...) una forma de turismo que implica procesos de colaboración planificadas estratégicamente entre las partes interesadas que permite a las personas con los requisitos de acceso, incluida la movilidad, visión, audición y capacidades cognitivas, funcionar de manera independiente y con equidad y dignidad a través de la prestación de los productos, servicios y entornos turísticos basados en el Diseño Universal (OMT, 2016).

5.1.2 Turismo social.

La Ley 300 de 1996 o Ley Nacional del Turismo define al turismo social como:

Un servicio público promovido por el Estado con el propósito de que las personas de recursos económicos limitados puedan acceder al derecho del descanso y al aprovechamiento del tiempo libre, mediante programas que les permitan realizar actividades de sano esparcimiento, recreación, deporte y desarrollo cultural (Ley Nacional del Turismo, 2002-2009).

5.1.3 Turismo sostenible.

Según la Carta de Lanzarote (Canarias en 1995), producida por los asistentes a la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, el turismo es un potente instrumento de desarrollo que puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible, por lo que una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende. Por ende este definiría como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT, 2016).

5.1.4 Turismo de negocios.

La Organización Mundial del Turismo (2008), define el turismo de negocios como “aquel que se realiza fuera del lugar habitual de trabajo, pero sin obtener ninguna remuneración extra en el lugar de destino, y se realiza para asistir a ferias; congresos y convenciones; actividades comerciales; prestación de servicios empresariales (...)”. asimismo, la Cuenta Satélite de Turismo, lo define como “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes (...) en lugares diferentes a su entorno habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año (...) que no obtengan ninguna remuneración en destino”; de ahí que desde la teoría relacional entre el viajero y el paisaje propuesta por Kessler (2000) se plantee que “el turista de negocios no es una persona que, exclusivamente, consume paisaje y contempla la estética del mismo, sino que más bien se

trata de un oportunista interesado en la adquisición de conocimientos y bienes; y en el intercambio de los mismos”(p. 33).

5.1.5 Turismo gastronómico.

Se deriva del deseo de conocer las variedades culinarias y platos autóctonos, ofrecidos en diferentes zonas del mundo.

5.1.6 Turismo Rural.

De acuerdo a como lo define la OMT: “Conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno natural, cuya premisa para el que las realiza es el contacto con la naturaleza, con la sociedad local y/o sus tradiciones”. Así es como se considera Turismo Rural a las modalidades de Turismo de Aventura, Turismo Ecológico, Agroturismo, Turismo de Estancias y Turismo Rural Cultural (SECTUR, 2007). El alto nivel de auge del turismo rural, se debe a una serie de factores como son: la decadencia socioeconómica del mundo rural tradicional, las transformaciones de la demanda turística por productos que involucren conceptos como ecológico y natural y la concepción de este modelo por parte de las administraciones del turismo como una herramienta para el desarrollo (Barrera y Fernández, 2006; Baromey, 2008).

5.1.7 Turismo, cultura e historia.

Los conceptos de turismo, cultura e historia no son ajenos uno de otro, pues según los planteamientos de Henderson (2002) la cultura puede ser un elemento de abordaje

turístico en donde se conjugan procesos socio- económicos e históricos. Debido a esto, se ha desarrollado un creciente interés para impulsar la “cultura turística” fundamentada en un desarrollo sustentable, el cual se traduce en la administración de los recursos (naturales, materiales, financieros y humanos) en pro de satisfacer al visitante pero también buscando el mayor beneficio para la comunidad receptora (SECTUR, 2007). De ahí que su principal objetivo sea:

(...) enfocar el modelo turístico a una relación en donde los resultados y el éxito en la recepción y atención del turista sea reflejo del desarrollo sustentable del turismo, basado en el continuo mejoramiento de la calidad de vida de la población.
(SECTUR, 2007, p. 10)

En este párrafo es necesario resaltar, que la base de la actividad turística es la cultura y la historia por lo que su éxito o su fracaso depende de la importancia que se le a las mismas, en lo referente a su rescate, conservación y difusión. Pues estas, son un elemento que origina interés en los visitantes y que en un futuro puede llevarlos a regresar una y otra vez al parque.

5.2 Parques temáticos

Son aquellos que se instalan en un sitio o ubicación de carácter permanente o no permanente. Siendo su principal característica en manejo de su entorno o ambientación

que tienen un carácter definido. Estos parques no pueden tener dentro de su oferta de entretenimiento atracciones de alto impacto o juegos de destreza (Art 2, ley 1225, 2008).

Los parques temáticos se enmarcan dentro de la industria cultural y de ocio, y se clasifican según sus características físicas y temáticas (Glaza e Infante, 2011):

- ✓ Ferias: atracciones pequeñas de carácter temporal
- ✓ Parques de atracciones: son parques con atracciones tradicionales que poseen y ofrecen simuladores de algún tipo.
- ✓ Centros de entretenimiento familiar: son parques que se caracterizan por ser cubiertos y estar abiertos todo el año, ubicados cerca de los centros urbanos su mercado objetivo son las familias.
- ✓ Parques temáticos tradicionales: atracciones tradicionales que se adaptan a un tema en específico o puesta en escena. Se caracteriza por tener espectáculos itinerantes dentro del parque, además de contar con servicios de restaurante y venta de recuerdos.
- ✓ Resorts: son parques temáticos que poseen zonas al aire libre (acuáticas, ecológicas o de spa), además ofrecen servicios de ocio nocturno en hoteles circunscritos al parque.

5.3 Investigación de mercados

La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, cliente y al público con el comercializador a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; como también

para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; monitorear el desempeño y mejorar la comprensión del marketing como un proceso (Kinnear y Taylor, 1998).

5.4 Marco histórico

Dado que lo se busca con la creación del parque temático, es exaltar la cultura Santandereana, en la plaza de mártires destacados de la región se ubicaran bustos de personajes como los que se describen a continuación.

- ***José Custodio Cayetano García Rovira (1780- 1816).***

La historia nacional registra el nacimiento del General y prócer de la Independencia, José Custodio Cayetano García Rovira el 2 de marzo de 1780 en la ciudad de Bucaramanga, siendo este registrado en la partida bautismal que reposa en el libro segundo del archivo de la parroquia de San Laureano y Real de Minas de Chiquinquirá, como hijo de don Juan de Dios García y doña Rosa Rovira (CDIHR, 1907).

Recordado porque después de la revolución política del 20 de julio de 1810, García Rovira fue nombrado agente fiscal del Tribunal de Apelación, conformado por la Junta Suprema de Santafé en agosto de 1810, posteriormente fue nombrado teniente asesor de Tunja, por el gobernador Juan Nepomuceno Niño quien pertenecía al mismo eje político que Rovira “el federalismo”. En 1812 el pueblo del Socorro lo eligió por votación popular gobernador de la provincia; desde allí colaboró con el ejército

federalista de las Provincias Unidas y participó en el triunfo federalista de la batalla de Ventaquemada contra los centralistas. Asimismo, tomó parte en la derrota de Bogotá, el 9 de enero de 1813, donde fue hecho prisionero con Antonio Baraya, el gobernador Niño, Francisco José de Caldas, Atanasio Girardot, Francisco de Paula Santander y otros (BDR, 2017).

En 1814 fue elegido miembro del primer triunvirato de la Nueva Granada, junto con los patriotas Manuel Rodríguez Torices, de Cartagena, y José Manuel Restrepo, de Antioquia para luego posesionarse de la Presidencia de la Unión el 28 de noviembre de 1814, periodo en el que sometió al Estado de Cundinamarca a la intervención del general Simón Bolívar el cual sitió a la capital entregando la misma a la Unión. Su período presidencial culminó el 28 de marzo de 1815, por lo que fue ascendido a general y luego designado como comandante en jefe del Ejército del Norte, el cual tenía como misión enfrentar al ejército español de la Pacificación. Esta designación desembocó en la batalla de Cachirí, en la cual fue derrotado por las fuerzas españolas comandadas por el coronel Sebastián Calzada trayendo como consecuencia que el gobierno de la Nueva Granada no pudiera oponerse a la marcha de los españoles, por lo que García Rovira acompañado de sus tropas huyeron rumbo a Popayán (Restrepo, 1958).

Allí y ante la renuncia de José Fernández Madrid es elegido como presidente – dictador por la Comisión Legislativa del Congreso de las Provincias Unidas, cargo que ejerció desde el 22 de junio hasta el 19 de julio, cuando fue hecho prisionero por los españoles en la población de La Plata para luego ser extraditado a Santafé de Bogotá junto a su recién esposa. En Santafé, fueron reclusos en el Colegio Mayor del Rosario en

donde permanecieron hasta el jueves 8 de agosto de 1816, cuando el general Custodio García Rovira fue fusilado en la Huerta de Jaime, hoy conocida como Plaza de los Mártires (BDR, 2017).

- ***Aurelio Martínez Mutis (1884-1954)***

Aurelio Martínez Mutis, nació en Bucaramanga el 9 de abril de 1884 y falleció en París el 23 de octubre de 1954. Reconocido como un poeta y escritor colombiano, es considerado hoy en día como uno de los mejores y más influyentes artistas del país. En 1910 fue el triunfador de los Juegos Florales realizados en Bogotá, asimismo, en 1912 fue premiado por la Real Academia Hispanoamericana de Ciencias y Artes, posteriormente en 1914 *“La epopeya del cóndor”* uno de sus poemas más destacados por su tono altisonante fue ganador en un concurso internacional abierto en París por la revista Mundial, dirigida por Rubén Darío (Vizcaíno y Ardila, 2008).

Luego de esto se trasladó a Chile en donde se graduó de Pedagogo y donde publicó su libro de versos: *Mármol*; en 1920 retorno a Colombia, donde fue el director de la Biblioteca Nacional de Colombia, durante un corto periodo de tiempo; posteriormente se desempeñó como rector del Colegio San Simón de Ibagué, periodista, gestor comercial y diplomático. Asimismo, ocupó un cargo en Academia Colombiana de la Lengua, formando parte además de diversos centros sociales y culturales. Fue amigo de destacadas figuras literarias, como Gabriela Mistral, Pablo Neruda, Laura Victoria, Juana de Ibarbourou, Germán Pardo García, Leopoldo Lugones, así como del sacerdote Juan

Eloy Valenzuela y Mantilla a quien le dedico el poema “*El braserillo de Plata*” haciendo alusión en el mismo a la compleja y contradictoria personalidad del sacerdote.

El jueves 25 de febrero de 1954, en París, cuando ocupaba el cargo de Vicecónsul en la Embajada de Colombia ante el Gobierno de Francia, y cuando contaba con 70 años de edad, Aurelio Martínez Mutis sufrió un infarto cardíaco y murió. A su muerte, sus restos mortales fueron traídos al país, reposando en la Capilla de Nuestra Señora de los Dolores en Bucaramanga tal como especificaba en su voluntad final.

5.5 Marco legal

A continuación se relacionan los principales documentos de Política, presentes en la constitución y el marco jurídico que se aplican a la temática del proyecto.

Tabla 1. Normatividad Legal

NORMATIVA	DESCRIPCIÓN
Código de ética Mundial	Enmarca un conjunto de principios que procuran garantizar un turismo responsable y sostenible, que conlleve a minimizar cualquier consecuencia negativa que el mismo pueda tener en el individuo y las sociedades, dentro de sus artículos se incluyen el turismo como factor de desarrollo sostenible, personal y colectivo, el turismo como actividad beneficiosa para los países, los derechos de los trabajadores, de los empresarios y las obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.
Normas técnicas de calidad y de sostenibilidad	Buscan estandarizar la prestación de los servicios turísticos, estas normas son específicas de acuerdo al tipo de prestador, los hoteles, las agencias de viajes, las empresas de transportes y demás, tienen numerales propios que mejoran la calidad de los servicios ofertados. En Colombia, estas normas reciben el nombre de normas técnicas sectoriales, han sido expedidas

	desde el año 2007 y algunas tienen la calidad de obligatorio cumplimiento.
ley 300 de 1996	Norma General de Turismo, en ella se establecen entre otros parámetros la contribución que los empresarios deben realizar trimestralmente al Fondo de Promoción turística, así como también indica la obligatoriedad de la inscripción al Registro Nacional de Turismo, el cual debe actualizarse dentro del primer trimestre de cada año y es administrado por las cámaras de comercio desde el año 2012.
Ley 1101 de 2006	En la cual se amplía la cantidad de prestadores que deben realizar la contribución parafiscal.
Resolución 348 de 2007	Se otorga a los municipios el carácter de turístico, algunos por su arquitectura colonial, la cual ha logrado mantenerse y adecuarse para sus visitantes, otros municipios por sus riquezas en flora y fauna que facilitan el desarrollo de actividades naturales y de aventura. En Santander han sido otorgados con esta característica los municipios de Barichara, San Juan de Girón y San Gil.
Resolución 3840 de 2009	Presenta el Código de Conducta adoptado por los prestadores de servicios turísticos, el cual busca evitar que a través de actividades turísticas se promueva el abuso infantil y la prostitución, garantizando que los establecimientos dedicados a estas actividades prohíban estas conductas en los turistas y los ciudadanos.
Ley 1558 de 2012	Establece la importancia y principios de la actividad turística, en ella se consigna definiciones propias del sector y se mencionan los organismos que ejercerán el respectivo control y velarán por el cumplimiento a las normas establecidas
Decreto 2438 de 2010	Regula las actividades específicas de las agencias de viajes
Decreto 1293 de 2014	Regula las actividades específicas de los guías de turismo

Decreto 1074 de 2015	Confirma la estructura del sector, encabezada por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (Mincit), cuyo objetivo primordial es el de formular, dirigir y coordinar las políticas en materia del desarrollo económico del país.
Resolución 3160 del 5 de octubre de 2015	Estandariza la prestación de los servicios turísticos, a través del MinCit se han estipulado los requisitos para la certificación de las normas técnicas sectoriales por medio de la plataforma virtual
Circular 003 de 2016	Establece la exigencia de los pagos legales correspondientes para la contratación, incluyendo las vinculaciones realizadas a los guías de turismo o cualquier otro tipo de contratación.

Fuente: Autor

En el presente apartado, se expone el proceso y las herramientas utilizadas para cumplir con los objetivos planteados anteriormente. Es decir, se presentan los aspectos metodológicos de la investigación, correspondientes al enfoque adoptado, el diseño del mismo y su alcance. Asimismo, encontramos los instrumentos de recolección de datos, el procedimiento utilizado para evaluar la confiabilidad y validez de los resultados de la investigación, los aspectos éticos asociados al proyecto y la secuencia de aplicación de los instrumentos.

6.1 Enfoque de la investigación

El presente trabajo se desarrolla a partir de los fundamentos teóricos expuestos para el enfoque mixto de tipo descriptivo, ya que se considera el más pertinente para el tipo de análisis de datos que se requiere. El enfoque mixto permite elaborar un mejor estudio del problema y necesidad de la temática a trabajarse, ya que admite, a través de la observación y recolección de datos, cuantificar y cualificar la propuesta y análisis de los resultados a obtener. Según Hernández, Fernández y Baptista (2003) los diseños mixtos:

(...) representan el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o, al menos, en la mayoría de sus etapas (...) agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p. 21)

Por ende, el enfoque mixto ofrece una percepción integral y holística de cada una de las necesidades dentro del grupo investigado ya que brinda las técnicas y estrategia apropiadas; por otro lado ayuda a la clarificación y exposición del problema, de acuerdo con los resultados adquiridos en cada una de las herramientas que facilita los diferentes enfoque (Hernández, Fernández y Baptista, 2003). Debido a esto, es que durante el desarrollo del proceso de investigación se trabajaran aspectos cuantitativos y cualitativos; de los cuales el primero busca aportar una medición numérica que facilitaría la identificación de los elementos de la factibilidad del mercado objetivo, el estudio financiero y la viabilidad económica del proyecto, mientras que el segundo busca interpretar y describir los datos relacionados con los lineamientos legales, organizacionales y ambientales, además de las necesidades técnicas y operativas para la creación del parque temático.

6.2 Diseño

Dado el hecho de que lo que se busca con este proyecto es realizar un estudio de viabilidad para la creación de un parque temático de turismo cultural e histórico, para el fortalecimiento del turismo en el departamento de Santander – Colombia, se planteó un diseño de método mixto, con status dominante y de orden secuencial:

CUAN → Cual

En donde se ubicaron los diseños en concordancia con los parámetros y objetivos de la investigación, priorizando el enfoque cuantitativo por encima del cualitativo (Johnson y Onwuegbuzie, 2004). Asimismo y en cuanto al tipo de estrategia seguida, este responde a un diseño de triangulación puesto que este esquema tiene como propósito “combinar las fortalezas de ambas metodologías para obtener datos complementarios acerca de un mismo problema de investigación” (Moscoloni, 2005), esto con el fin de validar los datos a obtenerse, potencializando así las conclusiones que de ellos se derivan. Este diseño utiliza generalmente los métodos cuantitativos y cualitativos separados como medio para compensar las deficiencias inherentes, aprovechando los puntos fuertes de uno sobre el otro. Tal como se muestra en la figura a continuación.



Figura 1. Diseño triangulado. Nota: Adaptado de Creswell y Plano (2007). Fuente: *Diseños mixtos de Investigación* (2010).

6.3 Alcance

El alcance de la investigación es de tipo descriptivo, pues se recolectaran datos o componentes sobre las percepciones de los estudiantes con respecto a dos categorías específicas del juego para su posterior análisis y medición. Por lo que en esta “se busca

especificar propiedades, características y rasgos importantes de los fenómeno a analizar” (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p. 119).

6.4 Población Participantes y Selección de la muestra

Según Hernández, Fernández y Baptista (2003) para seleccionar una muestra primero se debe definir la unidad de análisis (personas, organizaciones y fenómenos), es decir “aquellos que van a ser medidos” por lo que esta consistiría en “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 280). Por lo cual, la población la constituye el departamento de Santander, por lo que las encuestas serán realizadas en las provincias de Guane y Soto, pues son las más calificadas para responder debido a su experiencia en relación con el nivel de crecimiento que está demostrando el turismo en estas regiones, pues han invertido tiempo y progreso en este sector, centrando la actividad turística como motor de sus principales ingresos. Para efectos de la investigación, se tomó una muestra de tipo no probabilístico en donde “la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características del investigador o del que hace la muestra” (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p. 207). Por lo cual, el estudio de mercado se constituirá como se muestra en la tabla 2 a continuación:

Tabla 2. *Ficha técnica del estudio de mercados*

Tipo de investigación	Investigación mixta de tipo descriptivo
Método de investigación	La técnica utiliza será la encuesta, para obtener la información a partir de un numero representativo

Fuente de información	Las principales fuentes serán las personas encuestadas y las entidades turísticas
Técnica de recolección de la información	Encuesta vía web y semi-asistida
Tamaño de población	N: número de personas que visitaron Santander el año 2016
Área de estudio	Provincia de Guane- Departamento de Santander
Proceso de muestreo	n=Muestra Z= Estimación puntual N=Población p=probabilidad de éxito q=probabilidad de fracaso e=error de estimación $n = \frac{(N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$

Fuente: Autores

6.5 Instrumentos de recolección de datos

A raíz del diseño mixto aplicado, se utilizaron instrumentos de recolección de datos de tipo cualitativo y cuantitativo con el fin de conocer el entorno, analizarlo y describirlo, para así llegar a formular una estrategia para la creación del parque temático. A continuación se describe dichos instrumentos:

- La encuesta

Según Zapata Ross (2005) “las encuestas se encargan de tomar la información sobre un sector denominado muestra para inferir el comportamiento del universo que se

desea indagar”, es decir, que permiten medir e interpretar el comportamiento de la problemática y así poder analizar posibles soluciones. En el presente proyecto, se ejecutará una encuesta a los turistas, las entidades como la Gobernación departamental, la Cámara de Comercio, Planeación Municipal y las encuestas realizadas a la muestra seleccionada, logrando reunir y sacar provecho de la información necesaria para este estudio. Las fuentes secundarias serán libros, trabajos de grado y páginas web relacionadas con la problemática a trabajar.

