



Vigilada Mineducación

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN PARQUE  
TEMÁTICO EN EL MUNICIPIO DE ARJONA**  
PREFEASIBILITY STUDY FOR THE OPENING OF A THEME PARK IN THE  
MUNICIPALITY OF ARJONA

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título  
de magíster en Gerencia de Proyectos

ELKIN SANTIAGO VENTURA  
CAROL BARBOZA ALCALA

Asesor, docente  
ELKIN ARCESIO GÓMEZ SALAZAR

UNIVERSIDAD EAFIT  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
MAESTRÍA EN GERENCIA DE PROYECTOS  
BOGOTÁ  
2024

## CONTENIDO

RESUMEN.....	8
ABSTRACT.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
JUSTIFICACIÓN.....	15
OBJETIVOS.....	16
GENERAL.....	16
ESPECÍFICOS.....	16
MARCO TEÓRICO.....	17
DISEÑO METODOLÓGICO.....	19
ENTORNO Y ANÁLISIS SECTORIAL.....	19
ANÁLISIS DE MERCADO.....	20
TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	20
ESTUDIO TÉCNICO.....	21
ESTUDIO MEDIOAMBIENTAL.....	21
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	21
ESTUDIO LEGAL.....	21
ESTUDIO FINANCIERO Y DE RIESGOS.....	22
Síntesis de objetivos, herramientas y obtención de datos.....	22
DESARROLLO DEL PROYECTO.....	33
ENTORNO Y ANÁLISIS SECTORIAL.....	33
Político.....	34
Económico.....	35
Social.....	38
Tecnológico.....	38
Ambiental.....	40
Legal.....	41
Actores sociales.....	43
ESTUDIO DE MERCADO.....	45

Productos .....	45
Mercado potencial .....	46
Estrategia de distribución y promoción.....	73
Matriz DOFA .....	80
ESTUDIO TÉCNICO .....	83
Análisis de localización .....	83
Microlocalización .....	84
Proveedores extranjeros y nacionales .....	92
Costos variables .....	94
Costos fijos .....	96
ESTUDIO LEGAL.....	100
Ordenamiento territorial y uso del suelo.....	100
Medio ambiente y desarrollo sostenible .....	100
Turismo.....	101
Impuestos aplicables al desarrollo y mantenimiento del parque temático de Arjona .....	103
Trabajo y Seguridad Social .....	104
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	105
Estructura organizacional .....	105
ESTUDIO AMBIENTAL .....	110
Legalización ambiental .....	111
Línea base del proyecto.....	114
Matriz de impactos ambientales y plan de manejo ambiental.....	117
Manejo ambiental .....	120
ESTUDIO FINANCIERO .....	124
Fuentes de financiación .....	130
Análisis de riesgos .....	131
Cronograma de actividades .....	133
CONCLUSIONES .....	137
REFERENCIAS .....	139



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. TRM desde mayo 2023 hasta noviembre del 2023.....	36
Figura 2. PIB (2023).....	36
Figura 3. Puntaje departamental general de Colombia en turismo .....	37
Figura 4. Distribución de género de los encuestados .....	47
Figura 5. Distribución de edad de los encuestados .....	48
Figura 6. Distribución de acuerdo con el lugar de procedencia los encuestados. ....	48
Figura 7. Distribución de acuerdo con el lugar de residencia permanente de los encuestados .....	49
Figura 8. Distribución de acuerdo con el estrato socioeconómico de los encuestados.	50
Figura 9. Distribución de acuerdo con los ingresos mensuales del grupo familiar de los encuestados .....	50
Figura 10. Distribución de acuerdo con su fuente de financiamiento .....	51
Figura 11. Distribución de los encuestados de acuerdo con si tienen hijos o no.....	52
Figura 12. Distribución de los encuestados que si tienen hijos.....	53
Figura 13. Distribución de acuerdo con la frecuencia de viaje de los encuestados.....	54
Figura 14. Distribución por preferencia de momento de viaje .....	54
Figura 15. Distribución a la pregunta de acuerdo con los destinos de viaje de los encuestados .....	55
Figura 16. Distribución a la pregunta ¿Le gustaría que se construyera un parque temático en Arjona, Bolívar? .....	56
Figura 17. Teniendo como punto de partida la ciudad de Cartagena, ¿estaría dispuesto a movilizarse 1 hora al parque temático? .....	56
Figura 18. Preferencia de visita al parque .....	57
Figura 19. Inclusión de mascotas.....	58
Figura 20. En los último 5 años, ¿ha visitado alguno de los siguientes parques de diversiones en Colombia? ¿Cuál?.....	58
Figura 21. Distribución a la pregunta ¿Cuál de las siguientes atracciones les interesarían encontrar en un parque de diversiones?.....	59
Figura 22. Preferencia de atracciones o actividades .....	60

Figura 23. Interés en actividades relacionadas con la ecología .....	60
Figura 24. Preferencia en cuanto a la información sobre la disponibilidad, precios y detalles del parque temático .....	61
Figura 25. Elementos diferenciales de la competencia .....	62
Figura 26. Factores de elección frente a competidores .....	63
Figura 27. Tipo de alojamiento preferido .....	64
Figura 28. Resumen de datos migratorios.....	66
Figura 29. Proyección de la población a través de los años (25 años) .....	68
Figura 30. Valor estimado para el costo de la entrada .....	70
Figura 31. Brochure parque temático de Arjona .....	79
Figura 32. Plano conceptual del proyecto .....	84
Figura 33. Sitio de acceso principal del proyecto.....	86
Figura 34. Ubicación del edificio administrativo del proyecto.....	87
Figura 35. Ubicación de la estación de conservación del proyecto.....	88
Figura 36. Representaciones de zonas para juegos y atracciones .....	89
Figura 37. Ubicación de las áreas acuáticas del proyecto .....	91
Figura 38. Ubicación de las áreas de hospedaje del proyecto .....	92
Figura 39. Organigrama del parque .....	108
Figura 40. Ubicación Proyecto Parque Temático Arjona .....	110
Figura 41. Ubicación de área del proyecto .....	114
Figura 42. Ubicación de la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) principal del proyecto .....	122
Figura 43. PRI.....	129
Figura 44. Cronograma de ejecución del proyecto .....	135

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Tabla de metodología de la investigación.....	22
Tabla 2. Índices del precio del consumidor .....	35
Tabla 3. Correlación normativa del parque temático de Arjona .....	41
Tabla 4. Afluencia de pasajeros en la ciudad de Cartagena por año en el periodo 2017-2023.....	67
Tabla 5. Catálogo de competidores a nivel nacional .....	68
Tabla 6. Tabla de precios de mercado de parques en Colombia.....	71
Tabla 7. Proyección de precios para entradas a 25 años .....	72
Tabla 8. Fases de la promoción y la publicidad .....	75
Tabla 9. Resumen del resultado del análisis de mercado.....	78
Tabla 10. Matriz DOFA .....	81
Tabla 11. Catálogo de proveedores .....	93
Tabla 12. Cotización de productos elegidos .....	93
Tabla 13. Cuadro de costos variables para un parque ecológico de Arjona .....	94
Tabla 14. Costos fijos.....	96
Tabla 15. Cuadro de costos totales para el parque ecológico de Arjona .....	98
Tabla 16. Valores consolidados .....	100
Tabla 17. Perfiles, requerimientos y funciones .....	106
Tabla 18. Personal requerido para el parque .....	109
Tabla 19. Inventario ambiental .....	115
Tabla 20. Matriz de impactos ambientales .....	117
Tabla 21. Matriz de valoración de impactos ambientales .....	118
Tabla 22. Tabla de valoración de impactos ambientales .....	119
Tabla 23. Plan de manejo ambiental .....	120
Tabla 24. Tabla flujo de caja proyectado para el parque .....	125
Tabla 25. Criterios de análisis .....	128
Tabla 26. IRVA .....	129
Tabla 27. Resumen análisis de riesgos.....	132
Tabla 28. Matriz de identificación de riesgos.....	133

## **RESUMEN**

El presente documento aborda el desarrollo del estudio de prefactibilidad de un parque temático de reptiles ubicado en Arjona, Bolívar, donde se ha identificado una oportunidad de desarrollar un proyecto integral aprovechando la proximidad a Cartagena. La oportunidad se debe a la creciente demanda de atracciones y la necesidad de ofrecer nuevas opciones de entretenimiento debido al crecimiento del turismo en la región. Por eso, se apuesta a convertirse en un espacio seguro de entretenimiento, aprendizaje y conservación integrando laboralmente a la comunidad de Arjona y contribuyendo a la economía del municipio.

Para llevar a cabo este trabajo se siguió la metodología recomendada por la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) en sus estudios de prefactibilidad. Se consideraron aspectos sociales, ambientales, económicos y financieros relacionados con la creación y operación del parque temático de reptiles en Arjona. Los resultados de este estudio servirán como base para la toma de decisiones en la planeación de alternativas del proyecto turístico.

Palabras clave: prefactibilidad, parque temático, ecoturismo, estudio técnico, pedagogía y recreación ecológica, desarrollo local, beneficios socioeconómicos.

## **ABSTRACT**

This document addresses the development of the prefeasibility study of a reptile theme park located in Arjona, Bolívar, an opportunity for a comprehensive project development in the region has been identified, taking advantage of the proximity to Cartagena, the opportunity is due to the growing demand of attractions and the need to offer new entertainment options due to the development of tourism in the region, it is committed to becoming a safe space for entertainment, learning and conservation, integrating the community of Arjona into employment, thus giving economic development to the municipality.

The results of this study 9roj serve as a basis for 9roject9-making, planning alternatives for the tourism 9roject. To carry out this evaluation, the methodology recommended by the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) has been followed in its prefeasibility studies. Social, environmental, economic and financial aspects related to the creation and operation of a reptile theme park in Arjona have been considered.

Keywords: prefeasibility, theme park, ecotourism, technical study, pedagogy and ecological recreation, local development, socioeconomic benefits.

## INTRODUCCIÓN

El proyecto de establecer un parque temático ecológico en el municipio de Arjona, ubicado en Bolívar, Colombia, busca aprovechar los recursos naturales y culturales de la región para crear un espacio de entretenimiento educativo y sostenible inmerso en un parque temático municipal.

En los últimos años, Colombia ha aumentado la demanda turística. Según estimaciones de la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a partir de la información proporcionada por Migración Colombia, en mayo de 2023 se contabilizaron 375.900 personas no residentes en el país que ingresaron. Estas cifras superan los datos de mayo de 2022, 2021 y 2019 (Portafolio, 2023) y demuestran un incremento del 10,4% en comparación con el mismo período de 2022, cuando se registraron 340.060 visitantes. Esto evidencia el creciente atractivo de Colombia como destino turístico mundial, debido a varias reformas políticas, estabilidad económica y promoción del país. Dicho crecimiento ha llevado a un aumento en la llegada de visitantes internacionales y turistas domésticos: teniendo en cuenta las cifras de la Aerocivil muestran que, a la Heroica, en 2022, llegaron 2,9 millones de pasajeros en vuelos nacionales, un aumento del 30% comparado con 2019, cuando llegaron 2,2 millones, y en vuelos internacionales se recibieron 572.636 pasajeros, un incremento del 6% en comparación con 2019, cuando llegaron 542.591 visitantes (Cartagena Cómo Vamos, 2023). La región de Bolívar ha sido uno de los destinos más populares debido a su rico patrimonio histórico y cultural. Cartagena, en particular, ha sido el centro de atención de muchos turistas gracias a su ciudad amurallada, que fue declarada Patrimonio de la Humanidad, y ofrece una experiencia única de historia colonial, playas impresionantes y gastronomía deliciosa.

En este proyecto se consideran aspectos como la ubicación y la demanda del mercado en Cartagena. En la industria de la hostelería y la restauración, aproximadamente el 10% de la fuerza laboral de la ciudad encuentra empleo, lo cual es superior al promedio nacional en Colombia, que se sitúa en el 7%. Además, considerando la influencia del

turismo en sectores como el comercio, el transporte y el entretenimiento, puede llegar a más del 40% de los empleos en la ciudad (Cartagena Cómo Vamos, 2023). También se consideran factores importantes como la inversión necesaria, los impactos ambientales y socioeconómicos y los posibles obstáculos. La localización estratégica de Arjona, con su biodiversidad y patrimonio cultural, ofrece un terreno propicio para desarrollar un parque temático ecológico, y es por eso último que deberá analizarse el desarrollo de un parque temático ecológico.

La creciente conciencia ambiental y el interés por el ecoturismo sugieren una demanda potencial de visitantes interesados en experiencias educativas y recreativas relacionadas con la naturaleza y la conservación. La inversión requerida abarcaría la adquisición de terrenos, la infraestructura para actividades recreativas y educativas y el personal adecuado que realice estas actividades. Es por esto último que la contratación de personal en Arjona para el parque temático es una prioridad, al igual que el mismo municipio lo planea en el programa 32 en el análisis del desarrollo del municipio ( Alcaldía Municipal de Arjona, s.f.)

Entre los desafíos potenciales se encuentran la competencia con otros destinos turísticos, los costos operativos y de mantenimiento, así como la necesidad de colaboración con autoridades locales y actores comunitarios para asegurar un desarrollo armonioso y sostenible, pero si se abordan adecuadamente podría dar como resultado la factibilidad del desarrollo del parque temático de Arjona.

El presente estudio de prefactibilidad se desarrolló con base en la metodología de la ONUDI (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial), reconocida como herramienta que brinda un enfoque sistemático y completo para la evaluación de proyectos. Esta metodología abarca todas las etapas de un proyecto, y ha sido aplicada específicamente en su fase de prefactibilidad.

Estos análisis exhaustivos serán la base para tomar decisiones informadas sobre la viabilidad de invertir en el parque temático ecológico de Arjona. Al tratar cada uno de

estos aspectos, se reduce la incertidumbre y se establece un panorama realista del proyecto, lo cual permitirá avanzar con confianza hacia su desarrollo exitoso.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Organización Mundial del Turismo (OMT) señala que el turismo ha seguido creciendo y diversificándose en todo el mundo y se está convirtiendo en una de las fuentes de ingresos más importantes para muchos países en desarrollo. Según esta institución, la importancia de la industria del turismo radica en que, si se implementa adecuadamente, contribuye a la creación de miles de puestos de trabajo directos e indirectos, promueve la preservación cultural y la protección del medio ambiente, mejora las condiciones de seguridad e incentiva la paz entre los países a través del intercambio cultural (Cartagena Cómo Vamos, s.f.).

La industria turística en Colombia se ha convertido en un motor económico de gran envergadura, generando empleo, impulsando la entrada de divisas y contribuyendo al desarrollo regional. A nivel global, se estima que el turismo aporta alrededor del 4% al Producto Interno Bruto (PIB) del país, según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Esta cifra representa una parte sustancial de la economía y se prevé que siga aumentando en el futuro.

A nivel local, Cartagena ha emergido como un destacado destino turístico, no solo en Colombia, sino en el ámbito internacional. La ciudad ha recibido diversos reconocimientos, como los otorgados en los World Travel Awards 2022 en Madrid, España. Además, datos recientes indican que el sector turismo en la ciudad se ha recuperado de manera sólida, situándola como el tercer destino con mayor llegada de pasajeros nacionales y el cuarto en cuanto a pasajeros internacionales.

Pero existe una alerta por la pérdida de terreno en comparación con otras ciudades, como Santa Marta y Medellín, que aumentaron significativos en la recepción de pasajeros nacionales en el mismo período. Cartagena, como capital de Bolívar, se destaca por su vocación turística innata y debe mantener altos estándares en la prestación de servicios turísticos, en la calidad de sus espacios para actividades turísticas y en su capacidad para recibir visitantes. Esto asegura que el sector turismo

aporte beneficios socioeconómicos a los habitantes de Cartagena y ofrezca una experiencia positiva a los turistas. Así, se consolida la sostenibilidad de Cartagena como un destino seguro y accesible en el mapa turístico mundial.

Cartagena atrae anualmente a millones de turistas de talla internacional: en el 2019, 282.279 fueron visitantes nacionales y 1.361.403 fueron extranjeros (*Los números del turismo en Cartagena*, s.f.). Con estos datos podemos observar que, a pesar de contar con varios atractivos turísticos, estos mismos atractivos carecen de actividades pedagógicas para niños que visitan a Cartagena y sus alrededores en compañía de sus familias para pasar sus vacaciones. Esto es un problema, puesto que, de buscar un lugar turístico y ecológico para visitar con niños en Arjona, no encontrará más que catedrales y edificios con gran valor histórico, pero de muy bajo interés para los más jóvenes.

El proyecto del parque temático en Arjona tiene como objetivo principal ofrecer una variedad de atractivos turísticos adecuados para toda la familia, con un enfoque especial en los niños. Estos atractivos incluirán un recorrido ecológico diseñado para conocer las especies vegetales y animales endémicas de la región. Además, se proporcionará información sobre el proceso de crecimiento y recuperación de diversas especies de reptiles. Por tanto, resulta pertinente preguntar, con base en los diferentes estudios técnicos, de mercado, legal, ambiental y económico, ¿es factible y beneficioso establecer un parque temático de reptiles en Arjona, Bolívar, que ofrezca actividades pedagógicas y de entretenimiento centradas en la ecología y la naturaleza para niños y sus familias?

## JUSTIFICACIÓN

Para la ejecución de este proyecto es necesario tener información clara y precisa acerca de las implicaciones económicas, ambientales, legales y técnicas para la posible creación y operación del parque temático. Esto incluye la evaluación de impactos positivo económico en la región y su relación con el turismo en la región.