Para el análisis de los datos obtenidos de las encuestas realizadas, primero se catalogará cada pregunta aislada, luego las preguntas por subgrupos y las relaciones entre pares de preguntas, y por último, se estudiarán las relaciones entre todas las preguntas. Según el modelo de Samaja (2004) así como el de Taylor y Bogdan (1987) es necesario que se cumpla un proceso que incluya las siguientes etapas: codificar toda la información; agrupar datos cuantitativos en porcentajes y frecuencias; realizar tablas para sintetizar la información; efectuar la definición de categorías exhaustivas significativas que constituyeron las variables; interpretar los datos en el contexto en que fueron recogidos y extraer conclusiones de los datos.

7 Resultados

Las actividades desarrolladas a lo largo el presente proyecto, estuvieron divididas en cinco fases que dieron respuesta a cada uno de los objetivos específicos del proyecto.

7.1 Investigación de mercados

El objetivo o intención de la investigación de mercado, fue la de determinar el grado de aceptación que podía tener el parque de recreación turístico, para con ello conceptualizar un plan de negocio que diera solución a las necesidades de los futuros consumidores; además de esto, la investigación determino el mercado objetivo del parque turístico, sus características, y comportamientos de consumo, pronosticando los niveles de demanda futura. Asimismo, se examinaron las estrategias de los competidores estableciendo que servicios ofrecen a sus clientes, con el fin de desarrollar tácticas para la creación de un negocio con factores diferenciadores que permitan atraer al público y garantice rentabilidad y sustentabilidad.

Por ende, se tuvo como objetivo principal de este estudio el determinar qué aceptación tendría dentro del mercado la creación de un parque turístico. Con ello se busca que la investigación diera respuesta a las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Qué grado de aceptación tendrán el parque recreativo turístico?
- ✓ ¿Quiénes serán los clientes potenciales?
- ✓ ¿Qué tendencias de compra tendrán estos clientes?

7.1.1 Metodología estadística utilizada.

Para esta fase del proyecto, se aplicó una encuesta de múltiple opción con única respuesta a los clientes finales y en segunda instancia a las grandes empresas que en un principio serían nuestros clientes directos (Ver anexo 1). A continuación, se presentan los datos de cada una de las muestras, realizadas a partir de un muestreo aleatorio simple, donde:

n: es el tamaño de la muestra

N: es el total de la población a analizar

P: es la probabilidad de la población de estar incluida en la muestra

Q: es la probabilidad de la población de no estar incluida en la muestra

Z: representa las unidades de desviación estándar, que en este caso al usar un

Nivel de confianza del 95%, se obtuvo un valor de 1,96

E: es el error estándar de la estimación, en este caso se tomó un error del 0,05 para la población seleccionada.

Dado que no se puede medir la población total, la misma se tomó como infinita para presentar resultados más exactos, por lo que la muestra obtenida fue de 385, como se muestra en la fórmula a continuación:

E: es el error estándar de la estimación, en este caso se tomó un error del 0,05% para la población seleccionada

$$= \frac{Z * p * q}{e^2} \quad n = \frac{(1.96)^2 * 50\% * 50\%}{(0.05)^2} = 385$$

7.1.2 Análisis e interpretación de los datos.

A continuación, se presentan los resultados y el análisis para las diferentes preguntas formuladas en el cuestionario utilizado para la recolección de la información.

- *¿De qué ciudad proviene?*

Esta pregunta, tuvo como objetivo determinar el origen de la población visitante al municipio de Barichara. Encontrándose que del total de la muestra observada (385 habitantes), la mayor participación con un 25% fue de los visitantes provenientes del departamento de Santander, seguido de un 18% de visitantes provenientes de Cundinamarca y un 13% de participación por parte de habitantes extranjeros, siendo la mayor participación la del turismo local y departamental.

Tabla 3. Lugar de proveniencia de los turistas

CIUDAD Y PAÍSES	FREC	%
Atlántico	15	4%
Antioquia	45	12%
Boyacá	31	8%
Cauca	4	1%
Cundinamarca	69	18%
Casanare	4	1%
Bolívar	4	1%
Guajira	3	1%
Huila	6	2%
Meta	7	2%
Magdalena	9	2%
Norte de Santander	17	4%
Risaralda	8	2%
Santander	95	25%
valle del cauca	17	4%
Otros países(Francia, Usa, Suiza, velz,Ing)	51	13%

Total	385	100%
--------------	-----	------

Fuente: Autor

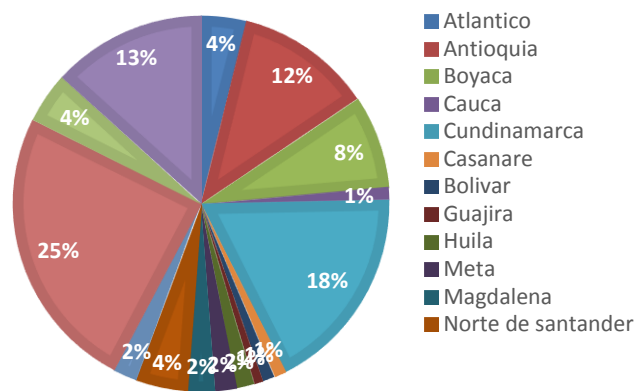


Figura 2. Lugar de proveniencia de los turistas. Fuente: Autor

• *¿Que lo motivo a visitar Santander?*

Los resultados arrojaron, que el motivo principal que tuvo la población encuestada para visitar Santander fue con fines turísticos y recreativos, con una participación del 45%, seguido de cerca por visita a la familia con un 32%, negocios y trabajo con un 15% y otras razones con un 8%. Esto indica que el parque turístico, tendrá gran aceptación entre los visitantes de la región; sin embargo el mismo se debe orientar al préstamo de un servicio y un ambiente familiar para atraer a otro gran sector de la población.

Tabla 4. Motivo de visita a Santander

MOTIVO DE VISITA	FREC	%
Turismo y Recreación	175	45%
Familia	124	32%

Negocios y trabajo	56	15%
otra razón	30	8%
Total	385	100%

Fuente: Autor

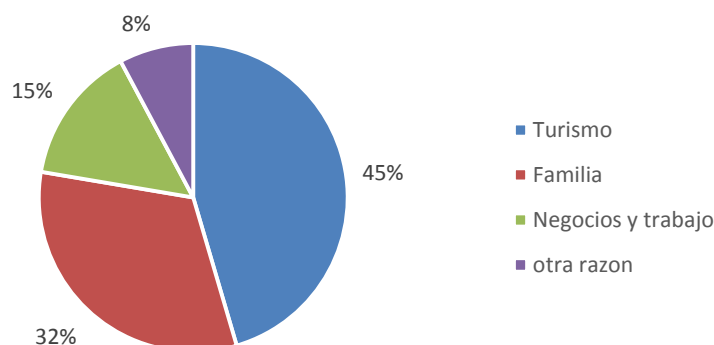


Figura 3. Motivo de visita a Santander. Fuente: Autor

- **¿Qué es lo que más le gusta de Santander?**

La tercera pregunta, tiene por objetivo determinar el atractivo que motiva a los turistas a realizar visitas a la región de Santander. Ante esta cuestión, se pudo determinar que el 44% de la población es motivada por un atractivo climático y el paisajismo de la región, por tal motivo se debe aprovechar los ambientes naturales para estructural el diseño del parque y adaptarlo a las características de la región, otro factor importante que motiva el turismo es la gastronomía con un 23%, por lo que se debe ofrecer puntos con gastronomía local, garantizando con esto la atracción de un público mayor.

Tabla 5. Atractivo de la región

RESPUESTA	FREC	%
Su gastronomía	87	23%

Su turismo de aventura	55	14%
El clima y sus paisajes	171	44%
Su cultura ciudadana	61	16%
Otro	11	3%
Total	385	100%

Fuente: Autor

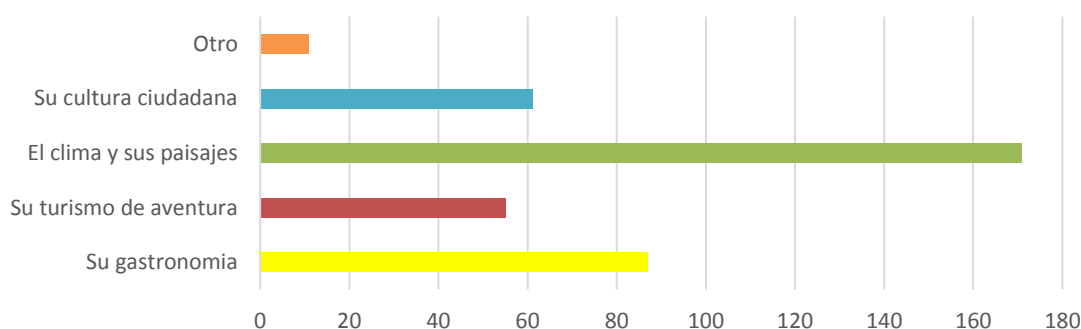


Figura 4. Atractivo de la región. Fuente: Autor

- ***¿Qué otros lugares visitarán durante su estadía en la región?***

Esta cuestión, tuvo como objetivo identificar los destinos más concurridos por los visitantes en Santander permitiendo al parque plantear atractivos que compitan con estos lugares. Como principal destino se tiene al municipio de Sangil, el cual brinda un atractivo caracterizado por el deporte extremo, seguido del parque nacional del Chicamocha, de lo anterior se puede concluir que el parque debe orientar a los visitantes para ofrecer actividades recreativas interesantes.

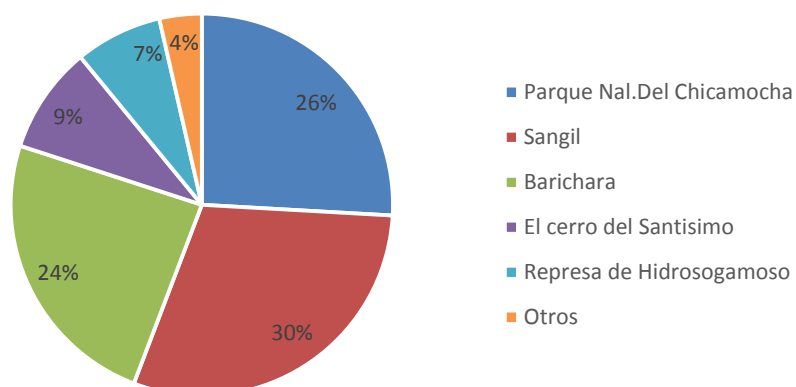


Figura 5. Lugares visitados en la región. Fuente: Autor

- ***¿Le gustaría encontrar nuevas experiencias en Santander? ¿Cómo Cuáles?***

En la quinta pregunta se quiere conocer los nuevos intereses adicionales y expectativas de los visitantes de la región, con el fin de motivar el atractivo del parque, como mayor interés se tiene Centros culturales participando con un 28% seguido de Parques temático, lo que indica que el parque debe ofrecer actividades culturales y temáticas relacionada con los intereses de los visitantes.

Tabla 6. Intereses adicionales y expectativas de los visitantes

RESPUESTA	FREC	%
Paradores Turísticos	63	16%
Parques Temáticos	104	27%
Plaza Gastronómica	61	16%
Centro Culturales	107	28%
Mas deporte de aventura	33	9%
Otro	17	4%
Total	385	100%

Fuente: Autor

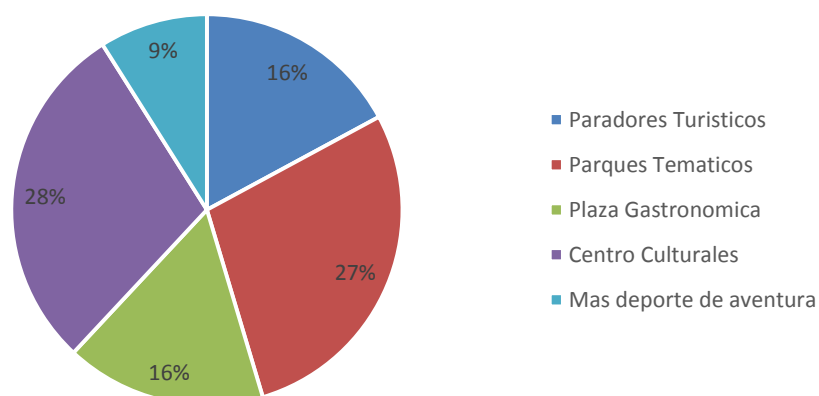


Figura 6. Intereses adicionales y expectativas de los visitantes. Fuente: Autor

- ***¿Qué aspectos de la oferta turística de Santander, no le han gustado?***

La sexta pregunta tiene como propósito conocer que aspectos disminuyen el interés de la población por visitar la región con el fin de poder proponer solución a estas dificultades. Encontrando que uno de los principales problemas es la poca información que se tiene sobre el turismo, con una participación del 27% y motivando a realizar campañas publicitarias para atraer e informar a un mayor público, el segundo aspecto crítico son los altos costos en los hoteles, por lo que se deben realizar estrategias y alianzas que disminuyan estos.

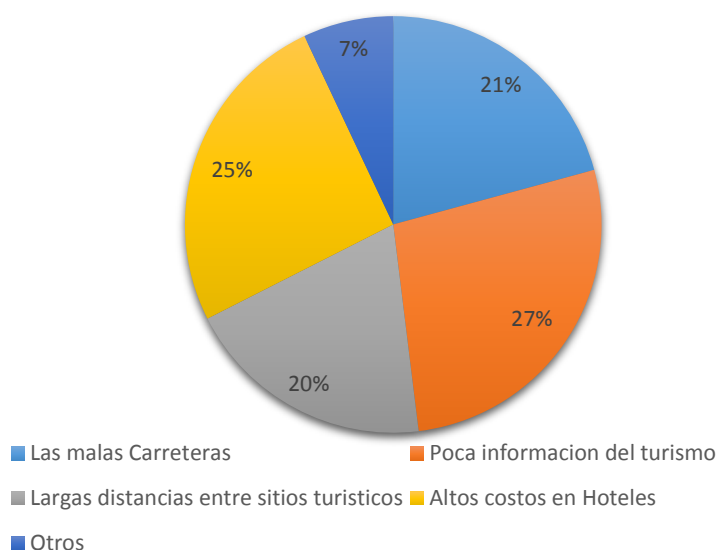


Figura 7. Aspectos que disminuyen el interés de la población por visitar la región. Fuente: Autor

- ***¿Qué medios utiliza usted para informarse, antes de realizar un viaje de turismo?***

Como resultado de esta pregunta, se tiene que la principal fuente de información con un 48% es el internet seguido de la información suministrada por amigos o familiares, lo que indica que se debe presentar una estrategia en la que se aproveche el internet y redes sociales junto con un buen servicio y satisfacción de los clientes para incrementar el número de visitantes.

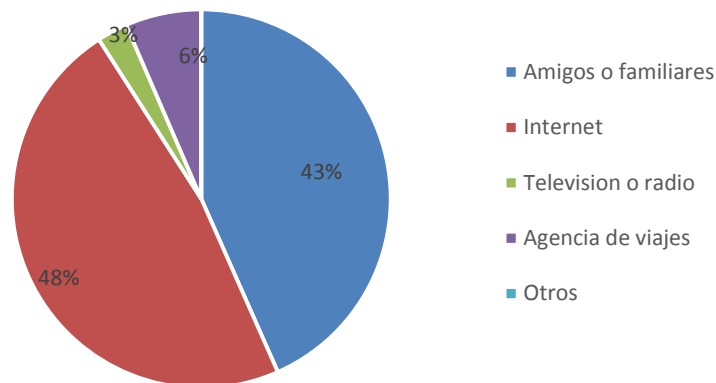


Figura 8. Medios de información. Fuente: Autor

7.2 Estudio Financiero

7.2.1 Inversión Fija.

- ***Requerimientos de espacio***

El terreno requerido para el parque debe tener un área superior a los 20.000 metros cuadrados, el cual será dispuesto para la construcción de una iglesia de 120 metros cuadrados, dos locales de 150 metros cuadrados cada uno, dos locales de 70 metros cuadrados cada uno, seis locales de 50 metros cuadrados cada uno, seis locales de 30 metros cuadrados cada uno, seis locales de 15 metros cuadrados cada uno, oficinas con un requerimiento de espacio de 50 metros cuadrados, un salón para convenciones y eventos con un espacio de 500 metros cuadrados, un museo de 300 metros cuadrados, una plazoleta de mártires de 1500 metros cuadrados, 100 metros de zonas vehiculares, 200 metros de vías peatonales y 10 zonas de parqueadero con capacidad para 100 vehículos

realizando las adecuaciones necesarias en materia de urbanismo (electricidad y alcantarillado).

La inversión proyectada para estos rubros es de COP \$4.166.000.000, siendo esta la más significativa y de mayor importancia para la ejecución del proyecto.

Tabla 7. Requerimiento de Espacio

REQUERIMIENTO DE ESPACIO	AUXILIAR	CANTIDAD	COSTO
Terreno	20,000	18,000	360,000,000
Iglesia (120 m2/cu)	800,000	120	96,000,000
Local tipo A (150 m2/cu)	800,000	300	240,000,000
Local tipo B (70 m2/cu)	800,000	140	112,000,000
Local tipo C (50 m2/cu)	800,000	300	240,000,000
Local tipo D (30 m2/cu)	800,000	180	144,000,000
Local tipo E (15 m2/cu)	800,000	90	72,000,000
Oficina Administración (20 m2/cu)	800,000	20	16,000,000
Salón de Convenciones (500 m2/cu)	800,000	500	400,000,000
Museo (300 m2/cu)	800,000	300	240,000,000
Plazoleta de mártires (1500 m2/cu)	800,000	1,500	1,200,000,000
Vías Vehiculares (6 mts de ancho)	800,000	100	80,000,000
Vías Peatonales (1.5 mts de ancho)	800,000	200	160,000,000
Zona de Parquederos (En Triturado Blanco)	600,000	10	6,000,000
Energía Eléctrica (Redes, Transformador, alumbrado interno, etc.)	400,000,000	1	400,000,000
Agua (Ductos, PTAR Y PTAP y alcantarillados)	400,000,000	1	400,000,000
			0
Total			4,166,000,000
			0

Fuente: Autor

- ***Requerimiento de Muebles y enceres***

Estos mobiliarios estarán distribuidos en la oficina del parque, ya que el resto de las áreas y espacios serán arrendados y amoblarlos será responsabilidad del arrendatario,

son necesarias siete sillas de escritorio, tres mesas de oficina, un archivador horizontal, un centro de mesa, una mesa juntas, una estantería liviana y un sofá de oficina. La inversión proyectada para estos rubros es de COP \$4.869.600.

Tabla 8. Requerimiento Muebles y encerres

REQUERIMIENTOS MUEBLES Y ENCERES	AUXILIAR	CANTIDAD	COSTO
Silla de escritorio	84,800	7	593,600
Mesa de oficina	620,000	3	1,860,000
Archivador horizontal	450,000	1	450,000
Centro de Mesa	299,000	1	299,000
Mesa de juntas	719,000	1	719,000
Estantería liviana	139,000	1	139,000
sofá de oficina	809,000	1	809,000
Total			4,869,600

Fuente: Autor

- ***Requerimiento de Equipo de oficina***

En los rubros equipos de oficina se proyectan las siguientes adquisiciones, tres ventiladores, dos sumadoras, dos cajas registradoras, dos teléfonos, tres computadores, una impresora fotocopidora y una caja fuerte, con una inversión proyectada de COP \$6.728.860.