La proximidad de Arjona a zonas turísticas de renombre proporciona una ventaja estratégica que este estudio de prefactibilidad busca capitalizar, y la metodología ONUDI proporciona un marco conceptual sólido para el análisis y la toma de decisiones, asegurando que se consideren los estándares internacionales y mejores prácticas en el desarrollo de proyectos. Los resultados de este estudio permitirán al inversionista la toma de decisiones contando con un horizonte claro disminuyendo el riesgo y la incertidumbre, especialmente al considerar su proximidad a los centros urbanos más destacados del país.

La iniciativa se fundamenta en el entendimiento de que Arjona posee una capacidad única para hospedar y aumentar su atractivo turístico, promoviendo el crecimiento económico, la creación de empleo, la cohesión social, la promoción de la cultura local, la conciencia ambiental, la mejora de la infraestructura y el atractivo para inversores. Este proyecto no solo beneficia a la comunidad local, sino que también contribuye al bienestar y la prosperidad a largo plazo de la región en su conjunto, asegurando que los factores sociales, económicos y ambientales positivos sean plenamente considerados y optimizados

A través de la implementación de un parque temático se pretende añadir un elemento novedoso a la región, enriqueciendo aún más la experiencia de los visitantes y diversificando las opciones de entretenimiento disponibles en la zona. Este proyecto no solo aspira a ofrecer una experiencia única para los turistas, sino reforzar la identidad cultural local y fomentar el orgullo comunitario al presentar de manera innovadora los aspectos más emblemáticos y memorables de Arjona.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Desarrollar el estudio de prefactibilidad del proyecto de un parque temático para ser construido y desarrollado en el municipio de Arjona, Bolívar.

### **ESPECÍFICOS**

- Efectuar un estudio de entorno y un análisis sectorial, con el fin de analizar el comportamiento del municipio de Arjona respecto al proyecto.
- Hacer un análisis de mercado en nuestro proyecto para identificar el potencial de demanda y las preferencias de los posibles visitantes del parque temático en Arjona.
- Evaluar el estudio técnico y definir los aspectos técnicos necesarios para la construcción y operación del parque temático.
- Efectuar un estudio organizacional para definir la estructura y los procesos necesarios para la gestión eficiente del parque, establecer la organización, responsabilidades y flujos de trabajo clave para garantizar el funcionamiento exitoso del parque.
- Identificar requerimientos legales con el desarrollo y operación del proyecto por medio de un estudio legal.
- Evaluar un estudio medioambiental del área para determinar el impacto ambiental y los requisitos de la gestión ambiental del proyecto.
- Presentar un estudio financiero en nuestro proyecto, evaluar la viabilidad económica y el riesgo financieros y sociales asociados al proyecto para prevenir y mitigar futuros riesgos.

## MARCO TEÓRICO

A continuación, se presentan los conceptos, argumentos e ideas esenciales que se han recopilado, organizado, y se expondrán en aras de llevar a cabo una investigación minuciosa de las múltiples variables fundamentales relacionadas con la concepción y establecimiento del parque temático en Arjona.

Desde la perspectiva de la gerencia de proyectos, un proyecto se define como un esfuerzo temporal que se emprende para crear un producto, servicio o resultado único. Al respecto, el Project Management Institute (PMI, 2017), define un proyecto como “un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para obtener un producto, servicio o resultado único” (p. 3). Para Sapag et al. (2014), es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver una necesidad humana; además, sostienen que el éxito de un proyecto depende de la dinámica del entorno en la que se desarrolla, por lo que destacan elementos críticos de gestión para reducir la incertidumbre.

El inicio de un proyecto marca siempre el punto de partida en su trayectoria, y este comienza con la definición del problema que demanda una solución (fase de inicio). Posteriormente, se forja una estrategia para abordar dicho problema y se estructura un plan que guiará la ejecución (fase de planificación). La ejecución implica poner en marcha dicho plan, mientras se monitorea con meticulosidad para asegurar que se desempeñe según lo esperado (fase de ejecución, monitoreo y control). Conforme avanzan las etapas, se procede a la implementación del proyecto, evaluando su desempeño y alcanzando el punto de cierre, marcando el final de la empresa (fase de cierre). En este proceso se examina el rendimiento y se realiza una evaluación exhaustiva antes de concluir la travesía (Aston, 2022). En síntesis, este es el ciclo de vida del proyecto que encapsula la esencia misma de la gestión de proyectos, trazando una ruta desde la concepción hasta la conclusión, y resaltando la relevancia de cada etapa en el logro exitoso de los objetivos establecidos.

Ahora bien, un análisis prefactibilidad se hace en su fase temprana de desarrollo del proyecto, para dar al público/inversores la información básica necesaria para que el proyecto pueda continuar, es decir, el estudio de prefactibilidad ofrece una visión general del proyecto sobre sus variables más importantes para tomar decisiones conscientemente (Ortega, s.f.).

La ONUDI es un organismo especializado encargado de promover y acelerar el desarrollo industrial en los países y economías en desarrollo en un período de transición y tratando de mejorar las condiciones de la vida de los locales. En los últimos años, ha asumido el papel de un organismo de cooperación técnica, que proporciona apoyo especializado en la ejecución de proyectos. Este apoyo se materializa en la metodología desarrollada para la elaboración de proyectos, por lo tanto, es de aclarar que esta va a hacer la metodología utilizada para este trabajo enfocado en el planteamiento de un parque temático.

Un parque temático es un espacio dedicado al esparcimiento de sus habitantes. En estos parques, todas sus atracciones y actividades aluden a un atributo especial, y pueden tomar asuntos diferentes como científicos con fines de investigación, además de que ofrece servicios de recreación, esparcimiento y aprendizaje, en torno a la cultura de la preservación y el medio ambiente, a través de escenarios artísticos, pedagógicos, culturales y áreas de entretenimiento que conforman un abanico de opciones para que los visitantes, disfruten de una agradable experiencia. Además, suele contar con restaurantes, tiendas comerciales, departamentales, entre otras y hasta hoteles dentro de sus inmediaciones (Mora, 2018).

## **DISEÑO METODOLÓGICO**

La metodología de la investigación es el mapa de ruta para realizar el trabajo, dando respuesta a los objetivos del proyecto.

Este proyecto de prefactibilidad para el parque temático en Arjona se basó en la metodología ONUDI, que aborda siete objetivos clave, lo cual incluye comprender factores relevantes, analizar el mercado, definir aspectos técnicos, establecer una estructura organizativa eficiente, cumplir con requisitos legales, evaluar impactos ambientales y analizar la viabilidad financiera y los riesgos. Cada objetivo se abordó con enfoques de investigación adecuados, lo cual garantizará una toma de decisiones informada y un estudio completo para el desarrollo exitoso del parque temático de Arjona.

### **ENTORNO Y ANÁLISIS SECTORIAL**

Para dar inicio al proceso de evaluación de la viabilidad del proyecto, resulta esencial comprender la percepción de la idea no solo en la región de interés, sino también entre los potenciales interesados en su ejecución. Por lo tanto, se llevó a cabo un minucioso análisis del sector del turismo en el municipio de Arjona, con el propósito de recabar datos que arrojen luz sobre cómo el proyecto podría verse afectado. Este análisis se centró en la investigación de variables como la competencia, los potenciales inversionistas y los interesados.

Con información proveniente de fuentes como el DANE y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se examinaron indicadores para analizar el entorno donde se situará el proyecto. Esto permitió identificar la dinámica del sector inmobiliario en la región y anticipar la acogida que el proyecto podría recibir entre los posibles interesados. Además, a partir de estas fuentes de información, se determinó la rentabilidad potencial del desarrollo del proyecto y se obtuvieron datos cruciales para la toma de decisiones.

## ANÁLISIS DE MERCADO

Un elemento central fue el análisis de mercado, que se centró en evaluar el potencial de demanda y las preferencias de los posibles visitantes del parque temático. Esto requeriría investigar los perfiles de los visitantes, su disposición a pagar por los servicios y productos del parque, y las tendencias en el mercado local y nacional. Para obtener información valiosa, análisis de datos históricos y estudios de mercado previos, se necesitaron muestras representativas en las encuestas mencionadas, para lo cual se calculó el tamaño de muestra.

## TAMAÑO DE LA MUESTRA

Se empleó la metodología de muestreo probabilístico aleatorio simple para formar una muestra representativa de participantes que respondieron al cuestionario, garantizando una selección imparcial y aleatoria. Además, se utilizó la fórmula de muestreo para universos finitos para determinar el tamaño óptimo de la muestra, particularmente relevante en el contexto turístico. Esta combinación de enfoques fortaleció la robustez de la metodología, proporcionando una base sólida para obtener conclusiones significativas aplicables a la población en estudio.

Al respecto, se utilizó la siguiente ecuación:

$$N = P * \frac{(1 - P)}{\frac{M^2}{Z^2 + PT}}$$

Donde:

N: Tamaño de muestra

P: porción de población

M: Margen de error

Z: Nivel de confianza

PT: Población objetivo

## **ESTUDIO TÉCNICO**

La fase técnica del estudio se enfocó en definir los aspectos necesarios para la construcción del parque. Esto incluyó la identificación de la ubicación óptima, la evaluación de la infraestructura requerida, como edificaciones, atracciones y servicios esenciales, y la planificación de los aspectos técnicos, como la seguridad y la sostenibilidad.

## **ESTUDIO MEDIOAMBIENTAL**

Para garantizar la sostenibilidad y la responsabilidad medioambiental, se llevó a cabo un estudio exhaustivo de la zona donde se construirá el parque temático. Esto incluyó la evaluación de posibles impactos ambientales y la identificación de medidas para mitigar cualquier efecto negativo en el entorno.

## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

La estructura y los procesos organizacionales se constituyen como un enfoque clave en la metodología. Por tanto, se definió la organización requerida para gestionar eficazmente el parque temático, estableciendo responsabilidades claras y flujos de trabajo. Esto garantiza que todas las operaciones funcionen sin problemas y se alineen con los objetivos del proyecto.

## **ESTUDIO LEGAL**

Un componente crucial del estudio incluyó la investigación de los aspectos legales relacionados con el desarrollo del parque temático en Arjona. Esto abarcó licencias, regulaciones y cualquier requisito legal necesario para la construcción y operación del parque.

## ESTUDIO FINANCIERO Y DE RIESGOS

Se realizó un análisis financiero y de riesgos. Esto implicó evaluar la viabilidad económica del proyecto, considerando los costos de inversión, los flujos de ingresos esperados y la proyección de beneficios a lo largo del tiempo. También se identificaron y gestionaron los riesgos con probabilidad de materializarse durante el desarrollo del proyecto

### Síntesis de objetivos, herramientas y obtención de datos

Tabla 1. Tabla de metodología de la investigación

Objetivos	Objetivos específicos	Técnica de recolección	Descripción
Análisis sectorial	Político	-Fuentes abiertas: investigación documental para la recopilación de información relevante de diversas fuentes (libros, tesis, revistas y periódicos, etc.).	Página oficial: Alcaldía de Arjona, Concejo Municipal de Arjona, Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
	Económico		Entorno macroeconómico de Colombia con énfasis en política fiscal, PIB, inflación, balanza comercial.
	Social		Impactos positivos y negativos de los proyectos de parques temáticos en Colombia a nivel social.
	Medioambiental		Medidas medioambientales a escala global, local y regional en la implementación de una zona de ecoparque o zonas de protección para el turismo.

	<b>Legal</b>		Revisión de normatividad creada para regir las iniciativas de los parques temáticos ecológicos.
<b>Estudio de mercado</b>	<b>Demanda, precio, oferta y canales de distribución</b>	<p>-Encuesta (ver Formato 1). Se empleó un método de muestreo aleatorio simple para obtener una muestra representativa en la encuesta sobre el parque temático de Arjona, asegurando imparcialidad y aleatoriedad en la selección. Esto fortaleció la robustez metodológica para obtener conclusiones significativas sobre el parque.</p> <p>N= población en estudio.</p> $N = 0.5 * \frac{(1 - 0.5)}{\frac{0.1^2}{1.96^2} + \frac{0.5(1-0.5)}{3\,700\,000}}$ <p>N = 96 ENCUESTA</p>	<p>Describir viabilidad turística en el país. Proyectar los ingresos del proyecto con la venta y servicios que ofrecería el parque. Investigar sobre las posibles formas de vender diferentes tipos de productos y servicios dentro del parque. Identificar las principales empresas generadoras de ingresos por eventos o atracciones (parques) al año.</p>
<b>Estudio técnico</b>	<b>Localización</b>	<p>-Fuentes abiertas: Investigación documental para la recopilación de información relevante de diversas fuentes (libros, tesis, revistas y periódicos, etc.).</p>	Definir la ubicación del proyecto, específicamente el municipio de Arjona, Definir el terreno y las condiciones donde se desarrollará los pro y contras técnicos para el montaje del proyecto.
	<b>Tamaño</b>		Tamaño en cuanto de extensión de territorio y capacidad para la oferta de servicios que tendrá el parque.
	<b>Recurso humano</b>		Cuantificar el personal que se requiere para que opere el parque y

			determinar respectivas funciones junto a los costos de la mano de obra.
	<b>Recursos técnicos</b>		Lo que se requiere para construir, operar y mantener el parque temático.
	<b>Recursos económicos</b>		Evaluar el costo de las obras de infraestructura, la operación junto al mantenimiento del parque temático.
<b>Estudio medioambiental</b>	<b>Compromisos</b>	-Fuentes abiertas: investigación documental para la recopilación de información relevante de diversas fuentes (libros, tesis, revistas y periódicos, etc.).	Investigar los acuerdos internacionales y su impacto medio ambiental en los que Colombia participa identificando los lineamientos ambientales.
	<b>Internacionales y legislación medioambiental vigente</b>		Investigar y determinar la normatividad vigente a nivel medioambiental que aplicará en las diferentes etapas del desarrollo del proyecto.
<b>Estudio legal y administrativo</b>	<b>Legislación vigente</b>	-Fuentes abiertas: investigación documental para la recopilación de información relevante de diversas fuentes (libros, tesis, revistas y periódicos, etc.).	Investigar y determinar la normatividad vigente para el desarrollo del proyecto.
	<b>Acciones y normatividad administrativa</b>		Generar procesos administrativos que incurren en la constitución de la sociedad, los impuestos que debe pagar la sociedad, inscripciones en las diferentes entidades oficiales y obligaciones contractuales en la alcaldía del municipio.

<p><b>Estudio financiero</b></p>	<p><b>Evaluación financiera del proyecto para su viabilidad</b></p>	<p>-Fuentes abiertas: investigación documental para la recopilación de información relevante de diversas fuentes (libros, tesis, revistas y periódicos, etc.).</p>	<p>Generar la construcción flujo de caja del inversionista y calcular los siguientes indicadores: Costo Promedio Ponderado del capital (WACC), el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno Modificada (TIRM), el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI), la Inversión Recuperada y Valor Agregado (IRVA) y el análisis de sensibilidad.</p>
<p><b>Estudio de riesgos</b></p>	<p><b>Determinar y evaluar riesgos</b></p>	<p>-Fuentes abiertas: investigación documental para la recopilación de información relevante de diversas fuentes (libros, tesis, revistas y periódicos, etc.).</p>	<p>Identificar los riesgos asociados a la ejecución del proyecto mediante un análisis cualitativo, cuantitativo, y desarrollar estrategias que mitiguen la materialización de los riesgos.</p>

Fuente: elaboración propia.

---

---

---

## Formato 1. Encuesta sobre el parque temático de Arjona

### Encuesta sobre el parque temático de Arjona

#### **Aviso de consentimiento**

Según las normativas colombianas en investigación y protección de datos personales, al participar en esta encuesta, usted da su consentimiento informado de manera voluntaria. Entiende y acepta que los datos recopilados se utilizarán exclusivamente con fines de investigación, se mantendrán confidenciales y su identidad no se divulgará. Además, comprende que puede retirarse en cualquier momento sin consecuencias. Sus datos personales se tratarán según la Política de Tratamiento y Protección de Datos, y cualquier pregunta puede dirigirse al equipo de investigación con la información proporcionada.

Su información es extremadamente confidencial, la siguiente información es solo para fines de investigación internos, toda la información no se compartirá externamente, Su colaboración es esencial y valiosa para esta investigación.

¿Usted acepta brindar su información? \*

- Sí, acepto
- No acepto

¿Cuál es su género?

- Mujer
- Hombre
- Prefiero no decir

¿Cuántos años tiene?

- <18
- 18 - 25
- 26 - 35
- 36 - 45
- 46 - 55
- > 55

¿Cuál es su procedencia de viaje?

- Nacional
- Internacional

¿En dónde vive?

- Bogotá
- Medellín
- Cali
- Barranquilla
- Cartagena
- Otra

¿Qué estrato socioeconómico aparece en la cuenta de servicios públicos de su casa?

- Estrato 6
- Estrato 5
- Estrato 4
- Estrato 3
- Estrato 2 o 1
- No aplica

¿Qué ingresos mensuales tiene el grupo familiar?

- Hasta COP 1.000 000
- De COP 1.000 000 a 2.500 000
- De COP 2.500 000 a 5.000 000
- De COP 5.000 000 a 10.000 000
- De COP 10.000 000 o más

¿Cuál sería su principal fuente de financiamiento para sus viajes?

- Ingresos regulares
- Ahorros
- Crédito
- Otras

¿Tiene Usted Hijos?

- Sí
- No

La respuesta afirmativa indica el número de hijos que tiene.

RTA:

¿Con qué frecuencia usted viaja?

- Nunca
- 1 vez cada 10 años
- 1 vez cada 5 años
- 1 vez al año
- 1 vez cada 3 años
- 1 vez cada 6 meses
- 1 vez cada 3 meses
- 1 vez cada mes
- Otras

¿En qué momento del año prefiere viajar?