Tabla 9. Requerimiento Equipo de oficina

REQUERIMIENTOS EQUIPOS DE OFICINA	AUXILIAR	CANTIDAD	COSTO
Ventiladores	155,900	3	467,700
Sumadora	169,900	2	339,800
Caja registradora	348,000	2	696,000
Teléfonos	42,900	2	85,800
Computadores	1,013,220	3	3,039,660
Impresora fotocopidora	1,430,000	1	1,430,000
Caja Fuerte	669,900	1	669,900

Total	6,728,860
--------------	-----------

Fuente: Autor

7.2.2 Inversión Diferida.

En la etapa de estudio, se realizó un análisis de mercado que permitió identificar las tendencias y comportamientos de compra, por lo que se incurrió en una inversión de 430.000 que incluyo gastos de papelería y honorarios.

Tabla 10. Inversión Diferida

GASTOS PREVIOS AL PROYECTO	
Honorarios de estudio de mercados	380,000
Papelería	50,000
total Costo del estudio de mercado	430,000

Fuente: Autor

Asimismo, se incurrieron en los gastos normales de constitución los cuales se encuentran desglosados en la figura a continuación.



Preliquidador empresario

Para el diligenciamiento de los formularios el usuario debe registrarse en el portal. Para ellos se debe solicitar algunos datos necesarios

Paso 3 de 3

Liquidación

El documento de constitución requiere pago de impuesto de registro

ITEM	ACTIVOS	VALOR LIQUIDACIÓN
Registro Sociedades Comerciales	4,249,151,214	1,609,000
Registro Establecimiento 1	4,249,151,214	131,000
Documento de constitución		41,000
Formularios		5,500

¿Desea Realizar Una Nueva Simulación?

Total Liquidación: 1,786,500

Regresar

Figura 9. Gastos de Constitución. Fuente: Cámara de comercio (2017).

7.2.3 Inversión de capital de trabajo.

- **Costos de mantenimiento**

La administración del parque no se encargara de producir o comercializar ningún tipo de producto, ya que se dispondrán de locales comerciales los cuales serán alquilados a comerciantes locales, quienes se encargaran de ofrecer sus productos dentro del parque temático, solo es responsabilidad del parque el mantenimiento del espacio común por lo que se le asignaron los rubros descritos en la tabla 10.

Tabla 11. Costos de mantenimiento

INVENTARIOS	TIEMPO (MES)	CANTIDAD	MONTO	VECES AÑO	COSTO
Elementos de mantenimiento	5	1	450,000	2	1,080,000
Detergentes, limpiadores	0.5	1	115,000	24	2,760,000
Escoba, traperos, recogedor	3	5	50,000	4	1,000,000
Total Implementos de aseo y mantenimiento					
Total					4,840,000

Fuente: Autor

- **Gastos de administración y ventas**

Los gastos de administración y venta son los concernientes al uso de los espacios comunes, garantizando un buen servicio. Está compuesto por servicios de electricidad, agua, servicio de internet y comunicaciones, incluyendo gastos de promoción y manejo contable.

Tabla 12. Gastos de administración y ventas

RUBRO	COSTO MES	COSTO ANUAL
Electricidad	1,500,000	18,000,000
Agua y Alcantarillado	1,300,000	15,600,000
Triple play	120,000	1,440,000
Total Servicios Públicos	2,920,000	35,040,000
Volantes	15,000	180,000
Publicidad Canal TRO	992,250	5,953,500
Total Costos de Publicidad	1,007,250	6,133,500
Outsourcing Mantenimiento y seguridad	6,600,000	79,200,000
Total Costos Fijos	10,527,250	126,327,000
Total Costos		131,167,000

Fuente: Autor

Debido a que las funciones son netamente administrativas y de mantenimiento, la nómina se establece como un gasto administrativo, definiendo los siguientes requerimientos de personal y su costo de proyección.

Tabla 13. Requerimientos de personal

PERSONAL REQUERIDO	CANTIDAD
Administrador (año)	1
Cajeras	1
Paramédico	1
Servicio al cliente (año)	1
Guías	1
Contador	1

Fuente: Autor

El factor prestacional, se define como el 54.4% del valor del salario Bruto; el cual se debe adicional al mismo para calcular el costo de nómina total.

Tabla 14. Gastos de nómina

NÓMINA	SALARIO BRUTO MENSUAL	SALARIO BRUTO ANUAL
Administrador (año)	2100000	25,200,000
Cajeras	900000	10,800,000
Paramédico	1200000	14,400,000
Servicio al cliente (año)	950000	11,400,000
Guías	800000	9,600,000
Contador	1000000	12,000,000
Subtotal sueldo básico		
Factor prestacional	54.4%	31,660,800
Cesantías (1mes)		6,950,000
Total costo nómina		122,010,800

Fuente: Autor

- ***Gastos financieros***

La inversión necesaria para iniciar el parque es de COP\$ 4, 177, 598,460, de la cual se buscará la cofinanciación del 60% del valor del proyecto, la tasa de interés para estos tipos de financiación se encuentra en 22.48% E.A. según información suministrada por Bancolombia, | financiera que se consultó.

Tabla 15. Gastos financieros

Inversión	4,177,598,460
Porcentaje a financiar	60%
Capital financiado	2,506,559,076
Tasa de Interés	22.48%
Numero de Periodos (anual)	10

Fuente: Autor

Al realizar la proyección de la financiación se tienen los siguientes costos anuales, definiendo el primer año como año de gracia.

Tabla 16. Costos Anuales

CRÉDITO	0	1	2	3	4	5
Gastos Financieros (sólo Interés)		563,474,480	544,273,962	520,757,166	491,953,795	456,675,427
Amortización de Crédito (Abono a capital)		85,411,560	104,612,079	128,128,874	156,932,245	192,210,614
Cuota Uniforme a Pagar		648,886,040	648,886,040	648,886,040	648,886,040	648,886,040
Saldo de la Deuda (crédito por pagar)	2,506,559,076	2,421,147,516	2,316,535,437	2,188,406,563	2,031,474,318	1,839,263,705

CRÉDITO	6	7	8	9	10
Gastos Financieros (sólo Interés)	413,466,481	360,544,164	295,724,910	216,334,288	119,096,654
Amortización de Crédito (Abono a capital)	235,419,559	288,341,876	353,161,130	432,551,752	529,789,386
Cuota Uniforme a Pagar	648,886,040	648,886,040	648,886,040	648,886,040	648,886,040
Saldo de la Deuda (crédito por pagar)	1,603,844,145	1,315,502,269	962,341,139	529,789,386	0

Fuente: Autor

- ***Total Capital de trabajo***

Al definir los costos, gastos administrativos y gastos financieros se estipula el capital de trabajo el cual es el necesario para iniciar las actividades de operación de la empresa, definidos en la siguiente tabla. Para el caso del capital de trabajo de inventario se define el correspondiente a dos meses, para el capital de trabajo de nómina el

correspondiente a tres meses, para el capital de trabajo de gastos financieros el correspondiente a un mes y el capital de trabajo de los costos fijos el correspondiente a tres meses.

Tabla 17. Total Capital de trabajo

GASTOS	VARIABLE	VALOR
Capital de trabajo		
Gastos previos al proyecto		
Honorarios de estudio de mercados		380,000
Papelería		50,000
total Costo del estudio de mercado		430,000
Registro Sociedades Comerciales		1,609,000
Registro Establecimientos		131,000
Documentos de constitución		41,000
Formularios		5,500
Total Gasto de constitución		1,786,500
Volantes		300,000
Pasa calles y varios		1,800,000
total Gasto de publicidad		2,100,000
Total gastos diferidos		4,316,500
MESES		
kw inventarios	2	806,667
kw nómina	3	30,502,700
kw del pago del préstamo	1	54,073,837
kw del costo fijo	3	625,000
Subtotal kw(sin gastos diferidos)		86,008,203
Total		90,324,703

Fuente: Autor

- ***Inversión total***

El rubro más representativo dentro de la inversión es el terreno, construcción y adecuación, con un valor de COP\$4.166.000.000 ya que es el principal objetivo del proyecto, los rubros de maquinaria y equipo son tienen una participación baja respecto a la inversión y el capital de trabajo define un requerimiento de COP\$90, 324,703, para una inversión total de COP\$4, 267, 923,163.

Tabla 18. Inversión Total

INVERSIÓN FIJA	VALOR
Terreno construcción y adecuación	4,166,000,000
Maquinaria y equipos	4,869,600
Requerimientos Equipos de oficina	6,728,860
INVERSION TOTAL	4,177,598,460
Capital de trabajo	90,324,703
INVERSION	4,267,923,163

Fuente: Autor

- ***Fuentes de financiación.***

El proyecto tendrá dos fuentes de financiación, socios capitalistas y cofinanciación por parte de una entidad bancaria y esta será del 40%(1, 671, 039,384) por parte de los socios y el 60% (2, 506, 559,076) por parte de la entidad bancaria.

- ***Precio De Venta***

El precio de ventas se definió según la información que suministró el DANE en el estudio nacional de turismo realizado en el año 2012, filtrando el gasto que realizaron por persona en servicios culturales y recreativos el cual fue de COP\$15.849, por lo que se define el ingreso al parque en COP\$16.000 (Ver anexo 2).

Por otra parte, otro ingreso que recibirá el parque será por los arriendos de los locales comerciales los cuales se estipularon a partir de las tarifas manejadas en la región.

Tabla 19. Valor de arriendo de locales

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA UNITARIO	UNIDADES VENDIDAS MENSUALES	INGRESOS
Local tipo A (150 m2/cu) (Arriendo)	5,000,000	2	\$ 10,000,000
Local tipo B (70 m2/cu)(Arriendo)	3,000,000	2	\$ 6,000,000
Local tipo C (50 m2/cu)(Arriendo)	1,600,000	6	\$ 9,600,000
Local tipo D (30 m2/cu)(Arriendo)	1,200,000	6	\$ 7,200,000
Local tipo E (15 m2/cu)(Arriendo)	3,000,000	6	\$ 18,000,000
Salón de Convenciones (500 m2/cu)	1,000,000	4	\$ 4,000,000

Fuente: Autor

Finalmente, la venta del terreno para la construcción del hotel será el ingreso más representativo el cual será de COP\$600.000.000.

- ***Presupuesto de Ingresos y Egresos***

El estado de flujo de caja, muestra la proyección para diez años, con este estado de resultados se puede realizar la evaluación financiera que medirá el rendimiento que tiene la inversión y como esté afecta la rentabilidad del proyecto, permitiendo a los socios inversionistas mayor tranquilidad y un total conocimiento de lo que implica realizar la inversión en el parque temático, en la siguiente tabla se muestra la proyección del flujo de caja para los tres primeros años, identificando el año cero como el año de construcción del parque temático, el cual puede durar entre siete meses a un año.

Tabla 20. Flujo de Efectivo

FLUJO DE EFECTIVO	0	1	2	3
Ingresos de venta (contado)		1,176,000,000	1,230,525,775	1,888,423,877
Costo nómina sin cesantías		115,060,800	115,060,800	115,060,800
Pago de cesantías			6,950,000	6,950,000
Costos fijos		126,327,000	126,327,000	126,327,000
Costo de inventarios		4,840,000	4,840,000	4,840,000
Costo Financiero (intereses)		0	563,474,480	544,273,962
Amortización del crédito (abono a capital)		85,411,560	104,612,079	128,128,874
Pago de impuesto			276,884,856	108,931,783
Inversión Fija(Terreno y construcción)	4,166,000,000			
Inversión en maquinaria y equipos	4,869,600			
Inversión en equipos de oficina	6,728,860			6,728,860
Capital de trabajo (año 0)	90,324,703			
Crédito recibido	2,506,559,076			
Total salidas		331,639,360	1,198,149,215	1,041,241,278
Flujo de caja neto	-1,761,364,087	844,360,640	32,376,560	847,182,598
Flujo acumulado de caja (balance)		844,360,640	876,737,200	1,723,919,798
Flujo acumulado de caja (PRI)	-1,761,364,087	-917,003,447	-884,626,887	-37,444,289

Fuente: Autor

La siguiente tabla muestra el flujo de efectivo desde el año cuatro hasta el año 7, fecha para la cual ya se ha recuperado la inversión debido a que la venta del terreno que se realiza en el año tres, genera un ingreso representativo.

Tabla 21. Flujo de efectivo desde el cuarto año hasta el año siete

FLUJO DE EFECTIVO	4	5	6	7
Ingresos de venta (contado)	1,349,930,109	1,415,298,634	1,484,803,521	1,558,740,437
Costo nómina sin cesantías	115,060,800	115,060,800	115,060,800	115,060,800
Pago de cesantías	6,950,000	6,950,000	6,950,000	6,950,000
Costos fijos	126,327,000	126,327,000	126,327,000	126,327,000
Costo de inventarios	4,840,000	4,840,000	4,840,000	4,840,000
Costo Financiero (intereses)	520,757,166	491,953,795	456,675,427	413,466,481
Amortización del crédito (abono a capital)	156,932,245	192,210,614	235,419,559	288,341,876
Pago de impuesto	332,374,327	162,906,742	193,983,467	228,561,942
Inversión Fija(Terreno y construcción)				
Inversión en maquinaria y equipos			4,869,600	
Inversión en equipos de oficina			6,728,860	
Capital de trabajo (año 0)				
Crédito recibido				
Total salidas	1,263,241,539	1,100,248,951	1,150,854,713	1,183,548,099
Flujo de caja neto	86,688,570	315,049,683	333,948,807	375,192,338
Flujo acumulado de caja (balance)	1,810,608,369	2,125,658,052	2,459,606,860	2,834,799,198
Flujo acumulado de caja (PRI)	49,244,282	364,293,965	698,242,772	1,073,435,110

Fuente: Autor

Finalmente, se puede apreciar que para la proyección del flujo de caja desde el año ocho, el ingreso que se genera logra mantener un movimiento positivo y creciente.

Tabla 22. Proyección del flujo de caja desde el octavo año

FLUJO DE EFECTIVO	8	9	10	11
Ingresos de venta (contado)	1,637,428,488	1,721,212,231	1,810,463,865	0
Costo nómina sin cesantías	115,060,800	115,060,800	115,060,800	0
Pago de cesantías	6,950,000	6,950,000	6,950,000	6,950,000
Costos fijos	126,327,000	126,327,000	126,327,000	0
Costo de inventarios	4,840,000	4,840,000	4,840,000	0
Costo Financiero (intereses)	360,544,164	295,724,910	216,334,288	0
Amortización del crédito (abono a capital)	353,161,130	432,551,752	529,789,386	0
Pago de impuesto	267,220,076	310,651,498	359,690,486	415,342,431
Inversión Fija(Terreno y construcción)				
Inversión en maquinaria y equipos				
Inversión en equipos de oficina		6,728,860		
Capital de trabajo (año 0)				
Crédito recibido				
Total salidas	1,234,103,170	1,298,834,820	1,358,991,961	422,292,431
Flujo de caja neto	403,325,318	422,377,411	451,471,905	-422,292,431
Flujo acumulado de caja (balance)	3,238,124,516	3,660,501,927	4,111,973,832	3,689,681,401
Flujo acumulado de caja (PRI)	1,476,760,429	1,899,137,839	2,350,609,744	1,928,317,313

Fuente: Autor

- **Estado de Resultado**

La proyección del estado de pérdidas y ganancias se realizó a partir de diez años, mostrando un incremento del margen de contribución a lo largo del tiempo, en el año tres se presenta un incremento significativo, ya que en dicho año se proyecta la venta del terreno destinado para el hotel, valorado en COP \$1.800.000.000, posterior a este año ya se normaliza la proporción de crecimiento del margen de contribución.

Tabla 23. Proyección del estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE RESULTADO	1	2	3	4	5
Ingresos Por venta (pesos/año)	1,176,000,000	1,230,525,775	1,288,423,877	1,349,930,109	1,415,298,634
Otro ingreso, venta terreno hotel			600,000,000		
Total ingresos	1,176,000,000	1,230,525,775	1,888,423,877	1,349,930,109	1,415,298,634
Costo sueldo	122,010,800	122,010,800	122,010,800	122,010,800	122,010,800
Costos Fijos	126,327,000	126,327,000	126,327,000	126,327,000	126,327,000
Costos inventarios	4,840,000	4,840,000	4,840,000	4,840,000	4,840,000
Costos diferidos	1,438,833	1,438,833	1,438,833		
Costo depreciación construcción	78,000,000	78,000,000	78,000,000	78,000,000	78,000,000
Costo depreciación de equipos	973,920	973,920	973,920	973,920	973,920
Costo depreciación equipos de oficina	3,364,430	3,364,430	3,364,430	3,364,430	3,364,430
Costo financiero (interés)	0	563,474,480	544,273,962	520,757,166	491,953,795
Total Costos	336,954,983	900,429,464	881,228,945	856,273,316	827,469,945
Utilidad antes de Impuesto	839,045,017	330,096,311	1,007,194,932	493,656,793	587,828,688
Impuesto a la renta	276,884,856	108,931,783	332,374,327	162,906,742	193,983,467
Utilidad Neta	562,160,161	221,164,528	674,820,604	330,750,051	393,845,221
Margen de contribución Neto	47.80%	17.97%	52.38%	24.50%	27.83%

Total costos	336,954,983	900,429,464	881,228,945	856,273,316	827,469,945
Punto de equilibrio	645,541,451	1,097,725,584	1,850,375,421	1,134,155,954	1,146,520,310

Fuente: Autor

En la tabla 24, se muestra la proyección del estado de resultados desde el año seis al año diez, evidenciando un incremento en el margen de contribución llegando a un 47.96% para el año diez de ejecución del proyecto.

Tabla 24. Proyección del estado de resultados desde el año seis al año diez

ESTADO DE RESULTADO	6	7	8	9	10
Ingresos Por venta (pesos/año)	1,484,803,521	1,558,740,437	1,637,428,488	1,721,212,231	1,810,463,865
Otro ingreso, venta terreno hotel					
Total ingresos	1,484,803,521	1,558,740,437	1,637,428,488	1,721,212,231	1,810,463,865
Costo sueldo	122,010,800	122,010,800	122,010,800	122,010,800	122,010,800
Costos Fijos	126,327,000	126,327,000	126,327,000	126,327,000	126,327,000
Costos inventarios	4,840,000	4,840,000	4,840,000	4,840,000	4,840,000
Costos diferidos					
Costo depreciación construcción	78,000,000	78,000,000	78,000,000	78,000,000	78,000,000
Costo depreciación de equipos	973,920	973,920	973,920	973,920	973,920
Costo depreciación equipos de oficina	3,364,430	3,364,430	3,364,430	3,364,430	3,364,430
Costo financiero (interés)	456,675,427	413,466,481	360,544,164	295,724,910	216,334,288
Total Costos	792,191,577	748,982,631	696,060,314	631,241,060	551,850,438
Utilidad antes de Impuesto	692,611,944	809,757,806	941,368,174	1,089,971,171	1,258,613,427
Impuesto a la renta	228,561,942	267,220,076	310,651,498	359,690,486	415,342,431
Utilidad Neta	464,050,003	542,537,730	630,716,677	730,280,684	843,270,996
Margen de contribución Neto	31.25%	34.81%	38.52%	42.43%	46.58%
Total costos	792,191,577	748,982,631	696,060,314	631,241,060	551,850,438

Punto de equilibrio	1,152,333,860	1,148,854,53	1,132,150,20 9	1,096,442,87 4	1,032,994,87 5
---------------------	---------------	--------------	-------------------	-------------------	-------------------

Fuente: Autor

- **Balance General**

Finalmente, se realiza la proyección del balance general a diez años mostrando las condiciones respecto a activos, pasivos y patrimonio que tendrá la empresa en el transcurso de tiempo, sirviendo como base para toma de decisiones futuras.

Tabla 25. Proyección del balance general a diez años

VALOR	0	1	2	3	4	5
caja		844,360,6 40	876,737,2 00	1,723,919, 798	1,810,608, 369	2,125,658, 052
Capital de trabajo	90324703	88,885,87 0	87,447,03 7	86,008,20 3	86,008,20 3	86,008,20 3
Subtotal Activo Corriente	90,324,70 3	933,246,5 10	964,184,2 37	1,809,928, 002	1,896,616, 572	2,211,666 255
activo fijo	4,177,598, 460	4,177,598, 460	4,177,598, 460	4,177,598, 460	4,177,598, 460	4,177,598, 460
depreciación acumulada	0	82,338,35 0	164,676,7 00	247,015,0 50	329,353,4 00	411,691,7 50
subtotal activo fijo neto	4,177,598, 460	4,095,260, 110	4,012,921, 760	3,930,583, 410	3,848,245, 060	3,765,906, 710
total activo	4,267,923, 163	5,028,506, 620	4,977,105, 997	5,740,511, 412	5,744,861, 632	5,977,572, 965
crédito por pagar	2,506,559, 076	2,421,147, 516	2,316,535, 437	2,188,406, 563	2,031,474, 318	1,839,263, 705
Cesantías por pagar		6,950,000	6,950,000	6,950,000	6,950,000	6,950,000
impuesto por pagar		276,884,8 56	108,931,7 83	332,374,3 27	162,906,7 42	193,983,4 67
utilidad retenida(acumulada)	0	0	562,160,1 61	783,324,6 89	1,458,145, 294	1,788,895, 345
utilidad ejercicio	0	562,160,1 61	221,164,5 28	674,820,6 04	330,750,0 51	393,845,2 21
capital invertido	1,761,364, 087	1,761,364, 087	1,761,364, 087	1,754,635, 227	1,754,635, 227	1,754,635, 227
pasivo patrimonio	4,267,923, 163	5,028,506, 620	4,977,105, 997	5,740,511, 412	5,744,861, 632	5,977,572, 965
	0	0	0	0	0	0

Fuente: Autor

Por último, se muestra la proyección del balance general de cuentas desde el año seis al año siete.

Tabla 26. Proyección del balance general de cuentas desde el año seis al año siete.

VALOR	6	7	8	9	10
caja	2,459,606,8 60	2,834,799,1 98	3,238,124,5 16	3,660,501,9 27	4,111,973,8 32
Capital de trabajo	86,008,203	86,008,203	86,008,203	86,008,203	86,008,203
Subtotal Activo Corriente	2,545,615,0 63	2,920,807,4 01	3,324,132,7 19	3,746,510,1 30	4,197,982,0 35
activo fijo	4,177,598,4 60	4,177,598,4 60	4,177,598,4 60	4,177,598,4 60	4,177,598,4 60
Depreciación acumulada	494,030,100	576,368,450	658,706,800	741,045,150	823,383,500
subtotal activo fijo neto	3,683,568,3 60	3,601,230,0 10	3,518,891,6 60	3,436,553,3 10	3,354,214,9 60
total activo	6,229,183,4 23	6,522,037,4 11	6,843,024,3 79	7,183,063,4 40	7,552,196,9 95
crédito por pagar	1,603,844,1 45	1,315,502,2 69	962,341,139	529,789,386	0
Cesantías por pagar	6,950,000	6,950,000	6,950,000	6,950,000	6,950,000
impuesto por pagar	228,561,942	267,220,076	310,651,498	359,690,486	415,342,431
utilidad retenida(acumulada)	2,182,740,5 66	2,646,790,5 69	3,189,328,2 99	3,820,044,9 76	4,550,325,6 60
utilidad ejercicio	464,050,003	542,537,730	630,716,677	730,280,684	843,270,996
capital invertido	1,743,036,7 67	1,743,036,7 67	1,743,036,7 67	1,736,307,9 07	1,736,307,9 07
pasivo patrimonio	6,229,183,4 23	6,522,037,4 11	6,843,024,3 79	7,183,063,4 40	7,552,196,9 95
	0	0	0	0	0

Fuente: Autor

- **Valor Presente Neto**

El Valor presente Neto o VPN, calculado para la proyección de los movimientos financieros es de COP \$ \$ 486, 018,952.3, lo que indica que la diferencia entre los

movimientos de los ingresos y egresos llevados a la actualidad generarían un saldo positivo lo que muestra un atributo de viabilidad del proyecto.

- ***Tasa Interna de Retorno TIR y Tasa Interna de Retorno Modificada***

La tasa interna de retorno muestra la rentabilidad interna que generan las operaciones del proyecto, dicha tasa para el presente proyecto se encuentra en 21%, no obstante, la TVR o tasa interna de retorno modificada, muestra la rentabilidad asumiendo el costo de la inversión, el valor calculado se encuentra en 15% lo que evidencia un atributo de viabilidad del proyecto.

- ***Periodo de recuperación de la Inversión***

El tiempo de recuperación de la inversión proyectado sería para el año tres, mes seis y día nueve, dicha recuperación de inversión se cumplirá siempre y cuando la venta del terreno destinado para el hotel se realice en el año tres ya que este ingreso es vital y representativo para garantizar la viabilidad del proyecto.

- ***Análisis de la relación Beneficio-Costo***

La relación beneficio- costo, encontrada para el proyecto es de 1.25 lo que indica que por cada peso invertido se tiene un beneficio de 1.25 definiendo el proyecto desde el aspecto beneficio generado por la inversión como viable.

7.3 Estudio técnico

7.3.1 Localización.

7.3.1.1 *Macrolocalización.*

El parque turístico Pueblito viejo Santandereano estará situado en la región de guanenta, en el pueblo de Barichara, el cual se encuentra localizado a 110 km de Bucaramanga y 21 km de San Gil departamento de Santander, Colombia.

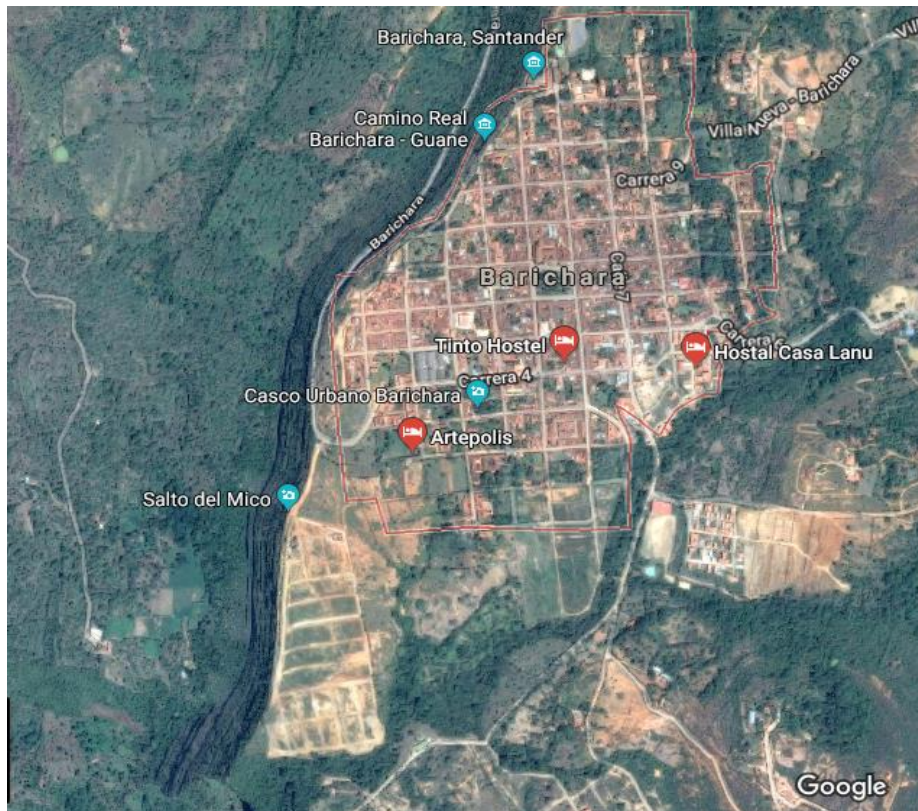


Figura 10. Localización de Barichara en Santander. Fuente: Google Maps

Barichara como centro turístico, ofrece diversas actividades ya que el municipio cuenta con numerosos restaurantes, hoteles, cafés y bares que conservan la arquitectura

colonial. También ha sido locación para telenovelas y películas, así como festivales de cine (Festival de Cine Verde de Barichara), teatro y otros eventos. Por lo cual, el sector al que pertenecerá el parque turístico pueblito viejo Santandereano, sería el sector terciario que incluye también todas las actividades directamente relacionadas con el ocio, las artes y la cultura.

7.3.1.2 *Microlocalización.*

La microlocalización del proyecto, se determinó a raíz de un factor significativo como lo es el mercado potencial, en correlación con elementos como la facilidad de acceso, la totalidad del terreno a utilizarse y el flujo total de turistas.



Figura 11.

Figura 12. Ubicación específica del parque. Fuente: Autor

7.3.2 Tamaño del proyecto.

Los factores que determinaron el tamaño del proyecto, correspondieron a las relaciones alternas existentes entre la dimensión y el tamaño del mercado (demanda), la tecnología a usar, la capacidad de financiamiento y el área total del parque.

7.3.2.1 Demanda.

La demanda potencial del proyecto es el primer paso para realizar la elección del tamaño, por tal razón se debe tener una buena participación en el mercado, con el fin de tener clientes satisfechos y ofrecer un servicio diferente que genere calidad, confianza y una gran variedad actividades. El Parque Turístico pueblito Santandereano presenta una gran demanda en cuanto a la cantidad de personas que buscan otra alternativa a la hora de visitar Santander.

- **Tecnología y Equipos**

El parque turístico pueblito viejo Santandereano se visualiza con tecnología, llegando a cada espacio que el cliente requiera. Por tal razón contará con una página web

que le brindará una gran cobertura en redes sociales como lo son Facebook e instagram, ya que se pudo evidenciar en las encuestas realizadas que un 48% de las personas utilizan estos medios para informarse antes de realizar un viaje. Asimismo y dado que la calidad y la seguridad es primordial para los clientes, el parque contara con sistema de vigilancia las 24 horas del día, además de máquinas contadoras en cada entrada con lo cual se podrá tener más control de cuanta gente ingresa.

- ***Financiamiento***

En cuanto a la financiación del proyecto, este constará con los aportes de los socios con un 40% y el 60% restante se obtendrá por medio de entidades bancarias a través de un crédito bancario, teniendo en cuenta las diferentes tasas y plazos que estas manejan. No obstante, también se buscará el apoyo de diferentes fondos como son el fondo Empresarial de Bucaramanga o el Fondo emprender del SENA.

- ***Área total del parque***

El terreno requerido para el parque tendrá un área superior a los 20.000 metros cuadrados, los cuales se encontraran distribuidos según la tabla 26 a continuación.

Tabla 27. *Distribución y área en Mt² por Zona*

ÁREA	CANTIDAD	MT ²
Iglesia	1	120
Local tipo A	2	150
Local tipo B	2	70
Local tipo C	6	50
Local tipo D	6	30
Local tipo E	6	15
Oficina	1	50
Administración		

Salón de Convenciones	1	500
Museo	1	300
Plazoleta de mártires	1	1500
Vías Vehiculares	2	100
Vías Peatonales	5	200
Zonas de parqueadero	10	-

Fuente: Autor

- ***Distribución de las instalaciones***

A continuación se detalla la distribución de las instalaciones (Ver figura 13), teniendo en cuenta que lo que se busca estructurar es un sitio para visitar, aprender, entretenerse y descansar, que le brindará a todos los visitantes una experiencia única través de todo el recorrido del parque; el cual estará inspirado en una réplica colonial de las casas y calles de un pueblo típico de esta región.

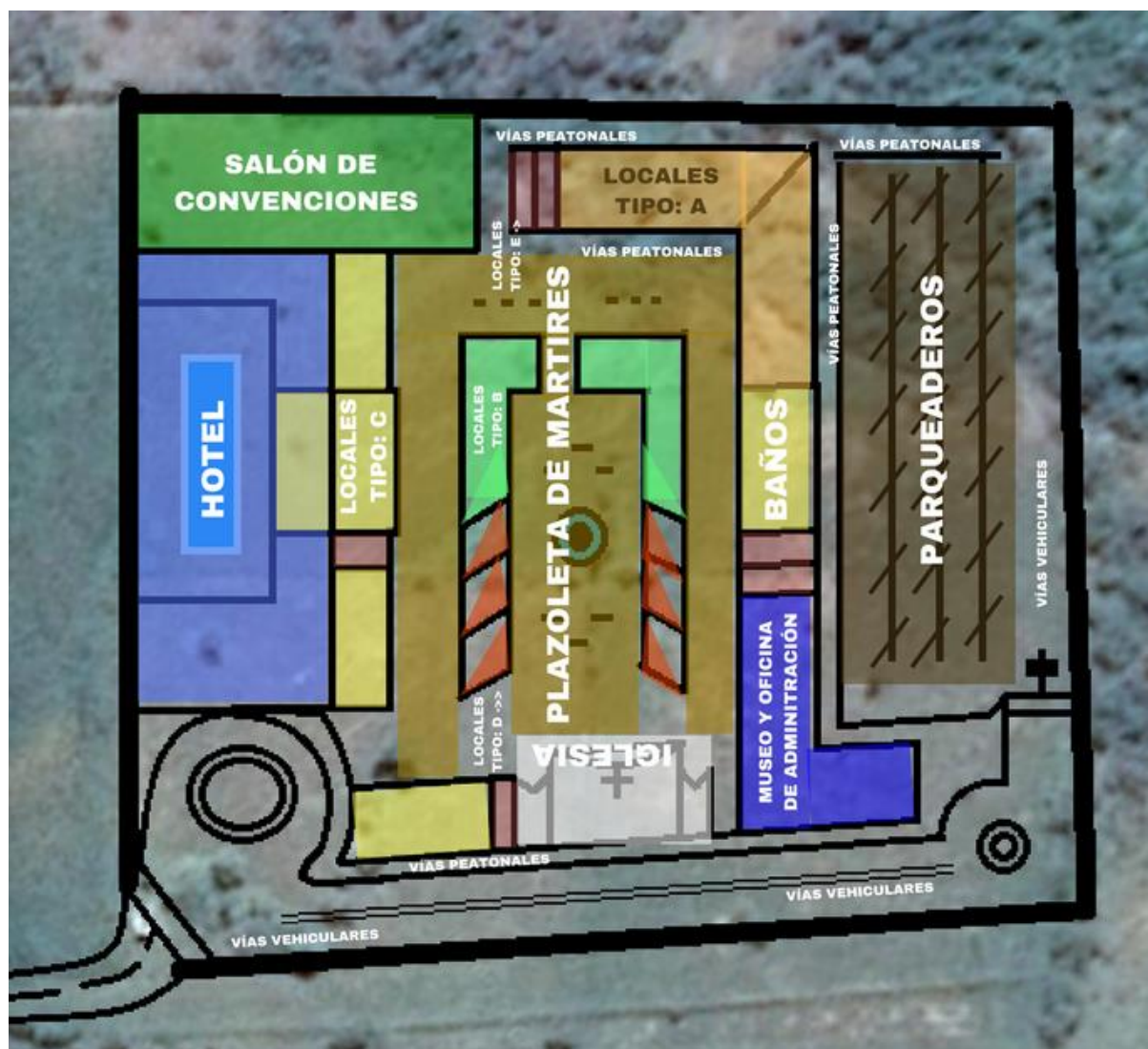


Figura 13. Distribución de las instalaciones. Fuente: Autor

El parque turístico pueblito viejo Santandereano, constará de 1 capilla católica con capacidad para 100 personas, que será el nodo entre 4 plazoletas en piedra en donde estarán ubicados elementos emblemáticos de Santander como una fuente de agua con un monumento a la hormiga culona, una plazoleta de los próceres y mártires de la independencia, un monumento a las 8 provincias que componen el departamento, un museo y un salón de convenciones con capacidad para 150 personas donde se realizaran eventos culturales, tales como el festival del tiple y la guabina, y presentaciones de

grupos de danzas folclóricas y artistas de todo tipo; estas obras estarán rodeadas por una serie de 22 lotes con diferentes áreas, pensados para la venta y posterior creación de locales con normas de propiedad horizontal. Para respetar la armonía colonial, estos locales deben cumplir con requisitos de fachada, establecidos para que todos los mismos tengan techos en teja de barro, fachadas similares a la tapia pisada, con sócalos en piedra y ventanas y puertas de madera representativas de aquella época.

En dichos locales se ubicaran establecimientos comerciales como restaurantes, cafeterías, panaderías, dulcerías, artesanías, heladerías, un mini-market, una tienda de recuerdos, un hotel, entre otros; este listado, que no pretende ser completo se ira modificando de modo tal, que durante la planificación y diseño del parque se podrán quitar o aumentar locales en caso tal de que sobren o falten algunos establecimientos u áreas clave. Finalmente, es importante mencionar que la construcción de todas las obras deberá estar orientadas al cuidado y la protección del medio ambiente así como al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades que se encuentren asentadas en el lugar geográfico donde será construido este proyecto.

- ***Recursos Humanos***

En la tabla 27 a continuación, se presenta el recurso humano necesario para un óptimo funcionamiento del parque, en tanto se debe tener en cuenta que la administración del parque no se encargara de producir o comercializar ningún tipo de producto, ya que se dispondrán de locales comerciales los cuales serán alquilados a comerciantes locales, quienes se encargaran de ofrecer sus productos dentro del parque temático.

Tabla 28. *Recurso Humano*

CARGO	PERSONAL REQUERIDO
Administrador (año)	1
Cajeras	1
Paramédico	1
Servicio al cliente (año)	1
Guías	1
Contador	1
Total	7

Fuente: Autor

7.4 Estudio Administrativo y Legal

7.4.1 Misión, Visión, Valores Corporativos y Objetivos Estratégicos.

Las organizaciones, especialmente en su concepción, deben tener claramente articuladas metas y objetivos, ya que estos permiten canalizar los esfuerzos de los individuos que participan en el manejo organizacional. Las metas y objetivos, a su vez proveen los medios que permiten jerarquizar las necesidades de la organización, con el fin de asignar recursos eficientemente; es así, como la Misión y la Visión jerarquizan las metas, definiéndose a través de estas el fin último de la organización (Misión) y lo que será de la misma en determinado período de tiempo (Visión). Tanto la Misión como la Visión, son declaraciones de intenciones y fundamentos que conducen a la organización bajo un camino determinado; estas pueden llegar a ser desde amplias declaraciones que fundamenten la ventaja competitiva, hasta objetivos específicos y mensurables que apunten al correcto funcionamiento estratégico de la organización (Martínez y Milla,

2012). Teniendo en cuenta lo anterior, a continuación se propone la misión, la visión y los objetivos estratégicos para el Parque Temático Pueblito Santandereano.

- **Misión**

El Parque Temático Pueblito Santandereano, proporciona a sus visitantes una experiencia cultural única mediante el esparcimiento, la diversión y el entretenimiento, enfocada en las tradiciones y valores del departamento de Santander.