- Vacaciones de mitad de año
- Un fin de semana con día festivo
- Vacaciones de fin de año
- En semana (días hábiles)
- Un fin de semana
- Semana Santa
- Semana de receso escolar

¿En sus vacaciones qué lugares frecuenta? Marque todas las opciones que correspondan.

- Ciudades cercanas a su lugar de residencia
- Atracciones en su ciudad de residencia
- Playa
- Parque de diversiones
- Museos

¿Le gustaría que se construyera un parque temático en Arjona?

- Sí
- No

Teniendo como punto de partida la ciudad de Cartagena, ¿estaría dispuesto a movilizarse 1 hora al parque temático?

- Sí
- No

¿Con quién prefiere asistir a un parque temático?

- Familia
- Amigos
- Pareja
- Solo

¿Le gustaría llevar a sus mascotas cuando visite un parque temático ecológico?

- Sí
- No

En los último 5 años, ¿ha visitado alguno de los siguientes parques de diversiones en Colombia? ¿Cuál?

- Sí
- No

En los último 5 años, ¿ha visitado alguno de los siguientes parques de diversiones en Colombia? ¿Cuál?

- Salitre Mágico
- Parque Nacional del Café
- Hacienda Nápoles
- Parque de Atracciones Jaime Duque
- Parque Nacional Natural Tayrona.
- Piscilago
- Lago sol

¿Cuál de las siguientes atracciones le interesaría encontrar en un parque de diversiones? Elegir las 2 más relevantes\*

- Aventura
- Mecánicas
- Acuáticas

- Juego de destrezas
- Espectáculo en vivo
- Otras

¿Cuál valor considera usted que el valor de la entrada es MUY ECONOMICA que le generaría dudas respecto a su calidad? \*

¿Cuál valor considera usted que el valor de la entrada es CARA que no valdría la pena comprarla?\*

¿Cuál valor considera usted que el valor de la entrada es JUSTA que pagaría por la entrada?\*

¿Cuál de estos tipos de descuentos o planes usted adquiriría?\*

- Ingreso a todas las atracciones con transporte incluido
- Ingreso con acceso preferencial a las atracciones
- Ingreso, transporte y acceso preferencial al parque
- Pase de ingreso para varios días
- Ingreso con descuentos en productos y servicios dentro de parque
- Descuento al ingreso por categoría de estudiante
- Descuento al ingreso por miembro de la tercera edad
- Descuento al ingreso por convenio empresarial

¿Cómo prefiere informarse sobre la disponibilidad, precios y detalles del parque temático (sitio web, redes sociales, agencias de viaje, otros)?

- Comerciales de televisión
- Redes sociales
- Agencia de viajes
- Otras

¿Qué importancia les brinda a los siguientes factores en el momento de escoger un parque de diversiones o temático?

	1	2	3	4	5
Marca y reputación					
Relación calidad-precio					

	Experiencia anterior con en el parque						
	Recomendación de otros usuarios						
	Publicidad y ventas						
	Servicio al cliente						

¿Qué tipo de alojamiento preferiría si decide quedarse cerca del parque (hotel, cabaña, camping, otro)?

- Apartamento y/o Condominio
- Cabaña
- Camping
- Glamping
- Suits
- Otras

¿Le interesaría una experiencia temática que combine elementos de la ecología, ciencia o cultura?

- Sí
- No
- Otra

¿Qué tipo de atracciones o actividades le gustaría encontrar en un parque temático en Arjona?

- Zoológico
- Piscina
- Caminatas
- Otras

¿Qué actividades relacionadas con la ecología le interesaría ver en el parque?

- Caminata ecológica
- Observación de aves
- Identificación arbórea
- Otras

¿Hay comodidades recreativas o culturales adicionales que sienta necesarias en el Parque Temático de Arjona? (Por favor, seleccione todas las que le apliquen).

- Canchas deportivas
- Fitness Zone
- Sendero para Caminar/Correr
- Parque para niños
- Área de picnic

Clasifique los siguientes factores, que pueden hacer que nos elija frente a otros competidores.

- Mejor reputación de marca
- Mejores ofertas de precio de entrada
- Atención al cliente
- Atracciones y/o juegos dentro del parque

Nos gustaría tener tu opinión frente al proyecto. Si tiene sugerencias o comentarios que nos puedan ayudar a mejorar la experiencia indicarnos en el texto.

Fuente: elaboración propia.

---

---

## **DESARROLLO DEL PROYECTO**

El estudio de viabilidad detalla exhaustivamente los componentes esenciales para su implementación. El parque temático busca fusionar la educación y el entretenimiento en un entorno estratégicamente ubicado en Arjona. Inspirado por los análisis de mercado y estratégicos, el parque tiene como objetivo ofrecer una experiencia única a sus visitantes, aprovechando las características demográficas, económicas, sociales y tecnológicas de la región.

Con un enfoque detallado en la preferencia del consumidor y las tendencias actuales, el parque pretende establecer un perfil claro de sus visitantes potenciales. Además, se planifica un despliegue técnico y logístico meticuloso para garantizar el funcionamiento eficiente y seguro del proyecto. En términos legales y organizacionales, se establecen las bases sólidas para su operación, cumpliendo con las normativas legales y definiendo una estructura organizativa eficaz.

El proyecto no solo se basa en la viabilidad económica, con análisis financiero a largo plazo, sino que también incorpora una visión estratégica que destaca su capacidad de adaptación a escenarios diversos. En este contexto, el parque temático en Arjona se presenta como una empresa integral y prometedora que aspira a ser un referente en entretenimiento y diversión en la región.

## **ENTORNO Y ANÁLISIS SECTORIAL**

Se implementó la metodología ONUDI y para llevar a cabo una evaluación de las condiciones ambientales y del sector, empleamos la metodología PESTEL. Esta herramienta desglosa el entorno en aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales, la cual permite establecer un contexto holístico que enmarca el desarrollo del proyecto y, al mismo tiempo, brinda una evaluación inicial para determinar la viabilidad de los diferentes factores relevantes.

## Político

En 2020, la economía de Colombia enfrentó un desafío sin precedentes debido a la pandemia que paralizó la economía a nivel mundial. Sin embargo, el año 2021 marcó un punto de inflexión importante, ya que el país experimentó un auge económico en el sector turístico, gracias a la disminución de medidas de restricción sanitarias que, sumado al largo tiempo del confinamiento, produjo que las personas aumentaran su gasto en viajes domésticos e internacionales.

Es relevante destacar que, en el 2022, por primera vez en la historia del país, un presidente de izquierda, Gustavo Petro, asumió el cargo. En este contexto, el nuevo presidente heredó una economía que se encontraba en una posición dinámica a nivel mundial. No obstante, se presentan desafíos significativos, como la inflación, las crisis derivadas de conflictos armados previos y una incertidumbre generalizada debido a la elección de un líder con una agenda política diferente.

Al respecto, el sector turístico está en alerta por las propuestas de reformas estructurales presentadas. Estas propuestas generan una gran expectativa e incertidumbre en el sector, ya que podrían tener un impacto directo en la industria del turismo, pero es importante resaltar la propuesta del Gobierno electo de impulsar y desarrollar las economías regionales, con un enfoque en sectores como el turismo.

El objetivo es hacer que el país sea más competitivo en el ámbito del turismo sostenible. Para lograrlo, el Gobierno tiene la intención de promover políticas y fomentar la explotación turística de áreas que antes estuvieron afectadas por conflictos armados, atrayendo tanto a turistas nacionales como internacionales para que disfruten de la belleza del país y, al mismo tiempo, impulsen la economía regional.

Este enfoque en el turismo sostenible y el desarrollo de economías regionales ofrece una visión prometedora para el sector turístico en Colombia. A pesar de los desafíos y la incertidumbre, el país se embarca en un camino hacia un turismo más responsable y

sostenible, lo cual podría brindar oportunidades significativas tanto para la industria como para el desarrollo económico en todo el país.

## Económico

En el contexto actual, es fundamental considerar las condiciones económicas y financieras que afectan a nuestro sector. En septiembre de 2023, Colombia experimentó una inflación anual del 10,48%, debido a las presiones económicas en medio de la recuperación del país. Se espera que el Banco de la República tome medidas para controlar esta inflación, incluida la posible subida de la tasa de intervención, que actualmente se sitúa en un 4,25%.

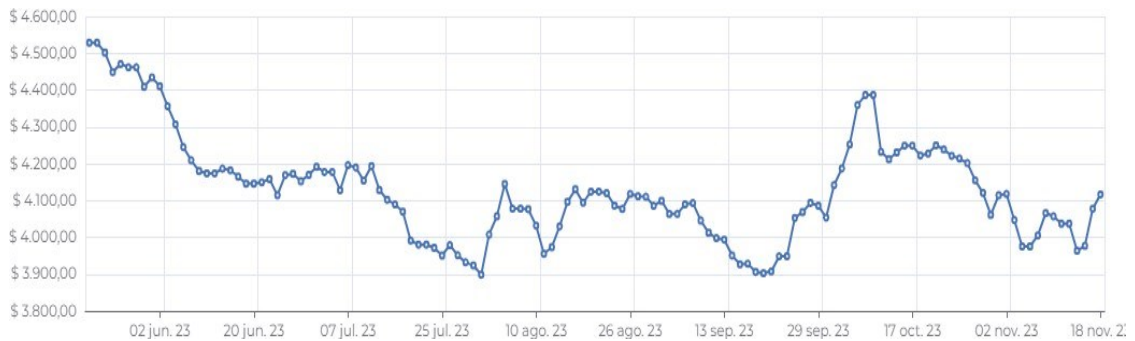
**Tabla 2. Índices del precio del consumidor**

IPC	Octubre					
	Variación Mensual		Variación Año corrido		Variación Anual	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
IPC total	0,72	<b>0,25</b>	10,86	<b>8,27</b>	12,22	<b>10,48</b>

Fuente: DANE (2023).

Además, es importante destacar que la tasa de cambio (TRM [Tasa Representativa del Mercado]) en Colombia se encuentra en niveles altos según los analistas, con una TRM de COP 3979 a fines de septiembre de 2023. Algunos expertos sugieren que una TRM "saludable" para el país debería situarse en alrededor de COP 3600. La incertidumbre prevalece por diversos factores, como las valorizaciones previstas del peso colombiano, y también por las preocupaciones asociadas a los conflictos bélicos y posibles cortes en suministros de materias primas provenientes de los lugares en conflicto.

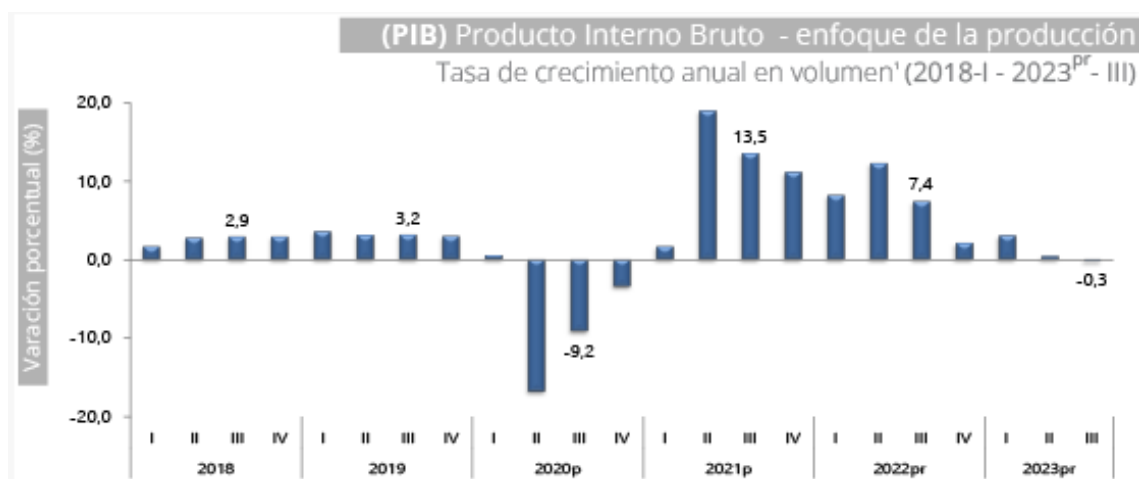
**Figura 1. TRM desde mayo 2023 hasta noviembre del 2023**



Fuente: La República (2023).

En cuanto al empleo en Colombia, en septiembre de 2023, el desempleo fue de un 9,6%, una mejora con respecto al mismo mes en 2022, cuando la tasa era del 10,7 %. En términos de crecimiento económico, el PIB creció un 3,1% en el primer trimestre de 2023, según el DANE. En el primer semestre del año, la economía experimentó un decrecimiento del 5,1% respecto al mismo período del año anterior, llegando a -0,3% en el tercer trimestre de 2023.

**Figura 2. PIB (2023)**



Fuente: DANE (2024).

Teniendo en cuenta el más reciente documento expedido por el Departamento Nacional de Planeación (Conpes 3640), que tiene los datos y estadísticas de las actividades turísticas del país, podemos cotejar esa información con el plan de desarrollo territorial 2020-2023, cuya fuente de información nos indica que el turismo en Arjona genera el 10,94% de empleo formal y aporta un 3,61% al PIB del departamento, y que recibe 369.771 extranjeros al año. A pesar de estos datos, el departamento indica que han bajado del segundo al quinto puesto a nivel nacional en cuanto a competitividad turística.

**Figura 3. Puntaje departamental general de Colombia en turismo**



Fuente: Alcaldía Municipal de Arjona (s.f.).

Una parte esencial en este proyecto radica en que Cartagena presenta un amplio mercado, pues es una de las ciudades preferidas por turistas extranjeros y nacionales. Según Cartagena Cómo Vamos (2023), desde el 2021 se ha venido dando la reactivación económica tras la pandemia generada por la COVID-19 y en la Semana Santa de 2022 el turismo se avivó en la ciudad por completo, con los beneficios económicos que esto conlleva.

Dichos indicadores económicos y financieros son esenciales para tener en cuenta al planificar un proyecto turístico en la región de Bolívar, ya que impactan en la demanda y

la viabilidad financiera de nuestra propuesta. Por eso, es crucial monitorear de cerca tendencias y ajustar la estrategia a medida que avance el proyecto.

## **Social**

Un contexto marcado por conflictos y tensiones internacionales, la pérdida generalizada de poder adquisitivo, el ámbito social se enfrenta a desafíos que repercuten en la industria del turismo a nivel general en el mundo. Estos pueden tener un impacto tanto en el potencial como en la viabilidad de un proyecto turístico en el país.

La situación política actual, caracterizada por conflictos internacionales, puede generar incertidumbre en el sector turístico. Los viajeros evalúan la estabilidad y seguridad de un destino antes de tomar decisiones de viaje. Por lo tanto, es fundamental tener en cuenta estas preocupaciones y garantizar que el entorno sea seguro y propicio para el turismo.

La pérdida de poder adquisitivo de la población también es importante. Los altos índices de inflación y la depreciación de la moneda pueden afectar directamente la capacidad de las personas para gastar en viajes y actividades turísticas. Esto podría limitar el número de turistas nacionales que pueden permitirse unas vacaciones y, por otra parte, es una oportunidad en la afluencia de visitantes extranjeros.

A pesar de estos desafíos, el turismo en Colombia sigue siendo una industria con un potencial, ya que el país cuenta con una rica diversidad cultural, paisajes naturales impresionantes y un patrimonio histórico valioso. Además, las propuestas del Gobierno para impulsar el turismo sostenible y desarrollar economías regionales son un paso en la dirección correcta.

## **Tecnológico**

Se contempla una integración avanzada de tecnología para brindar la mejor experiencia al visitante y optimizar la operatividad del parque. Por eso, se implementarán sistemas

informáticos avanzados para la gestión eficiente de tareas, desde la administración hasta la atención al cliente. Esto incluirá el uso de computadoras y sistemas de boleterías automatizadas para agilizar el proceso de entrada y mejorar la interacción con los visitantes.

La selección de equipos también se guiará por estándares tecnológicos actuales, con un enfoque en la seguridad y la eficiencia energética. La elección de proveedores deberá garantizar cumplimiento de estándares de calidad y seguridad que exige el mercado, al mismo tiempo que representen un costo razonable.

En la infraestructura y diseño se adoptarán alternativas tecnológicas eficaces de energía para reducir los costos operativos y demostrar un compromiso con la sostenibilidad ambiental. Se utilizarán materiales de construcción y tecnologías que minimicen las emisiones tóxicas y fomenten la eficiencia energética.

En efecto, resulta esencial implementar nuevas tecnológicas e innovar en la forma de entretenimiento para brindar una experiencia única aprovechando al máximo los recursos a su disposición. Un referente mundial de innovación y tecnología en parques temáticos es Disney, pináculo de los parques temáticos, que desde su apertura en los años 50 ha demostrado ser irreductible y en gran medida ha venido acompañado del desarrollo e innovación en sus atracciones y mejoras de sus atracciones temáticas (Las siete maravillas tecnológicas de los parques temáticos, s.f.).

Arjona pretende fortalecer la implementación de iniciativas relacionadas con la ciencia y la tecnología a nivel municipal para fomentar la creación de modelos productivos que proporcionen valor agregado a los futuros productos y servicios, generando las condiciones propicias para desarrollar proyectos y emprendimientos en el ámbito de la economía naranja. Como meta de resultado, se pretende incrementar al 8% el índice de penetración de banda ancha en el municipio (Torres, 2021).

Además, en consonancia con el enfoque inclusivo del parque, se integrarán soluciones tecnológicas para facilitar el acceso y disfrute de las instalaciones por parte de personas con discapacidades. Esto incluirá la incorporación de tecnologías en el diseño que promuevan una experiencia inclusiva y educativa para todos los visitantes, lo cual potenciará el parque y lo posicionará como un referente en innovación y sostenibilidad.