- **Visión**

Para el año 2022, el Parque Temático Pueblito Santandereano será el parque temático líder en el departamento de Santander complementando al municipio de Barichara como destino turístico, gracias a su oferta de experiencias culturales únicas, impulsando a Santander como destino turístico líder a nivel nacional.

- **Objetivos y estrategias**

A continuación, se presenta los objetivos y estrategias planteados para el parque temático

Tabla 29. Objetivos y estrategias

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Generar capital de marca	Realizar campañas publicitarias en las principales ciudades santandereanas y a través de Redes Sociales, invitando a conocer el Parque Temático, enfocándose en la oferta de experiencias únicas, de alto contenido cultural y tradicional.
Generar oferta cultural	A través de los espacios dispuestos por el Parque Temático generar una oferta cultural diversa propiciada por los arrendatarios

Mantener una buena Administración Estratégica	Consolidar una estructura organizacional enfocada al cumplimiento de los objetivos estratégicos y al mejoramiento continuo; que sea eficiente, flexible y oportuna en la toma de decisiones; orientada a la rentabilidad, la productividad y la consolidación del Parque Temático como un eje cultural inicialmente a nivel regional
Incrementar anualmente la cuota del mercado	Fortalecer tanto la oferta cultural así como las estrategias de marketing que comunican las mismas, obteniendo un incremento anual de un 10% de la cuota del mercado.

Fuente: Autor

• Estructura Organizacional

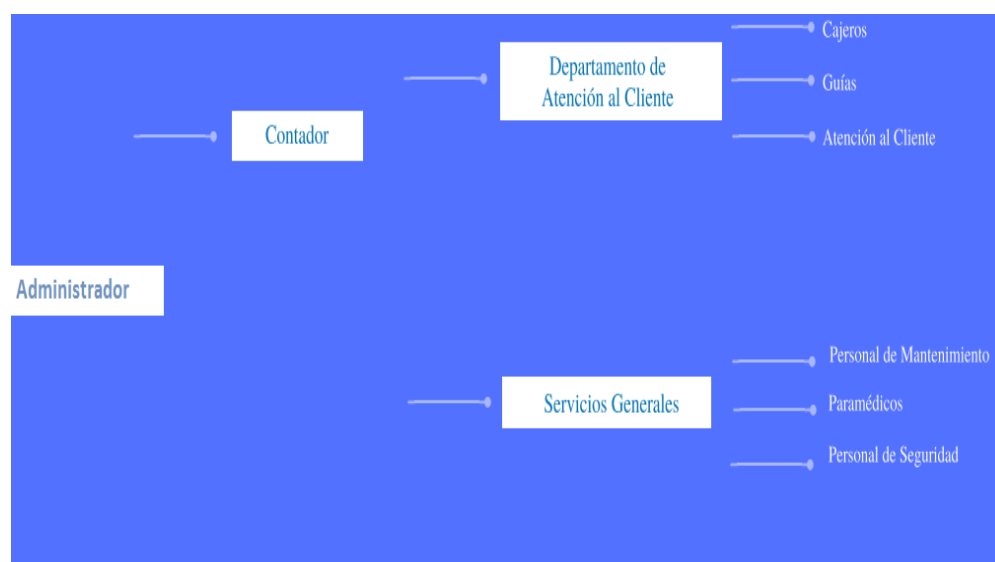


Figura 14. Organigrama. Fuente: Autor

7.4.2 Personal.

• Área Administrativa.

- ✓ **Gerente:** las funciones del gerente son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar y analizar el trabajo necesario para el funcionamiento del parque temático. El gerente definirá los objetivos generales, así como las estrategias

necesarias para posicionar al Parque como destino turístico infaltable en Santander. En su momento, el gerente decidirá acerca de la contratación de personal adicional de acuerdo con la complejidad creciente que acarrea la atracción de más turistas. En aspectos generales el gerente analizará y efectuará acciones en los aspectos financieros, administrativos, de administración de personal, contables entre otros.

- ✓ **Administrador(a):** la función del administrador(a) es ejecutar a través del liderazgo las estrategias definidas por el gerente para el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Debe además coordinar lo relacionado con la parte operativa de la administración del personal. El Administrador(a) tiene actividades relacionadas con las relaciones interpersonales a en todos los niveles jerárquicos, actividades informativas y comunicativas, actividades de recolección y reporte de información al gerente para el análisis y toma de decisiones
- ✓ **Contador(a):** el contador(a) estará a cargo del manejo financiero del Parque, generando informes contables sobre el estado de las finanzas haciendo referencia especialmente a pérdidas y/o ganancias, con el fin de tomar de decisiones por parte del gerente. En su momento, el contador(a) estará a cargo de generar la liquidación de impuestos para su respectivo pago.
- **Área operativa y de Atención al Cliente**
- ✓ **Cajeros:** los cajeros son los encargados de recibir, entregar y custodiar el dinero por concepto de entradas ya sea en efectivo o a través de tarjetas bancarias,

cheques, bonos y cualquier medio de valor. Asimismo, registrará todos los movimientos de dinero en la computadora o caja destinados para ello. Además de ello, realizará un arqueo de caja diario suministrando la información de los movimientos realizados en la caja directamente al administrador.

- ✓ **Guías:** los guías serán responsables de la coordinación, recepción, asistencia, conducción información de los turistas tanto nacionales como internacionales. Los guías son los responsables de generar una experiencia positiva al turista a través de la hospitalidad y la compañía.
- ✓ **Personal de atención al cliente:** el personal de atención al cliente es el canal de comunicación entre las necesidades de los clientes y las operaciones de la empresa. Para el parque, el personal de atención al cliente está destinado a coordinar visitas y a recibir solicitudes de clientes que requieran hacer una reserva o que necesiten un servicio especial ofrecido por el parque. Asimismo, este personal coordinará la logística de entrega de estos servicios que desea adquirir el cliente.

- ***Área de Servicios Generales***

- ✓ **Personal de aseo y mantenimiento:** El personal de aseo y mantenimiento realizará las labores de aseo, limpieza y mantenimiento que sean necesarias, para brindar comodidad a los visitantes en la totalidad del parque, conforme a las normas y procedimientos vigentes. Mantendrán las oficinas, espacios comunes,

baños y todos aquellos lugares que necesiten limpieza, en perfectas condiciones de aseo.

- ✓ **Paramédico:** El personal paramédico será el encargado de atender las contingencias y/o emergencias médicas que se produzcan en el Parque y sus inmediaciones. El personal paramédico asistirá a la(s) persona(s) en situación de emergencia para trasladarlo luego a una institución médica apropiada según su condición.
- ✓ **Personal de Seguridad:** El personal de seguridad será subcontratado con la empresa ENERPRO Seguridad y según la misma, las funciones de este personal son las siguientes:
 - a) Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos.
 - b) Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior de inmuebles determinados, sin que en ningún caso puedan retener la documentación personal.
 - c) Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones en relación con el objeto de su protección.
 - d) Poner inmediatamente a disposición de los miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad a los delincuentes en relación con el objeto de su protección, así como los instrumentos, efectos y pruebas de los delitos, no pudiendo proceder al interrogatorio de aquéllos.

- e) Efectuar la protección del almacenamiento, recuento, clasificación y transporte de dinero, valores y objetos valiosos.
- f) Llevar a cabo, en relación con el funcionamiento de centrales de alarma, la prestación de servicios de respuesta de las alarmas que se produzcan, cuya realización no corresponda a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad.

7.4.3 Disposiciones Legales.

Los requerimientos legales para el funcionamiento del Parque Temático Pueblito Santandereano, están dispuestos en la ley 1225 del 16 de julio de 2008. En esta ley se regula la intervención de las autoridades públicas de 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, así como sus atracciones o dispositivos de entretenimiento.

Asimismo, la instalación y puesta en funcionamiento de los Parques de Diversiones, entre los que se encuentran los Parques Temáticos, requerirá un registro previo ante la respectiva autoridad distrital o municipal, para lo cual se deberá acreditar el cumplimiento de los siguientes requisitos los cuales aplican al Parque Temático Pueblito Santandereano:

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 explotarlo; o el

registro mercantil, la cédula de ciudadanía o RUT, en caso de ser personas naturales.

2. Contrato o autorización del propietario, poseedor o tenedor de los lugares donde operarán el Parque Temático Pueblito Santandereano
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. 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.
5. Certificación de existencia de un contrato de servicios médicos para la atención de emergencias celebrado con una entidad legalmente constituida.
6. En caso de que se cuente con atracciones mecánicas: certificación de la realización de pruebas previas a la puesta en marcha, de conformidad con las recomendaciones del fabricante o instalador.

Por otro lado, el plan de emergencias contendrá los siguientes ítems:

1. Planos de ubicación de rutas de evacuación, salidas de emergencia, puntos de recursos o elementos de emergencia que se requieran de acuerdo con el Plan Tipo.

2. Aforo general del sitio.
3. El Plan Tipo propuesto por las entidades responsables de cada localidad y que se ajuste al Parque Temático de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 2° de la Ley 1225 de 2008.
4. Análisis de riesgos y planes de contingencias para atender emergencias que puedan presentarse tales como inundaciones, terremotos, tormentas eléctricas, entre otros, que deberá ir incluido en el Plan Tipo.

El Parque Temático Pueblito Santandereano, contará también con lugares destinados a la preparación, manipulación y expendio de alimentos; esta oferta, corresponde a la ofrecida por los arrendatarios que destinen sus locales para ello, y no estará directamente administrada por la gerencia del Parque Temático. Con el fin de garantizar la calidad y sanidad de los productos alimenticios ofrecidos en el Parque Temático, los arrendatarios que deseen ofrecer estos productos deben demostrar, antes de tomar el espacio en arriendo destinado para ello, que cumplen las disposiciones del Código Sanitario - Ley 09 de 1979 y las disposiciones de carácter local, expedidas por la autoridad sanitaria departamental, distrital o municipal categoría especial 1, 2 y 3 que le compete, relativas a la preparación, manipulación y expendio de alimentos.

Una vez cumplidos los requerimientos anteriormente listados, y para el caso del Parque Temático Pueblito Santandereano, la autoridad Municipal en Barichara expedirá un registro de funcionamiento, al cual se le asignará un número de identificación. Este

registro tendrá una vigencia de un año el cual debe renovarse antes de su vencimiento, sin perjuicio de que las modificaciones o cambios de las condiciones del registro inicial sean actualizadas al momento de ocurrir tales cambios o modificaciones.

7.4.4 Leyes de Espectáculos Públicos y Artes Escénicas.

El Parque Temático Pueblito Santandereano contará además con Espectáculos Abiertos al público por lo que para su funcionamiento aplica la Ley 1493 de diciembre 26 de 2011 la cual regula los Espectáculos Públicos y las Artes Escénicas.

- ***Contribución Parafiscal cultural, a la boletería de los E.P de las Artes Escénicas***

Una de las regulaciones que aplican al Parque Temático Pueblito Santandereano al este presentar obras teatrales, es el Impuesto de Azar y Espectáculos, este impuesto aplica a espectáculos públicos tales como exhibiciones cinematográficas, conciertos, recitales, obras de teatro, ferias, exposiciones, entre otras. Este impuesto se cobra a través de la grabación de la boletería, recaudando el 10% de su valor, por lo cual el parque tendrá un lugar destinado exclusivamente para la presentación de espectáculos, pero la realización de estos es ocasional, por lo que, en lo que respecta a la tributación y pago por concepto de espectáculos, se presentará una declaración por cada espectáculo dentro de los 5 días siguientes a su realización.

La boletería para el ingreso a los espectáculos estará incluida en la entrada al Parque Temático por lo que la base para la liquidación del impuesto se tomará de los aportes por concepto de entrada. Igualmente, los espectáculos públicos de las artes escénicas no están sujetos al impuesto de impuesto nacional con destino al deporte, ni al impuesto unificado del Fondo de Pobres, Azar y espectáculos. Estos espectáculos se excluyen del IVA, así como los servicios artísticos prestados para su realización (Artículo 5 D, 2008).

Para la habilitación del escenario con el que cuenta el Parque Temático Pueblito Santandereano destinado para la presentación de espectáculos, este debe ser inscrito ante la autoridad competente del municipio de Barichara, a la cual se le deberán acreditar 4 requisitos sobre plan de contingencias, requisitos sanitarios, ubicación y requisitos estructurales. Con esto se evita solicitar permisos previos a la realización de cualquier espectáculo, pero en cualquier caso se debe dar aviso sobre la realización del mismo en un período no menor a 15 días.

7.4.5 Trámites ante Cámara de Comercio y DIAN.

- ***Tipo de Empresa***

El parque temático Pueblito Santandereano, se constituirá como una Persona Jurídica bajo la forma de Sociedad Limitada. Esta forma de constitución proporciona una

gran libertad para la creación de pactos y acuerdos específicos entre los socios, permitiendo además, que los socios aportantes respondan a la sociedad tanto como sea su aporte. Esta constitución se dará mediante un documento privado para su posterior escritura pública, especificando los respectivos aportes a realizar, autorizando responsabilidad limitada o solidaria para cada uno de los socios; dicho documento privado se conoce como Minuta de Constitución (Ver Anexo 3). Además del documento anteriormente mencionado, se requiere de los siguientes documentos o formatos para el registro del Parque Temático Pueblito Santandereano como una sociedad jurídica:

- Formato de Registro Único Empresarial (Ver Anexo 4)
- Pre-RUT.

- ***Consulta de Nombre***

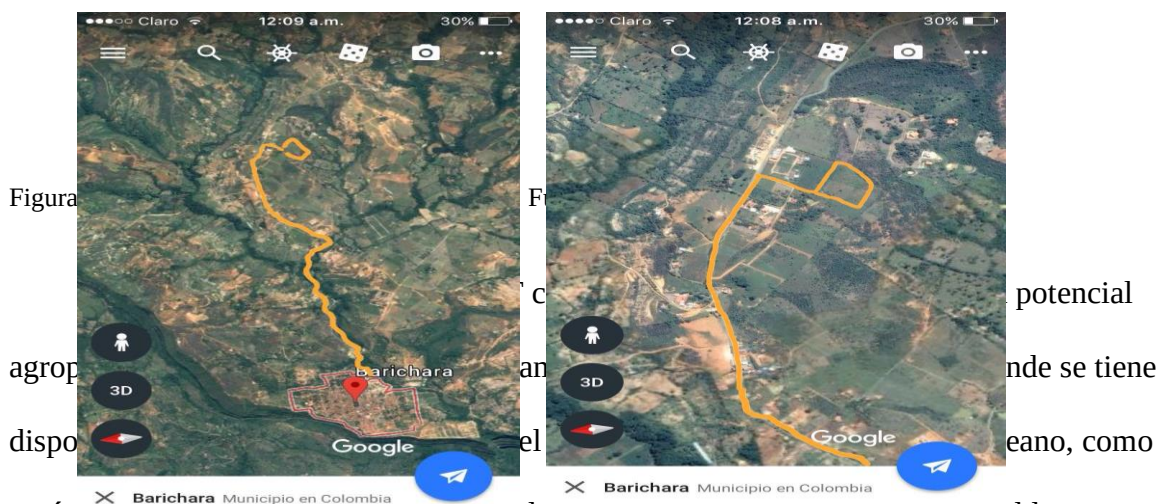
La consulta de nombre realizada en la página oficial de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, arrojó que hasta la fecha, no hay ninguna sociedad registrada bajo el nombre de “*Pueblito Santandereano*” por lo que, después de una revisión por parte de la misma Cámara de Comercio, se podrá registrar la sociedad.

- ***Actividad Económica***

La actividad económica a la que corresponde la realizada por el Parque Temático Pueblito Santandereano, se encuentra registrada bajo el código CIIU 9321, cuya descripción corresponde a la de “Actividades de Parques de Atracciones y Parques Temáticos”.

7.4.6 Uso del Suelo.

El parque temático Pueblito Santandereano, estará ubicado en las cercanías del municipio de Barichara como se muestra en la figura 15.



un área de uso mixto de residencial, por lo que es factible su construcción en el lugar que se tiene planeado. Asimismo en la dimensión económica del POT, se presenta como una oportunidad la ubicación de la subregión como un corredor turístico para la espeleología, con posibilidades de fortalecer el turismo de aventura y el ecoturismo, por lo que la construcción del Parque Temático estaría impulsando este último aspecto.

7.4.7 Registro Nacional de Turismo.

El Registro Nacional de Turismo, es un registro delegado a las Cámaras de Comercio del país, en el cual deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia, este es un registro que genera confianza y facilita la prestación del servicio en el país, asimismo es un requisito de Ley que debe ser cumplido por los Prestadores de Servicios Turísticos. Por lo cual, una vez se consolide el Parque Temático Pueblito Santandereano como un destino turístico en el departamento se sugiere que se haga el Registro Nacional de Turismo, a partir del cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Que el establecimiento de comercio se encuentre inscrito de manera previa ante las cámaras de comercio en los registros a que haya lugar y donde territorialmente corresponda su obligación de registro, de acuerdo con la normatividad vigente para el efecto.
- Que la actividad comercial y/o el objeto social informado a las cámaras de comercio comprenda a las actividades y/o funciones que el prestador de servicios turísticos pretende inscribir en el Registro Nacional de Turismo – RNT.
- Que no se encuentre ya inscrito en el RNT un prestador (establecimiento de comercio) con el mismo nombre – control de homonimia – del que se va a registrar.
- Renovar previamente la matrícula mercantil del establecimiento de comercio (No aplica para Guías de Turismo).
- Estado de la Situación Financiera de la persona natural o jurídica.

- Diligenciar en el formulario virtual la Capacidad Técnica y la Capacidad Operativa.
- Soporte de implementación o acreditación Norma de Sostenibilidad Turística (Si aplica).
- Soporte del pago de impuesto de registro.

7.4.8 Registro ACOLAP.

De igual forma y a manera de sugerencia, una vez construido el Parque Temático Pueblito Santandereano, se propone la inscripción a la Asociación Colombiana de Parques (ACOLAP). Esta entidad se encuentra constantemente uniendo esfuerzos para lograr objetivos comunes, crear alianzas estratégicas entre el gremio, estudios, proyectos y programas encaminados al crecimiento y desarrollo de la industria de parques de cualquier tipo. Actúan de manera proactiva en el ámbito legal y jurídico que concierne al manejo y la administración de parques. El registro en la asociación es bastante sencillo, ya que basta con llenar el formulario (Ver Anexo 5), realizar el pago y hacerlo llegar mediante correo electrónico a la gerencia de la asociación.

7.5 Plan de Marketing

El parque temático Pueblito Santandereano, es un lugar destinado al esparcimiento, diversión y conocimiento de la cultura, costumbres e historia del departamento de Santander. Al estar ubicado en el municipio de Barichara, el Parque Temático complementa la oferta turística del municipio y permite a sus visitantes

encontrar todo lo relacionado con la cultura santandereana en un mismo lugar. Con el fin de comunicar efectivamente esta oferta al público, se hace necesario un plan de marketing que cumpla con este objetivo y que además permita identificar situaciones del contexto que favorezcan o afecten, directa o indirectamente al Parque Temático en la consolidación del mismo como destino turístico relevante en el departamento de Santander. En este plan de marketing se definirán:

- Objetivos principales para el Parque Temático Pueblito santandereano, así como sus estrategias e indicadores de cumplimiento.
- Situación del mercado turístico actual y la empresa
- Delimitación del mercado
- Campañas a realizar y objetivo esperado de cada una de ellas.
- Presupuestos
- Plan de contingencia, en caso que las acciones definidas previamente no arrojen los resultados esperados.

El plan de marketing permitirá definir la manera más efectiva de atraer clientes al Parque Temático, fidelizarlos y apoyarnos en estos mismos para la atracción de más clientes. El Parque Temático empezará su funcionamiento en el año 2019, por lo que el presente plan de marketing aplicará y se realizará con proyecciones y suposiciones del mercado para este año, tal como se muestra en la tabla a continuación.

Tabla 30. Objetivos del Plan de Marketing

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	PROGRAMAS	PRESUPUESTO	INDICADORES
Conseguir en el primer mes de funcionamiento del Parque Temático Pueblito Santandereano 5.000 visitantes	Generar una campaña de expectativas durante los 3 meses previos a la inauguración del Parque a través de: Vallas publicitarias en cercanías al municipio de Barichara, volantes informativos y redes sociales,	Asimismo se planea realizar un programa de convenios con diferentes operadores turísticos de la región con el fin de incluir al Parque Temático en los diferentes tours realizados por los mismos. Las estrategias en redes sociales estarán enfocadas en la expectativa y en la oferta de experiencias.	Para los 3 meses previos a la inauguración del parque se destinarán \$ 20.000.000.(COP) para lo relacionado con la publicidad	Número de visitantes / mes
Incrementar los visitantes durante los 12 meses siguientes a la inauguración del Parque Temático en un 3.5% mensual	Continuar con las campañas de vallas publicitarias y volantes, y fortalecer las campañas realizadas en redes sociales especialmente en Instagram	Las campañas realizadas en redes sociales se enfocarán en la invitación de influencers reconocidos en la región para que den a conocer al Parque a sus seguidores y asimismo los inviten.	\$5.000.000 adicionales a los \$20.000.000 anteriores, destinados al pago de influencers.	(Visitantes mes presente - Visitantes mes anterior)/ Visitantes mes anterior
Mantener una puntuación de 4,5 en adelante en TripAdvisor	Conseguir la certificación como destino turístico de calidad de TripAdvisor	Mantener actualizado el perfil de Tripadvisor con fotos acordes y especificando la oferta real de productos o servicios que ofrece el Parque Temático	Entre \$500.000 y \$1.000.000 (COP) para el mantenimiento y el pago de la por servicios con Tripadvisor	Puntaje suministrado por la plataforma Tripadvisor

Generar un gasto promedio por visitante dentro del Parque Temático entre 50.000 y 70.000 por visita	Generar una oferta de productos y servicios atractivos a los visitantes	La oferta de productos y servicios estará en conformada en un 80% por los arrendatarios que ocuparán un lugar en el Parque, por lo que se les hará un análisis respectivo previo a la asignación del lugar arrendado, con el fin de analizar la factibilidad y coherencia de la oferta con la demanda del mercado.	No se asignará presupuesto, ya que esta revisión de los arrendatarios corresponde a una de las labores del gerente	Ingresos totales arrendatarios en el mes / Visitantes por mes
---	---	--	--	---

Fuente: Autor

Los objetivos definidos anteriormente, apuntan a la consolidación del Parque Temático Pueblito Santandereano como destino turístico imperdible en la región de los Santanderes. Asimismo, apuntan a generar e incrementar gradualmente una participación en el mercado turístico santandereano e incrementar el volumen de ventas por taquilla así como la rentabilidad de los locales comerciales al interior del parque.

7.5.1 Análisis DOFA.



Figura 16. Análisis DOFA Proyecto Parque Temático Pueblito Santandereano. Fuente: Autor

7.5.2 Posicionamiento y Mensaje de Marketing.

Una vez clara la situación del mercado y la identificación de Debilidades y Fortalezas, se procede a construir el posicionamiento del Parque Temático Pueblito Santandereano a través del posicionamiento y el mensaje de marketing; el cual se desarrolló según tres ítems: la imagen que tendrá el Parque ante sus visitantes, cómo se posicionará en la mente del cliente y cómo se logra dicho proceso.

- *¿Qué hacemos mejor que ninguno?*

El parque temático tendrá una oferta única en el departamento de Santander acogiendo y mostrando a sus visitantes las costumbres, tradiciones, arquitectura y comidas típicas del departamento de Santander, desde Sabana de Torres hasta Barbosa, desde Puerto Berrío hasta Capitanejo, todo esto bajo el hermoso diseño de la arquitectura colonial del municipio de Barichara. Sólo en el Parque Temático Pueblito Santandereano confluye esta combinación cultural única al servicio de todos sus visitantes.

- ***¿Qué hacemos que nadie hace?***

Reunir y presentar de manera atractiva, en un solo lugar, todo lo fascinante e interesante de la cultura y tradiciones santandereanas. La reunión de todos estos factores permitirá a todos los visitantes empaparse y sentirse en el verdadero Santander, sin tener que recorrer todo el departamento.

7.5.3 Definición de los clientes.

Los clientes del Parque Temático, son todos aquellos que quieran conocer la cultura santandereana a través de sus tradiciones, costumbres, gastronomía, arte, etc., ya sea con previa intención o por casualidad; al estar el Parque Temático, ubicado en un municipio con alta afluencia turística como lo es Barichara, resultará fácil que los visitantes asistan a una experiencia complementaria y acorde con su visita a este municipio.

- ***Programa de fijación de precios***

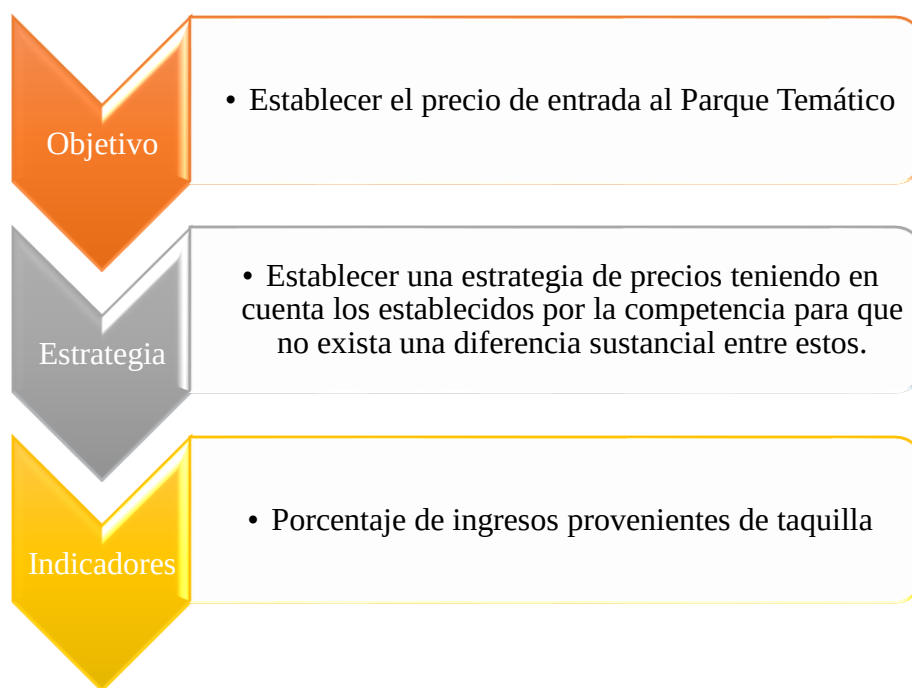


Figura 17. Programa de fijación de Precios para el Parque Temático Pueblito Santandereano con objetivos, estrategias e indicadores. Fuente: Autor.

7.5.4 Análisis de los precios de la competencia.

Al indagar sobre precios establecidos por diferentes Parques Temáticos con la misma filosofía y orientación que el Parque Temático Pueblito Santandereano, como por ejemplo el Pueblito Boyacense en Duitama, Boyacá y el Pueblito Paisa en Medellín, Antioquia. Se tiene que estos no cobran tarifa de entrada o cobran una tarifa mínima que oscila entre los \$1.000 y \$2.000 pesos colombianos. Un precio bastante bajo. Esto es así, porque a pesar de que Duitama y Medellín son sitios atractivos para el turismo; la economía de estos lugares no dependen enteramente del turismo, como sí lo es Barichara, en estas ciudades hay industrias operantes e importantes en estos lugares que permiten a los habitantes de estas zonas tener otros tipos de ingreso; Además de ello, la oferta de los

Parques Temáticos en mención se limita al comercio de artesanías, gastronomía y a la apreciación arquitectónica. Por el contrario en el municipio de Barichara, un 80% de la economía local gira en torno al turismo; en cuanto a la oferta del Parque Temático Pueblito Santandereano esta es mucho más amplia en términos culturales; con la sola entrada se tiene acceso a shows y espectáculos teatrales abiertos al público elaborados con el mayor profesionalismo, además, por supuesto de comercios artesanales, gastronomía única y representativa de cada región de Santander y diferentes atracciones abiertas al público.

Por otro lado, en Parques Temáticos cercanos como el Parque Nacional del Chicamocha, que tienen una acogida bastante grande, debido a sus grandes atracciones y diversas actividades no sólo culturales sino también recreativas y extremas, entre ellas el famoso teleférico, los precios de entrada al parque oscilan entre los \$18.000 y \$58.000 Pesos colombianos. Esta oferta claramente no es comparable con el Pueblito Santandereano, ya que se trata de un Mega parque con incontables actividades a realizar, pero nos puede proporcionar una idea del costo y los precios de la oferta turística en la región. A continuación, se hará una comparativa de los precios y la oferta de los parques anteriormente mencionados y algunos adicionales en Colombia y el departamento de Santander que tendrían la misma relevancia y mercado objetivo que el Pueblito Santandereano.

Tabla 31. *Comparativa de precios y oferta Parques Temáticos Santander y Colombia*

PARQUE	PRECIOS	OFERTA
Pueblito Paisa	Gratis	Gastronomía, artesanías, apreciación arquitectónica, vista panorámica
Pueblito Boyacense	\$1.000 - \$2.000	Gastronomía, artesanías, apreciación arquitectónica, hospedaje
Parque Gallineral	\$5.000 - \$6.000	Paisajismo, naturaleza, turismo de vegetación (flores), vista panorámica
Parque Nacional del Chicamocha	\$18.000 - \$58.000	Teleférico, paisajismo, deportes extremos, artesanías, gastronomía, oferta cultural única, granja de animales
Cerro del Santísimo	\$12.000 - \$22.000	Escultura del santísimo, vista panorámica
Huerta Biológica Mesa de los Santos	\$5.000 - \$8.000	Granja de animales, gastronomía

Fuente: Autor.

- ***Factores que afectan los precios***

Principalmente, el precio de la taquilla, si se define un valor a cobrar, está afectado por los impuestos previamente analizados en el estudio legal, que están relacionados principalmente con la oferta cultural del Parque Temático, los costos de amortización de los bienes del Parque Temático y Costos Operacionales. Asimismo, en los establecimientos al interior del Parque Temático, los precios de los productos que se ofrezcan en estos, estarán afectados principalmente por los costos de producción.

- **Definición del precio**

De acuerdo con lo anterior y con el fin de generar una oferta de precios atractiva a los turistas se sugiere cobrar por concepto de entrada un valor que oscile entre los \$10.000 y \$16.000 Pesos colombianos.

7.6 Programa de Comunicación Integral de Marketing

7.6.1 Objetivos, Estrategias, Programas del Programa de Comunicación Integral de Marketing.



Figura 18. Objetivos, estrategias y programa de comunicación integral del marketing para el parque temático Pueblito Santandereano. Fuente: Autor

- **Logotipo.**



Figura 19. Logotipo Parque Temático Pueblito Santandereano. Fuente: Autor

El nombre de Pueblito Santandereano, se estableció así teniendo en cuenta los “Pueblitos” ya existentes en Colombia, los cuales acogen aspectos típicos de la región y/o departamento en el que se encuentran. El Pueblito Santandereano acoge en este lugar cuya organización urbanística y arquitectónica hacen que se perciba como un “Pequeño Pueblo” donde se muestra todo lo característico la región Nororiental de Colombia a través de diferentes expresiones culturales. Asimismo, el logotipo muestra la fachada de una ventana con los colores característicos que se pueden apreciar en Barichara: blanco el cual es una directriz obligatoria del municipio para las fachadas de las casas de Barichara;

el color tierra característico de los suelos áridos de esta región y los colores de la ventana que muestran la candidez y armonía de los vivientes de estas casas.

- ***Estrategias publicitarias.***

Al ser el Parque Temático Pueblito Santandereano, un lugar relativamente nuevo en la región, las estrategias publicitarias tienen un papel clave importante para la consolidación del parque como destino turístico relevante y complementario en el municipio de Barichara y la Provincia de Guanentá y Soto. Los medios de comunicación se clasifican en los convencionales y los no convencionales. A continuación se mencionarán los tipos de publicidad en los que se invertiría.

- **Convencionales:** estos medios hacen referencia a medios físicos como Pancartas, Póster, Volantes, Perifoneo, entre otros, los cuales serán ubicados en sitios y vías estratégicas de la ciudad de Barichara con el fin de mostrar una oferta de turismo complementaria en este municipio.
- **No convencionales:** como ya se ha venido mencionando, el Parque Temático Pueblito Santandereano tendrá una estrategia fuerte en redes sociales especialmente en Instagram y en plataformas de reseñas de contenido relacionado con viajes y foros de viajeros como Tripadvisor en los cuales se mantendrá un esfuerzo constante por mostrar las diferentes actividades a realizar en el Parque, con el fin de mantener al público interesado y por ende generar futuras visitas.

7.7 Canvas

Con el fin de clarificar y resumir lo anteriormente descrito en el Plan de Marketing, se presenta a continuación el Modelo Canvas, en el cual se aborda: Socios clave, Actividades Clave, Recursos Clave, Propuesta de Valor, Relaciones con los Clientes, Canales de oferta, Segmentos de clientes, Estructura de Costo y Fuentes de Ingresos.

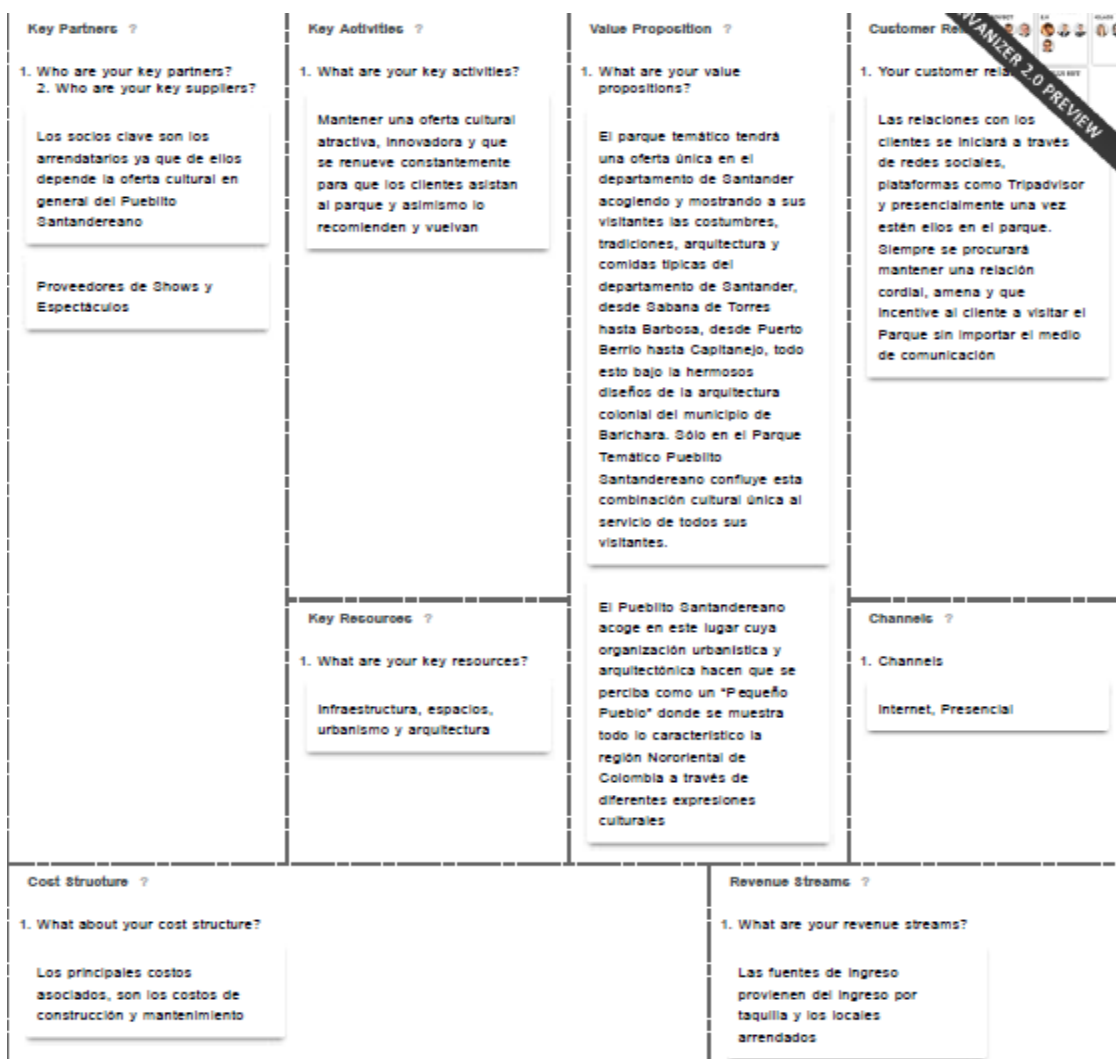


Figura 20. Modelo Canvas. Fuente: Autor

8 Conclusiones

A continuación se presentan algunas conclusiones fruto del análisis de la información obtenida a partir de la aplicación de las técnicas e instrumentos para el abordaje de los datos cualitativos y cuantitativos empleados a lo largo del proyecto. Dada la pregunta que dio origen a esta investigación: *¿Es viable la creación de un parque temático de turismo cultural e histórico en la región santandereana?* Y para dar respuesta a la misma, fue necesario evaluar la efectividad en el cumplimiento de los objetivos planteados. De este modo, se presenta los objetivos específicos uno y dos: Determinar la factibilidad del mercado objetivo, mediante la aplicación de encuestas que permitan identificar la demanda potencial de turistas en la región de Santander y realizar un estudio administrativo y legal, con el fin de identificar lineamientos legales, ambientales y organizacionales necesarios para el correcto funcionamiento del Parque temático de acuerdo con lo establecido por la ley y las autoridades competentes en turismo.

A partir del análisis de los datos obtenidos en el estudio de Mercadeo, es concluyente que este permitió identificar la aceptación que tendría el parque recreacional turístico, según las principales necesidades de los usuarios y siendo esto fundamento para estructurar el estudio técnico, financiero e idea de negocio, encontrando que un 13% población turística en Santander es de origen extranjero; por otra parte, la mayor proporción de turistas son del departamento de Cundinamarca, dicha población mantiene un interés en el departamento de Santander por el atractivo turístico que presenta en

relación con su clima y sus paisajes, siendo el municipio de San Gil el más concurrido por los visitantes.

Por otro lado, a través del estudio administrativo se definió la identidad del Parque Temático Pueblito Santandereano al establecer su Misión, Visión y Objetivos Estratégicos. De igual manera, se logró establecer los requerimientos de personal necesario para alcanzar estos objetivos, a través de un organigrama y una descripción de cargos, para los trabajadores dentro de los niveles de la organización: administrativo, pasando por el área operacional y terminan con los servicios generales. Asimismo, con el estudio legal, se estableció los lineamientos de tipo general y específico que son de necesario cumplimiento para que el funcionamiento del parque cumpla con los requisitos impuestos por las autoridades competentes; entre estos, se destacan los lineamientos dispuestos en la ley 1225 del 16 de julio de 2008, la cual regula la intervención de las autoridades públicas de orden nacional, distrital y municipal, en cuanto a los requisitos mínimos que deben cumplir para el funcionamiento cualquier tipo de Parque Temático. De igual forma, al tener espectáculos abiertos al público, es necesario la aplicación de la Ley 1493 de diciembre 26 de 2011, la cual regula los Espectáculos Públicos y las Artes Escénicas.