## **Ambiental**

En Colombia, los parques naturales como parques nacionales y parques temáticos son ejemplo de adaptación y de aprovechamiento de los recursos disponibles. Cada uno tiene un tipo de entretenimiento o atractivo particular, puesto que, a diferencia de otros países, este posee una gran riqueza hídrica y de pisos térmicos, que le permiten tener todos los tipos de climas.

Arjona está en una región con una gran diversidad de fauna y flora, atravesada por el río Magdalena, arroyos y diversas cuencas hídricas. Forma parte de la ecorregión del Canal del Dique, según la delimitación de la Corporación Autónoma Regional del Canal del Dique (Cardique).

Esta ecorregión se caracteriza por un extenso complejo de ciénagas que abarcan 25.000 hectáreas y actúan como reguladores del flujo del canal, transformándose en zonas inundables durante las crecidas. Estas áreas albergan vegetación de pantano y humedales. La riqueza hídrica influye significativamente en los tipos de suelos presentes en la zona, siendo predominantemente suelos de llanura inundable, propicios para una vegetación acuática diversa y, por ende, una gran biodiversidad (Torres, 2021).

Arjona aún es una zona sin explotar turísticamente, con una grandiosa riqueza en sus ciénagas y pantanos. La mayoría de parques ecológicos del país correlacionan la riqueza natural de la región en la que se encuentran, además de los elementos que componen a esa región (flora y fauna), para desarrollar sus actividades principales y que son su mayor atractivo turístico de cara a sus visitantes. Al respecto, Arjona posee un gran potencial

en cuanto a actividades medioambientales se refiere como caminatas o salidas ecológicas, en la zona circundante al parque temático.

En consecuencia, el parque se sometió a un estudio de impacto ambiental para establecer medidas de control que minimicen cualquier efecto negativo en el entorno. La promoción activa de alternativas de energía sostenible, la concientización sobre prácticas medioambientales y el uso de materiales biodegradables en empaques se destacarán como componentes esenciales de la estrategia ambiental del parque.

## Legal

En el contexto legal, es imperativo considerar que, durante el estudio de prefactibilidad, se garantice la idoneidad del terreno, cumpliendo con las normativas correspondientes tanto para su uso como para la construcción y desarrollo del parque temático en Arjona.

La siguiente tabla muestra la normativa general y con mayor relevancia asociada en el desarrollo del proyecto.

---

---

**Tabla 3. Correlación normativa del parque temático de Arjona**

Normatividad	Descripción
Código de ética mundial	Define un conjunto de principios cuyo propósito es asegurar un turismo responsable y sostenible, orientado a reducir al mínimo cualquier impacto adverso que pueda afectar tanto a los individuos como a las sociedades.  Entre sus disposiciones se aborda el turismo como un impulsor del desarrollo sostenible a nivel personal y colectivo, así como una actividad beneficiosa para los países. También se contempla el reconocimiento de los derechos de los trabajadores y empresarios, junto con las responsabilidades que recaen sobre los actores involucrados en el desarrollo turístico.

<p>Normas técnicas de calidad y de sostenibilidad</p>	<p>Se pretende unificar la entrega de servicios específicos, ajustando las normativas según el tipo de proveedor: hoteles, agencias de viajes, empresas de transporte y otros actores cuentan con disposiciones particulares, denominadas numerales, diseñadas para elevar la calidad de los servicios ofrecidos.</p> <p>En Colombia, estas pautas son conocidas como normas técnicas sectoriales y han sido emitidas con ese propósito.</p>
<p>Ley 300 de 1996</p>	<p>La Norma General de Turismo establece la necesidad de registrarse en el Registro Nacional de Turismo, un proceso que debe completarse antes del final del primer trimestre de cada año. Este registro está bajo la administración de las cámaras de comercio desde el año 2012.</p>
<p>Ley 1101 de 2006</p>	<p>En este contexto, se amplía el número de proveedores que están obligados a realizar la contribución fiscal. Esta medida implica que un mayor espectro de prestadores de servicios ahora se verá afectado por la obligación de realizar aportes fiscales.</p>
<p>Resolución 348 de 2007</p>	<p>A algunos municipios se les reconoce oficialmente como destinos turísticos, bien sea debido a su arquitectura colonial, que ha perdurado y se ha adaptado para el disfrute de los visitantes, o a sus notables recursos en flora y fauna, que propician el desarrollo de actividades naturales y de aventura. En el caso específico de Bolívar, Cartagena y municipios cercanos han sido distinguidos con esta designación.</p>
<p>Resolución 3840 de 2009</p>	<p>Expone el Código de Conducta adoptado por los proveedores de servicios turísticos, con el objetivo de prevenir la promoción del abuso infantil y la prostitución a través de actividades turísticas. Asegura que los establecimientos dedicados a dichas actividades prohíban estas conductas tanto en turistas como en residentes locales.</p>

Ley 1558 de 2012	Destaca la relevancia y los principios fundamentales de la actividad turística, incluyendo definiciones específicas del sector y haciendo referencia a los organismos encargados de supervisar y garantizar el cumplimiento de las normativas establecidas.
Decreto 2438 de 2010	Norma las operaciones particulares de las agencias de viajes.
Decreto 1293 de 2014	Supervisa las funciones particulares de los guías turísticos.
Decreto 1074 de 2015	Ratifica la configuración del sector liderado por el Ministerio, cuya principal meta consiste en elaborar, dirigir y coordinar las políticas relacionadas con el desarrollo económico del país.
Resolución 3160 del 5 de octubre de 2015	Normaliza la oferta de servicios turísticos mediante el Ministerio, que ha establecido los criterios paracertificar las normas técnicas sectoriales a través de una plataforma en línea.

Fuente: elaboración propia.

---



---

## **Actores sociales**

De acuerdo con el objeto de estudio, los principales actores sociales que intervienen en el desarrollo y establecimiento de nuestro proyecto son los siguientes: Fuscus de Colombia S.A.S., ecoturistas, colegios y universidades, Cardique y operadores turísticos (empresas promotoras de turismo, agentes independientes, guías turísticos y empresas de transporte).

En resumen, y clasificados por sector social, encontramos a los principales actores sociales que influyen en el objeto de estudio.

### **Sector privado**

Fuscus de Colombia S.A.S. es una empresa constituida como sociedad por acciones simplificada y se dedica a la cría de otros animales n.c.p (Fuscus de Colombia S. A. S., s.f.), es decir, a animales que no son de corral, como la crianza de gusanos de seda o de conejos de prueba de antibióticos. Esta empresa puede llegar a ser un gran aliado en el momento de obtener y explotar su potencial económico a los diferentes reptiles que se puedan tener en el parque (Mercosur, 2017).

Las personas contratadas para el establecimiento y desarrollo del ecoparque de reptiles serán en su gran mayoría fuerza de trabajo que vive en la zona urbana de Arjona y externamente habrá expertos que nos ayudarán a la construcción de este.

### ***Sector público***

El turista y el ecoturista es el actor al que se enfocará el parque ecoturístico reptil, siendo nuestro cliente objetivo por su interés ambiental y económico, sin embargo, los colegios y universidades públicas tendrán un convenio para brindar un espacio especializado a la investigación científica.

### ***Sector gubernamental***

Este será esencial para la ejecución del proyecto, puesto que de él se desprenden políticas que nos benefician directamente, además de que la veeduría y reconocimiento por parte de las autoridades estatales le darán al ecoparque un sello de reconocimiento que aumentará la confianza del público en general, lo cual lo haría más rentable. Ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) se hará la respectiva rendición de cuentas; Cardique dará los parámetros que regularán el uso de los recursos naturales locales, y tanto la Gobernación como el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y el Viceministerio de Turismo harán el papel de veedores y de reguladores legales sobre la actividad a desarrollar dentro y fuera del parque.

## **ESTUDIO DE MERCADO**

Este busca un enfoque en la evaluación de la factibilidad de establecer un parque temático de reptiles en Arjona, aprovechando la infraestructura existente. La atención se dirige hacia aspectos cruciales como la conceptualización del producto, la oferta y demanda local, las estrategias de fijación de precios, los canales de comercialización efectivos, las tácticas promocionales adaptadas y la consideración del mercado de materias primas asociadas.

Por tanto, se explorarán atracciones y servicios para asegurar la singularidad del parque, mientras se establecen tarifas competitivas para garantizar la accesibilidad a diversos segmentos de la población. La comercialización se centrará en identificar canales eficaces, y la promoción se diseñará estratégicamente utilizando medios locales y redes sociales. Este estudio integral proporcionará las bases esenciales para la planificación y ejecución exitosas del proyecto, considerando todos los aspectos clave para atraer y retener a los visitantes en este emocionante parque temático de reptiles.

Con la recolección de datos se deberá identificar las fallas más importantes e intentar aumentar la factibilidad del proyecto corrigiendo estas, además de tener una base sólida de muestreo a considerar al aplicar metodologías especializadas como la ONUDI.