En cuanto a los restante objetivos específicos; establecer las necesidades técnicas y operativas, en base al estudio de mercados realizado, con el fin de determinar la localización y distribución del parque turístico; realizar un estudio financiero a través de indicadores VPN, TIR y PRI, que permitan determinar la viabilidad del proyecto y

elaborar el plan de Marketing del parque turístico Pueblito Viejo Santandereano con el fin de diseñar estrategias para el posicionamiento y la comunicación efectiva de oferta.

Se pudo concluir, que a raíz del estudio técnico el área para la construcción del parque equivale a un área superior a los 20.000 metros cuadrados, de los cuales 1.010 representa el área vendible; lo que significa que el 28% del área construida generará ingresos a partir de los arriendos de los locales construidos; por otro lado, la venta del terreno para la construcción del hotel será el ingreso más representativo el cual será de COP\$600.000.000. A nivel financiero se encontró que la inversión más representativa para el proyecto es la compra y adecuación del terreno, con una inversión total de COP \$4166000, ya que los otros requerimientos no involucran una participación muy representativa. Por lo cual, se concluye que a partir de la proyección financiera realizada, el proyecto tiene condiciones viables y factibles en su ejecución, ya que se garantiza el retorno efectivo de la inversión realizada en un margen positivo corroborado por los datos obtenidos de la tasa interna de retorno, la tasa interna de oportunidad y el valor presente Neto de las inversiones, lo cual garantizaría la seguridad para los socios inversionistas.

Finalmente, en el plan de mercado y estudio de marketing, se definió concretamente la propuesta de valor del Parque Temático Pueblito Santandereano como “(...) un destino turístico destinado al esparcimiento, diversión y conocimiento de la cultura, costumbres e historia del departamento de Santander”. Asimismo, se definió el plan de marketing y los objetivos que comunicarán esta propuesta de valor; estableciendo con ello estrategias, programas, presupuestos e indicadores con el fin de

que se facilitara la gestión, el seguimiento y el cumplimiento de cada objetivo de manera eficiente. Para comunicar la propuesta de valor al mercado objetivo relevante del Parque Temático, se definió el segmento de clientes como “(...) todo aquel ciudadano nacional o extranjero interesado en conocer la cultura santandereana a través de sus tradiciones, costumbres, gastronomía, arte, etc”. En definitiva, se definió el valor de la entrada al Parque Temático teniendo en cuenta la oferta a nivel nacional, sus propuestas de valor y sus precios, estableciéndose así un valor entre \$5.000 y \$10.000 pesos colombianos por persona.

9 Recomendaciones

- Dado el interés notorio de la cultura por parte de los turistas que visitan la región, es necesario la implementación de diferentes estrategias a nivel sectorial para aprovechar esta riqueza cultural generando así un crecimiento en el sector turístico; estas estrategias deben integrar a la comunidad nativa con estrategias comerciales permitiendo además que el comercio local se vea beneficiado y los visitantes tengan una mayor satisfacción. Por otro lado y dado que uno de los factores negativos que se encontraron en relación con los turistas visitantes del departamento de Santander es la poca información, es necesario plantear junto con toda la cadena que involucra el sector turismo, estrategias que garanticen una comunicación asertiva por parte del sector hacia sus usuarios, buscando canales como lo es internet, las campañas publicitarias por televisión y radio en conjunto con la dirección departamental realizar estrategias que publicite y mejoren la información que presenta el sector turístico de Santander.
- Es necesario plantear estrategias que motiven la visita de locales al parque durante las épocas de poca concurrencia turística en Santander, con el fin de garantizar la sostenibilidad del parque recreacional junto con el crecimiento integral del personal contratado por la empresa. Además, es necesario realizar constantemente estudios que identifiquen las necesidades cambiantes de los usuarios para permitir la adaptabilidad del parque temático y por consiguiente garantizar que durante el proceso de ejecución del proyecto exista viabilidad y factibilidad.

Referencias bibliográficas

- Ariza, A., *et al.* (2011). Parques temáticos en Colombia: construyendo empresas perdurables que acepten el desafío de subirse a la montaña de la turbulencia global. Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad (CEEP). Universidad del Rosario. Facultad de Administración. [En Línea]. Recuperado de: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3330/Fasc%EDculio105.pdf?sequence=1>
- Banco de la Republica (BDR). (1993). Atlas básico de historia de Colombia. Editorial Credencial Historia. No 38. [En Línea]. Recuperado de: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/febrero1993/febrero1.htm> [Consultado el 30 de marzo del 2017].
- Barajas, Y. (2017). En Santander, el negocio de los parques está en desarrollo. Vanguardia Liberal. [En Línea]. Recuperado de: <http://www.vanguardia.com/economia/local/394906-en-santander-el-negocio-de-los-parques-esta-en-desarrollo>
- Baromey, N. (2008). Ecotourism as a Tool for Sustainable Rural Community Development and Natural Resources Management in the Tonle Sap Biosphere Reserve. Kassel: Kassel university press. [En Línea]. Recuperado de: http://www.upress.uni-kassel.de/katalog/abstract_en.php?978-3-89958-465-3
- Barrera, E y Fernandez, F. (2006). Turismo Rural: Situación Actual, Abordaje y Perspectivas. Biblioteca Virtual - Cuadernos FODEPAL, 32. Proyecto Regional de Cooperación Técnica para la Formación den Economía y Políticas Agrarias y de Desarrollo Rural en América Latina.
- Cabarcas, L., Cuellar, J y Velez, K. (2012). Plan de negocio para el montaje de un parque de diversiones y cultural en la ciudad de Cartagena “KATAPULTA”. (Trabajo de grado). Universidad EAN. [En Línea]. Recuperado de: <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/3508/CuellarJohn2012.pdf?sequence=5>
- Cardona, F. A y Geleano, H. (2007). Evaluación financiera del proyecto parque temático de fauna y flora de Pereira. (Trabajo de grado). Universidad Tecnológica de Pereira. [En Línea]. Recuperado de: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/386/65815C268ef.pdf?sequence=1>

- Castillo, R. Y. (2014). Estudio de Viabilidad para la creación y comercialización de una empresa dedicada a la venta de jugo de mandarina natural en el municipio de Lebrija-Santander aplicando M.G.A como mecanismo de Formulación de Proyectos. (Trabajo de grado). Universidad Pontificia Bolivariana. [En Línea]. Recuperado de: http://biblioteca.upbbga.edu.co/docs/digital_27351.pdf
- Contraloría de Santander. (2008). Auditoria gubernamental con enfoque integral en la modalidad especial a la Corporación Parque Nacional del Chicamocha. [En Línea]. Recuperado de: http://parquenacionaldelchicamocha.com/wp-content/uploads/2015/Informe_OrganosdeControl-CPNCH.pdf
- Creswell, J. W y Plano-Clark, V. L. (2007) Designing and conducting mixed methods research. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Duran, D. (2015). En más de 10% crecieron los turistas que visitaron Santander. Vanguardia Liberal. [En Línea]. Recuperado de: <http://www.vanguardia.com/economia/local/306357-en-mas-de-10-crecieron-los-turistas-que-visitaron-santander>
- EL Tiempo. (4 de mayo de 2016). El Buen momento de los Parques tematicos del pais. [En Línea]. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16582376>
- El Heraldo. (07 de Enero de 2017). Parques de diversiones en Colombia reciben mas de 23 millones de visitantes. [En Línea]. Recuperado de: <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/parques-de-diversiones-en-colombia-reciben-mas-de-23-millones-de-visitantes-317663>
- EL Tiempo. (04 de mayo de 2016). El buen momento de los parques. [En Línea]. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16582376>
- El Portafolio. (10 de Abril de 2017). Mas de 20 millones de personas visitan los parques tematicos y de diversiones del pais. [En Línea]. Recuperado de: <http://m.portafolio.co/tendencias/entretenimiento/20-millones-de-personas-al-ano-visitatan-parques-tematicos-504881>
- Gonzales, M. (2017). 20 millones de personas al año visitan los parques temáticos y de diversiones del país. Portafolio. [En Línea]. Recuperado de: <http://m.portafolio.co/tendencias/entretenimiento/20-millones-de-personas-al-ano-visitatan-parques-tematicos-504881>
- Glaya, A y Infante, M. (2011). Proyecto de inversión para la creación de un parque temático de deportes extremos en via a la costa de la ciudad de Guayaquil. (Trabajo de grado Ingeniero Comercial). Facultad de Ingeniería. Universidad Politécnica Salesiana.

- [En Línea]. Recuperado de:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6055/1/UPS-GT000438.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: MCGRAW-HILL / Interamericana editores, S.A. DE C.V. D.F. [En Línea]. Recuperado de:
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Johnson, B. y Onwuegbuzie, A. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come [Los métodos de investigación mixtos: un paradigma de investigación cuyo tiempo ha llegado. En: Educational Researcher. Vol. 33, N°7, pp. 14-26. [En Línea]. Recuperado de:
<http://edr.sagepub.com/cgi/content/abstract/33/7/14>
- Kessler, M. (2000): El paisaje y su sombra, Barcelona, Ed. Idea Books
- Mendoza, N. (2017). Parques de diversiones en Colombia reciben más de 23 millones de visitantes. El Heraldó. [En Línea]. Recuperado de: <https://www.elheraldo.co/mas-negocios/parques-de-diversiones-en-colombia-reciben-mas-de-23-millones-de-visitantes-317663>
- Montilla, A y Ambrosio, D. (2013). Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia. (Trabajo de grado). Universidad del Rosario. Facultad de Administración. [En Línea]. Recuperado de:
<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4269/1020746197-2013.pdf>
- Moscoloni, N. (2005). Complementación metodológica para el análisis de datos cuantitativos y cualitativos en evaluación educativa. En: Revista Electrónica de Metodología aplicada. Vol. 10. N° 2, pp. 1-10. [En Línea]. Recuperado de:
<http://www.psico.uniovi.es/rema/v10n2/moscoloni.pdf>
- OMT. (2008). Barómetro del Turismo Mundial. Comprometidos con el turismo y con los objetivos de Desarrollo del Milenio, volumen 6, n° 1 (enero) y n° 3 (octubre).
- OMT. (2016). Recomendaciones de la OMT sobre accesibilidad de la información turística. Organización Mundial del Turismo, UNWTO.
- PNUD. (2014). Sector Turístico: oportunidades de inclusión laboral en el AMB. Bucaramanga: IMEBU. Obtenido de Programa de las Naciones Unidas. [En Línea]. Recuperado de:

http://www.imebu.gov.co/web32/documentos/observatorio/mercado_trabajo/Sector_Turismo.pdf

Restrepo Saenz, J. (febrero-marzo 1958). “Custodio García Rovira”. Boletín de Historia y Antigüedades, Vol. xlv, N- 519-521, pp. 3-44.

Samaja J. (2004). “Semiótica de la ciencia. Los métodos; las inferencias y los datos a la luz de la semiótica como lógica ampliada. Primera parte”. Material del Curso de posgrado: La ciencia como proceso de investigación y dimensión de la cultura. Secretaría de Posgrado de la Universidad nacional se Tucumán. Argentina. 88 p.

SECTUR. (2007). Elementos para Evaluar el Impacto Económico, Social y Ambiental del Turismo de Naturaleza en México. Ciudad de México: Universidad Autónoma Latinoamericana.

SIG. (03 de Marzo de 2017). Datos claves del turismo en Colombia. [En Línea]. Recuperado de: <http://es.presidencia.gov.co/noticia/170301-Datos-clave-de-la-industria-turistica-en-Colombia>

Taylor S. y Bogdan R. (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados. Barcelona: Ediciones Paidós. Ibérica. S. A. 343 p. ISBN: 84-7409-816-9.

Vanguardia Liberal. (07 de 04 de 2015). En mas de 10% crecio el numero de turistas de Santander. [En Línea]. Recuperado de: <http://www.vanguardia.com/economia/local/306357-en-mas-de-10-crecieron-los-turistas-que-visitaron-santander>

Vizcaíno, I y Ardila, H. (2008). Hombres y mujeres en las letras de Colombia. Cooperativa editorial Magisterio. Colombia. [En Línea]. Recuperado de: <https://books.google.com.co/books?id=W2hcVra7ZScC&pg=PA264&lpg=PA264&dq=biografia+completa+sobre+el+poeta+aurelio+martinez+mutis&source=bl&ots=66tI-Q9YXo&sig=Nf3FM2YiCCabOuIHgKMvueEXqhs&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjwxbu6IXWAhVJySYKHUalDSY4ChDoAQgkMAA#v=onepage&q=biografia%20completa%20sobre%20el%20poeta%20aurelio%20martinez%20mutis&f=false>

Zapata-Ros, M. (15 de Septiembre de 2015). Pensamiento computacional: Una nueva alfabetización digital. En: RED-Revista de Educación a Distancia, Vol. 46, pp. 2-49. [En Línea]. Recuperado de: <http://www.um.es/ead/red/46>

Anexos

Anexo1. Encuesta

Viabilidad de la creación de un parque turístico en el departamento de Santander – Colombia

Esta encuesta tiene como propósito la recolección de información necesaria para saber la perspectiva del turista respecto al crecimiento de Santander, que sirva como apoyo al fortalecimiento de la oferta turística de esta región. Por esta razón se solicita muy amablemente completar esta pequeña encuesta, la información suministrada será de uso exclusivo para fines investigativos, análisis y de evaluación de una idea de negocio con fines académicos.

1)	¿De qué País o departamento Viene?

2)	¿Qué lo motivo a visitar Santander?
Turismo	
Familia	
Negocios y trabajo	
¿Otra razón?, Cual _____	
3)	¿Qué es lo que más le gusta de Santander?
Su gastronomía	
Su turismo de aventura	
El clima y sus paisajes	
Su cultura ciudadana	
¿Otra razón?, Cual _____	
4)	¿Visitara otros lugares turísticos durante su estadía en la región? (Múltiple respuesta)
Ninguno	
Parque Nal. Del Chicamocha	
San Gil	
Barichara	
El Cerro del Santísimo	
Represa de Hidrosogamoso	
¿Otro? Cual _____	
5)	¿Le gustaría encontrar nuevas experiencias en Santander? ¿Cómo cuáles?:
Paradores Turísticos	
Parque temático	

Plaza gastronómica Centros culturales Mas deporte de aventura ¿Otro? Cual_____
6) ¿Qué aspectos de la oferta turística de Santander, no le han gustado? Las malas carreteras Poca información del turismo Largas distancias entre sitios turísticos Altos Costos en hoteles ¿Otro? Cual_____
7) ¿Qué medios utiliza usted para informarse antes de realizar un viaje de turismo? Amigos o familiares Internet Television o radio Agencias de viajes ¿Otra? Cual_____

¡Gracias por su colaboración!

[illegible]

Anexo 3. Minuta de Constitución

Estatutos Básicos Sociedad Limitada**24 de enero de 2018**

Por medio del presente documento privado, los constituyentes Yelly Paola Suárez España, identificada con la cédula de ciudadanía Nro. 1.095.816.273, expedida en Floridablanca, domiciliada en Floridablanca y residente en la Cra 12 # 9-31 Ronda 1 de la misma ciudad, y David Alberto Abaunza Suárez, identificado con la cédula de ciudadanía Nro. 1.098.728.854, expedida en Bucaramanga, domiciliado en Bucaramanga y residente en la Cra 24 #34-17 barrió el Prado de la misma ciudad. La sociedad que se constituye por medio de este documento es una sociedad comercial del tipo **sociedad Limitada**, esta se registrará por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos y por las normas que de manera especial regulan este tipo de sociedades y dando cumplimiento a lo establecido en el artículo 22 de la 1014 de 2006, ya que la sociedad cuenta con diez (10) o menos trabajadores o los activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) SMLMV.

CAPITULO I**Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Objeto y Duración de la sociedad**

ARTICULO PRIMERO.-DENOMINACION: La sociedad que se constituye por medio de este documento actuará bajo la denominación **Pueblito Santandereano Ltda**, de nacionalidad colombiana.

ARTÍCULO SEGUNDO.- DOMICILIO SOCIAL: El Domicilio principal de la sociedad es la ciudad de el municipio de Barichara Vereda el Llano Higuera, a 2.5 Km de la cabecera principal del municipio, Pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

ARTICULO TERCERO.- TÉRMINO DE DURACIÓN: La sociedad tendrá una duración indefinida, teniendo como fecha inicial la fecha constitución de este documento, pero podrá disolverse anticipadamente cuando sus socios así lo decidan.

ARTICULO CUARTO.- OBJETO SOCIAL: El Parque Temático Pueblito Santandereano proporciona a sus visitantes una experiencia cultural única mediante el esparcimiento, la diversión y el entretenimiento, enfocada en las tradiciones y valores del departamento de Santander.

CAPITULO II**Capital y Cuotas**

ARTICULO QUINTO.- CAPITAL: El capital social a la fecha de la constitución es de **\$4.217.598.460** el cual se encuentra totalmente cancelado en con los aportes en dinero o en especie, de cada uno de los socios al momento de la constitución, dividido de la siguiente manera:

NOMBRE	COMPOSICION DEL CAPITAL		
	Numero de cuotas	Valor de las cuotas	Valor total de capital
Yelly Paola Suárez España	1	\$1.687.039.384	\$1.687.039.384
David Alberto Abaunza Suárez	10	\$253.055.907	\$2.530.559.076

ARTÍCULO SEXTO.- RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS. Los socios responderán hasta el monto de sus aportes.

ARTÍCULO SEPTIMO.- CESION DE CUOTAS. Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas, lo que implicara una reforma estatutaria la cual se hará por documento privado cumpliendo con lo establecido en el Decreto 4463 de 2006 y artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, (previa aprobación de la junta de socios) el documento privado será otorgado por cedentes, cesionarios y representante legal. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, quien les dará traslado inmediatamente y por escrito para que dentro de los 15 días hábiles, manifiesten si tiene interés en adquirirlas, según el precio, el plazo y las demás condiciones de la cesión se expresarán en la oferta.

Capítulo III

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, REPRESENTACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO OCTAVO.- ORGANOS SOCIALES La representación de la sociedad y la administración de los negocios sociales corresponde a todos y a cada uno de los socios.

ARTÍCULO NOVENO.- ATRIBUCIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS: Resolver sobre todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como la admisión de nuevos socios.

Decidir sobre el retiro y exclusión de socios, ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, el representante legal, el revisor fiscal o cualquier otra persona que hubiere incumplido sus obligaciones u ocasionado daños o perjuicios a la sociedad. Elegir y remover libremente a los funcionarios cuya designación le corresponda. La junta de socios podrá delegar la representación y administración de la sociedad en un gerente estableciendo de manera clara y precisa sus atribuciones.

La junta de socios se compone de los socios inscritos en el Libro de Registro de socios, o de sus representantes reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La junta ejerce las funciones previstas en el artículo 187 del Código de Comercio. En la junta de socios cada uno tendrá tantos votos cuantas cuotas posea en la compañía. Las decisiones de la junta de socios se tomarán por un número plural de socios que represente la mayoría absoluta de las cuotas en que se halle dividido el capital de la compañía. Será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada socio con una antelación correspondiente. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá la presencia de los socios que representen cuando menos la mitad más una de las cuotas del capital social. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO DECIMO.- ADMINISTRACION Y REPRESENTACION DE LA SOCIEDAD: La administración y representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo del representante legal, el cual contara con un suplente que lo remplazara en sus faltas absolutas o temporales. El suplente tendrá las mismas atribuciones que el representante legal cuando entre a remplazarlo.

ARTÍCULO DECIMO PRIMERO – FACULTADES DE REPRESENTACIÓN LEGAL:

La representación se extenderá a todos los actos comprendidos en el objeto social, incluidos aquellos que tengan carácter de complementario o accesorio.

ARTÍCULO DECIMO SEGUNDO.- ARTÍCULO DECIMO CUARTO.- REVISOR FISCAL:

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPITULO IV

RESERVA LEGAL, BALANCE Y REPARTO DE UTILIDADES

ARTÍCULO DECIMO TERCERO.- *ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHOS DE INSPECCION.*

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de junta de socios en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO DECIMO CUARTO.- RESERVA LEGAL. De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal.

ARTICULO DÉCIMO QUINTO.- *BALANCE GENERAL.*- Anualmente, el 31 de diciembre se cortarán las cuentas para hacer el inventario y el balance general correspondiente así como el estado de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio, el estado de flujos de efectivo y el estado de cambios en la situación financiera del respectivo ejercicio. El balance, el inventario, los libros y demás piezas justificativas de los informes, serán depositados en la oficina de la administración con una antelación de quince (15) días hábiles a los socios con el fin de que puedan ser examinados por los mismos.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.- APROBACIÓN DEL BALANCE: El balance debe ser presentado por el representante legal de la sociedad limitada a consideración de la junta de socios con los demás documentos a que se refiere el artículo cuatrocientos cuarenta y seis (446) del Código de Comercio. Si la sociedad llegare a ser vigilada por la Superintendencia de Sociedades, dentro de los treinta (30) días siguientes a la reunión de la Asamblea de Accionistas, el representante legal remitirá a la Superintendencia de Sociedades una (1) copia del balance y de los anexos que lo expliquen o justifiquen, junto con el acta en que hubieran sido discutidos y aprobados.

ARTÍCULO DÉCIMO SEPTIMO.- *RESERVAS:* La sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital y se formará con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Los socios podrán decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales.

CAPITULO V

DISOLUCION Y LIQUIDACION

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO.- *DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD:* La sociedad se disolverá por decisión de las socias o cuando se presente alguna de las causales previstas en la Ley. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto.

PARÁGRAFO PRIMERO.- En los casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO: ENERVAMIENTO DE CAUSALES DE DISOLUCIÓN: Podrá evitarse la disolución de la sociedad por acciones simplificada adoptando las medidas a que hubiere lugar de acuerdo a cada causal en específico, siempre que el enervamiento ocurra dentro de los seis (6) meses siguientes a la fecha en que el accionista único reconozca su acaecimiento.

ARTÍCULO VIGÉSIMO.- LIQUIDACIÓN: La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designen los accionistas. Los accionistas designarán un liquidador, quien será responsable de adelantar el proceso liquidatorio conforme a la ley. Durante la duración del proceso de liquidación, el accionista único conserva los mismos poderes que tuvo durante la vida activa de la sociedad.



FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES HOJA 1

Pléase a la ley 1474 de 2011 y a la ley 1475 de 2011. No se admiten cambios ni modificaciones. En los términos del artículo 166 del Decreto 019 de 2012 y 23 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 26 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Autoriza el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y su publicidad.

Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio
Código Único y Fecha Radicación

INFORMACIÓN DEL REGISTRO			
REGISTRO MERCANTIL / VENDEDORES DE JUEGOS DE SUERTE Y AZAR / SOCIEDAD CIVIL		REGISTRO DE ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO / ECONOMÍA SOLIDARIA / VENDEDORAS CIUDADANAS / ONG'S EXTRANJERAS	
REGISTRO ÚNICO DE PROponentES			
1 MATRÍCULA / INSCRIPCIÓN ☐ RENOVACIÓN ☐ TRASLADO DE DOMICILIO ☐ AJUSTE DE INFORMACIÓN FINANCIERA ☐ No. INSCRIPCIÓN AÑO QUE RENUEVA TIPO GENERAL DE ORGANIZACIÓN (Revisar las instrucciones del formulario RUES) ☐ TIPO ESPECÍFICO DE ORGANIZACIÓN (Revisar las instrucciones del formulario RUES) ☐		INSCRIPCIÓN ☐ RENOVACIÓN ☐ TRASLADO DE DOMICILIO ☐ AJUSTE DE INFORMACIÓN FINANCIERA ☐ No. INSCRIPCIÓN AÑO QUE RENUEVA ACTUALIZACIÓN POR TRASLADO DE DOMICILIO, INDIQUE LA CÁMARA DE COMERCIO ANTERIOR ☐ No. INSCRIPCIÓN	
IDENTIFICACIÓN			
2 Persona Jurídica RAZÓN SOCIAL Personas Naturales PRIMER APELLIDO SEGUNDO APELLIDO PRIMER NOMBRE SEGUNDO NOMBRE RET. DV. IDENTIFICACIÓN No. FECHA DE EXPEDICIÓN LUGAR DE EXPEDICIÓN TIPO PAÍS No. IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA EN EL PAÍS DE ORIGEN PAÍS ORIGEN No. IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA SOCIEDAD O P. NATURAL DEL EXTRANJERO (CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN PERSONAL)			SELLA SEGUNDO NOMBRE
UBICACIÓN Y DATOS GENERALES			
3 INFORMACIÓN GENERAL DIRECCIÓN DE DOMICILIO PRINCIPAL ZONA: URBANA ☐ RURAL ☐ CÓDIGO POSTAL UBICACIÓN LOCAL ☐ OFICINA ☐ LOCAL Y OFICINA ☐ FABRICA ☐ VIVIENDA ☐ FINCA ☐ MUNICIPIO DEPARTAMENTO LOCALIDAD-BARRIO-VEREDA-CORREGIMIENTO PAÍS TELÉFONO 1 (igual al reportado en el Formulario del Registro Único Tributario CENI Castilla 44) TELÉFONO 2 TELÉFONO 3 CORREO ELECTRÓNICO (obligatorio)			
3 INFORMACIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL Y ADMINISTRATIVA DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL ZONA: URBANA ☐ RURAL ☐ CÓDIGO POSTAL MUNICIPIO DEPARTAMENTO LOCALIDAD-BARRIO-VEREDA-CORREGIMIENTO PAÍS TELÉFONO 1 TELÉFONO 2 TELÉFONO 3 CORREO ELECTRÓNICO (obligatorio)			
4 LA SEDE ADMINISTRATIVA ES: PROPIA ☐ ARRENDADO ☐ CONDOMINIO ☐ PRÉSTAMO ☐ Se conforma con lo establecido en el artículo 47 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, autoriza para que sea notificado personalmente a través del correo electrónico aquí especificado ☐ SI ☐ NO ☐ ACTIVIDADES ECONÓMICAS Indique una clasificación principal y máximo tres clasificaciones secundarias, tomadas del sistema de clasificación industrial internacional uniforme (CIIU) INDIQUE EL CÓDIGO SHD SOLO SI SU ACTIVIDAD ECONÓMICA LA DESARROLLA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, D.C. ACTIVIDAD PRINCIPAL CIIU 1 CLASE SHD ☐ ACTIVIDAD SECUNDARIA CIIU 2 CLASE SHD ☐ OTRAS ACTIVIDADES CIIU 3 Y CIIU 4 CLASE SHD ☐ FECHA DE INICIO ACTIVIDAD PRINCIPAL FECHA DE INICIO ACTIVIDAD SECUNDARIA LUGAR DE INICIO SECTOR SUBSECTOR DESCRIBA DE MANERA BREVE O RESUMIDA SU ACTIVIDAD ECONÓMICA - PARA PERSONAS NATURALES (Máximo 1.800 caracteres)			

En los términos de la Ley, debe llenarse del balance de apertura o de los Estados Financieros con corte a 31 de diciembre del año anterior. Exprese los cifras en pesos Colombianos. Datos sin decimales						
5	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			ESTADO DE RESULTADOS		
	Activo Corriente	\$ _____	Pasivo Corriente	\$ _____	Ingresos Actividad Ordinaria	\$ _____
	Activo No Corriente	\$ _____	Pasivo No Corriente	\$ _____	Otros Ingresos	\$ _____
			Pasivo Total	\$ _____	Costo de Ventas	\$ _____
	Activo Total	\$ _____	Patrimonio Neto	\$ _____	Gastos Operacionales	\$ _____
			Pasivo + Patrimonio	\$ _____	Otros Gastos	\$ _____
		Balance Social (*)	\$ _____	Gastos por Impuestos	\$ _____	
		* Solo para Entidad sin ánimo de lucro		Utilidad / Pérdida Operacional	\$ _____	
				Resultado del Periodo	\$ _____	
[Revisar las instrucciones del formulario RUES] GRUPO RUES ☐						
COMPOSICIÓN DEL CAPITAL EN CASO DE PERSONAS JURÍDICAS						
1. NACIONAL 1.1. PÚBLICO _____ % 1.2. PRIVADO _____ %						
2. EXTRANJERO 2.1. PÚBLICO _____ % 2.2. PRIVADO _____ %						
SI ES UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO						
6	APORTES LABORALES	APORTES ACTIVOS	APORTES LABORALES ASOCIATIVOS	APORTES IN DINERO	TOTAL APORTES	
	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	
	% _____	% _____	% _____	% _____	% _____	
7	REFERENCIAS - ENTIDADES DE CRÉDITO		REFERENCIAS - COMERCIALES			
	1. Nombre _____ Teléfono _____		1. Nombre _____ Teléfono _____			
	2. Nombre _____ Teléfono _____		2. Nombre _____ Teléfono _____			
8	ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA					
	CÓDIGO DEL ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA (Revisar las instrucciones del formulario RUES) ☐ OTRO ☐ CUÁL? _____				NÚMERO DE EMPLEADOS	
	TIENE ESTABLECIMIENTOS, AGENCIAS O SUCURSALES: SI ☐ NO ☐ CUÁNTOS				TIENE LA ENTIDAD IMPLEMENTADO UN PROCESO DE INNOVACIÓN SI ☐ NO ☐	
	EMPRESA FAMILIAR (Informar solo para fines estadísticos) SI ☐ NO ☐				PORCENTAJE DE EMPLEADOS TEMPORALES (%)	
9	DETALLE DE LOS BIENES RAÍCES QUE POSEA (En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)					
	MATRÍCULA INMOBILIARIA		MATRÍCULA INMOBILIARIA			
	DIRECCIÓN		DIRECCIÓN			
	BARRIO		BARRIO			
	MUNICIPIO		MUNICIPIO			
	DEPARTAMENTO		DEPARTAMENTO			
	PAÍS		PAÍS			
10	LEY 1780 DE 2016					
	DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE CUMPLI CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1780 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3		SOLO EN CASO DE 1RA RENOVACIÓN Y HABIENDOSE ACOGIDO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1780 DE 2016 AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA. JURAMENTO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE HAYENDO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL NUMERAL 3.2.3.4) 3.2. DEL DECRETO REGLAMENTARIO DE LA LEY 1780			
	SI ☐ NO ☐		CUMPLI ☐ NO CUMPLI ☐			
11	PROTECCIÓN SOCIAL					
	¿ES APORTANTE AL SISTEMA DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN SOCIAL? SI ☐ NO ☐					
	TIPO DE APORTANTE (Marque con una X la casilla que corresponda)					
	APORTANTE CON 200 O MAS COTIZANTES ☐	CUENTA CON MENOS DE 200 COTIZANTES ☐	APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTÍCULO 5 DE LA LEY 1429 DE 2010 ☐	APORTANTE INDEPENDIENTE ☐		

El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario y la documentación anexa al mismo, es confiable, veraz, completa, exacta.

Nombre de la Persona Natural o Representante Legal de la Persona Jurídica _____ FIRMA _____

Documento de identificación No. _____ C.C. ☐ C.E. ☐ E.I. ☐ PASAPORTE ☐

PAÍS _____

Cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (artículo 36 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)

Espace para uso exclusivo de la Cámara de Comercio
Firma y Sello de la Cámara de Comercio

Anexo 5. Registro ACOLAP

 Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones Tel: 311 5149 - Nit: 900.041.497-7 Calle 63 No. 60-80 Bogotá, Colombia	Razón Social: _____ Nombre del parque y/o empresa: _____ NIT: _____ Dirección: _____ Ciudad: _____ Departamento: _____ Teléfono: _____ Fax: _____ Página web: _____ E-Mail: _____																		
PARA LA AFILIACIÓN																			
Categoría a la que pertenece ☐ Parque de Diversiones Permanente ☐ Centro de Entretenimiento Familiar ☐ Parque Temático ☐ Acuario ☐ Parque de Aventura ☐ Otros: cual? _____ ☐ Parque Acuático ☐ Centro Interactivo ☐ Zoológico ☐ Granja ☐ Proveedor ☐ Fabricante ☐ Consultor																			
¿En que año inició operación?: _____ ¿Cuántos empleados tiene la empresa?: _____ Tiene Registro Su Parque? Si _____ # de Registro _____ No _____ En Tramite _____ ¿Cuántas sedes tiene la empresa? _____ En que ciudades tiene parque? _____ 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: 45%;">Ingresos Brutos</th> <th style="width: 40%;">Cuota de Sostenimiento*</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pequeño</td> <td>1 a 2.000 Millones</td> <td>\$ 3.203.715</td> </tr> <tr> <td>Mediano</td> <td>2.001 a 5.000 Millones</td> <td>\$ 6.032.572</td> </tr> <tr> <td>Grande</td> <td>A partir de 5.001 millones</td> <td>\$ 8.862.813</td> </tr> <tr> <td>Proveedor</td> <td></td> <td>\$ 1.596.615</td> </tr> <tr> <td>Consultor</td> <td></td> <td>\$ 1.596.615</td> </tr> </tbody> </table> * Se paga anualmente	Categoría	Ingresos Brutos	Cuota de Sostenimiento*	Pequeño	1 a 2.000 Millones	\$ 3.203.715	Mediano	2.001 a 5.000 Millones	\$ 6.032.572	Grande	A partir de 5.001 millones	\$ 8.862.813	Proveedor		\$ 1.596.615	Consultor		\$ 1.596.615
Categoría	Ingresos Brutos	Cuota de Sostenimiento*																	
Pequeño	1 a 2.000 Millones	\$ 3.203.715																	
Mediano	2.001 a 5.000 Millones	\$ 6.032.572																	
Grande	A partir de 5.001 millones	\$ 8.862.813																	
Proveedor		\$ 1.596.615																	
Consultor		\$ 1.596.615																	
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 ☐ No ☐ Maneja póliza seguro de la operación: Si ☐ No ☐ Cuál: _____ Compañía: _____ Dirección de radicación de factura: _____																			
DATOS FINANCIEROS																			
Ventas Anuales _____ Sector Principal _____																			
TIPO DE RÉGIMEN																			
Ciudad _____ Gran Contribuyente ☐ Régimen Común ☐ Régimen Simplificado ☐																			
REFERENCIAS BANCARIAS																			
BANCO	CUENTA																		
SUCURSAL																			
REFERENCIAS COMERCIALES																			
EMPRESA	TELÉFONO																		
NOMBRE Y CARGO	FORMA DE PAGO																		
CONDICIONES DE ACEPTACIÓN DE LA AFILIACIÓN																			
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 demás 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 información sobre obligaciones de pagos que bajo cualquier modalidad me me (nos) hubiere(n) otorgado, obligado a pagar o se me (nos) otorgue(n) en el futuro. Igualmente con la suscripción de solicitud de afiliación como Agremiado o afiliado ha ACOLAP manifestamos que aceptamos de manera irrevocable lo siguiente: 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 órganos 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 razón se da el retiro o suspensión de la afiliación antes de culminar la anualidad pagada en cualquier tiempo. 4. Ningún valor cancelado a ACOLAP es reembolsable o sujeto de devolución salvo que correspondan a errores en valores o cobros. 5. Aceptamos y nos obligamos a actualizar la información cuando cambie o cuando así la administración de ACOLAP lo solicite para tener al día la información 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 afiliación y/o sostenimiento, las de los años siguientes dentro del plazo que se indique en la factura. 7. Tradición en el mercado de 5 años 8. Certificación de idoneidad de clientes (Carta de presentación de un afiliado)- solo aplica para proveedores 9. Fabricantes o proveedores de atracciones y o dispositivos de entretenimiento deben acreditar fabricación bajo estándares Internacionales tales como ASTM F24 10. La cuota de sostenimiento tiene un incremento anual; lo establece la asamblea y es aprobado por la Junta Directiva Para la constancia de todo lo anterior se firma esta solicitud y documento manifestando que son verdadera toda la información y documentos aportados.																			
Nombre del Representante Legal	Documento de Identidad																		
Firma Representante Legal																			
DOCUMENTOS APORTADOS																			
*Fotocopia del RUT Actualizado *Registro de Existencia y Representación Legal vigente expedido por la Cámara de Comercio, no mayor a 30 días *Certificación de ventas firmada por el Contador o el Revisor Fiscal *2 Referencias bancarias *2 Referencias comerciales *Fotocopia de la cédula de ciudadanía del Representante Legal																			
USO EXCLUSIVO DE ACOLAP																			
CONOCIMIENTO DEL SOLICITANTE																			
Conoce las instalaciones Si ☐ No ☐ Ha tenido relación o referencias comerciales con el cliente Si ☐ No ☐ Esta referenciado por otro lado Si ☐ No ☐ Percepción Manejo _____ Temas Seguridad _____ Tiene Riesgo _____ Clasificación _____																			
FORMA DE PAGO																			
Efectivo ☐ Cheque ☐ Tarjeta de crédito ☐ Cuotas ☐ Otro ☐ ¿Cuál? _____																			
VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN																			
Dirección Ejecutiva: _____ Junta Directiva: _____ Número de Acta: _____																			
Aprobación Si ☐ No ☐																			

Anexo 6. Formulario Adicional de Registro con Otras Entidades



1
14-T-101
01/06/2007

Formulario Adicional de Registros con Otras Entidades

No. Matricula Mercantil:		No. Inscripción Esal:	
(Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio de Bogotá)			

Número de Formulario DIAN	
Este número se obtiene una vez diligencie el formulario de Registro Único Tributario en la página www.dian.gov.co	

Asignación:	☐	Actualización:	☐
I. Datos Básicos: Nombre y apellido o razón social: _____ _____			

II. Solicitud de inscripción en el Registro de Información Tributaria (RIT) en la Secretaría de Hacienda Distrital

Año	Mes	Día

Fecha de inicio de Actividades con ICA:

IMPORTANTE: SEÑOR CONTRIBUYENTE no olvide que para quedar inscrito en el RIT de la Secretaría de Hacienda de Bogotá, es indispensable que informe LA FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES, evitese sanciones (artículos 35 y 71 del Decreto Ordinal 8071993)

III. Solicitud de inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) de la DIAN

Información del Contador que firma los estados financieros de la empresa.

Tipo de documento	No. de identificación	DV	No. de tarjeta profesional
		-	
Primer apellido	Segundo apellido	Primer Nombre	Otros Nombres
Código de la identificación Tributaria (NIT) DV	Empresa a la que pertenece:		

IV. Firmas: contribuyente o representante legal

sea su firma certifique que los datos contenidos en el presente formulario es confiable, veraz, completa y exacta.

Nombre	Firma
Número de identificación	

Vita

Acá se incluye una breve biografía del autor de la tesis.