### **Productos**

El proyecto bajo análisis se destaca como una organización dedicada a la recreación y la educación a través de la oferta de servicios centrados en el parque temático ubicado en Arjona. Más allá de vender entradas, esta empresa se posiciona como proveedor integral de entretenimiento, por eso, cada elemento se diseñará cuidadosamente para dar una experiencia única que combina entretenimiento y aprendizaje en un entorno excepcional.

### ***Subproductos del servicio:***

- Área de acceso principal: punto de entrada al mundo del parque temático, diseñado para dar la bienvenida a visitantes de todas las edades con un ambiente acogedor y emocionante.
- Facilidades de parqueo: ofreciendo comodidad desde el momento en que llegan los visitantes, con instalaciones de estacionamiento seguras y accesibles que facilitan la experiencia.
- Zona de descanso: espacios estratégicamente ubicados para que los visitantes puedan relajarse y disfrutar de momentos de tranquilidad, creando una experiencia equilibrada entre la emoción y la serenidad.
- Área gastronómica: oferta culinaria que complementa la jornada, proporcionando opciones que van desde *snacks* rápidos hasta comidas gourmet, asegurando que la experiencia sea también un festín para el paladar.
- Estación de conservación: un área educativa dedicada a la concienciación sobre la importancia de la conservación de la vida silvestre, brindando a los visitantes información valiosa sobre la preservación de la biodiversidad.
- Áreas acuáticas: espacios dedicados a la fascinante vida acuática, con exhibiciones y actividades interactivas que sumergen a los visitantes en un mundo marino lleno de asombro y aprendizaje.
- Áreas de hospedaje: para quienes deseen prolongar su experiencia, la empresa ofrecerá opciones de hospedaje, pudiendo sumergirse en la magia del parque temático.

### **Mercado potencial**

#### ***Determinación de la población objetivo***

El estudio de mercado se basó en datos proporcionados por CorpoTurismo (s.f.), la cual indica que en 2022 Cartagena recibió un total de 3.700.000 visitantes. Según esta información, aproximadamente el 81% de estos visitantes corresponden a turismo

nacional, mientras que el 19% restante se atribuye a turistas internacionales. Se tomó la cifra general de visitantes como la población objetivo para el estudio. Esta elección busca abarcar de manera representativa tanto al turismo nacional como internacional, permitiendo un análisis de las tendencias, preferencias y comportamientos del conjunto diverso de visitantes que ha experimentado la ciudad.

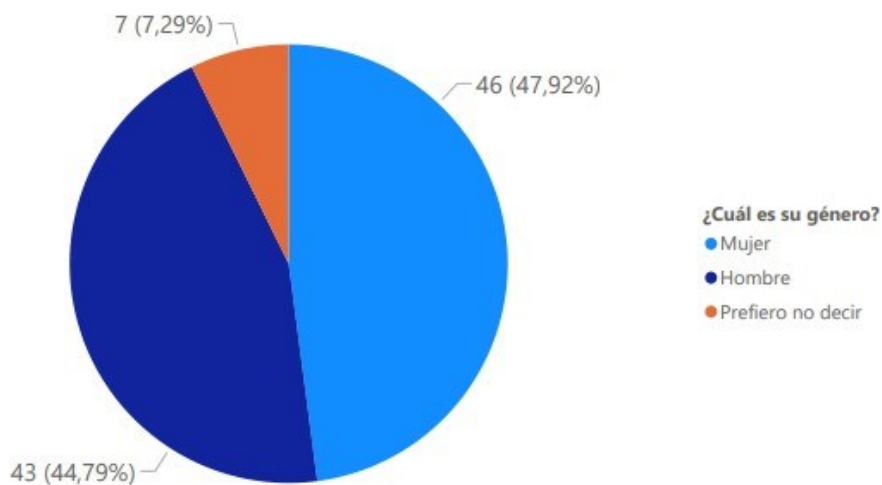
### ***Aplicación del instrumento de investigación***

A continuación, se detallan los resultados obtenidos de la encuesta realizada a turistas en Cartagena, de los cuales el 100% de la muestra (96) brindaron respuestas, lo que indica un alto nivel de participación.

---

---

**Figura 4. Distribución de género de los encuestados**



Fuente: elaboración propia.

---

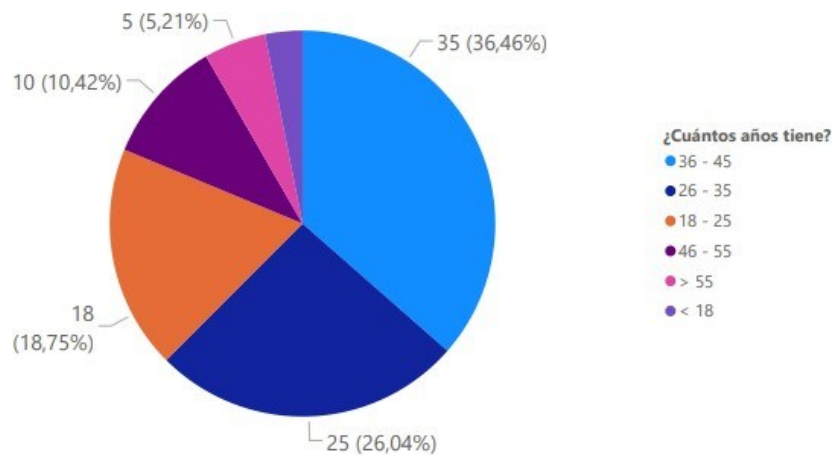
---

Por la similitud de los porcentajes vistos, se establece que es un destino turístico tomado de manera indiferente por los géneros. Con base en esto, se pueden aplicar muchos productos y estrategias que sean dirigidos indistintamente.

---

---

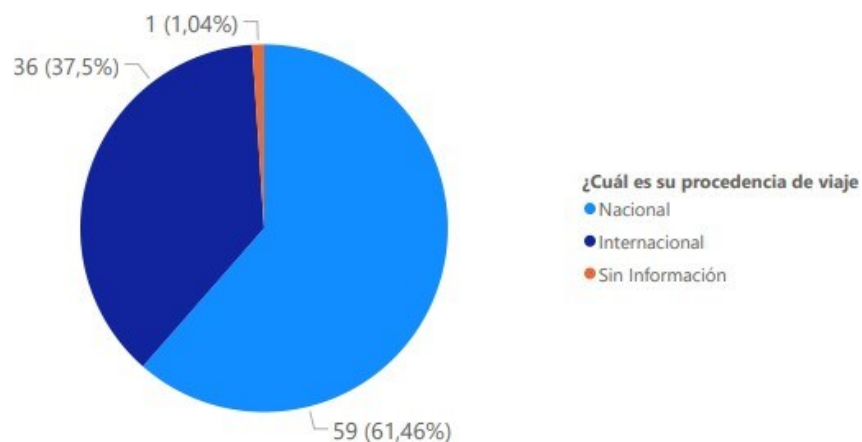
**Figura 5. Distribución de edad de los encuestados**



Fuente: elaboración propia.

Es de destacar que el 68% de los encuestados se encuentran dentro del rango de edad de 18 a 45 años. Dicha concentración sugiere un mercado potencial significativo dentro de estas generaciones, lo cual nos permite adaptar los productos a las preferencias específicas de este grupo demográfico clave y enfocar estratégicamente las iniciativas de *marketing*.

**Figura 6. Distribución de acuerdo con el lugar de procedencia los encuestados.**



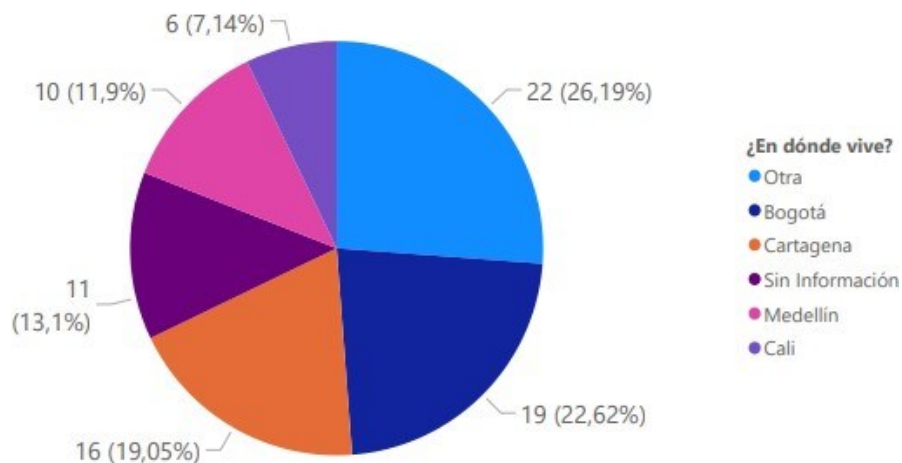
Fuente: elaboración propia.

La información recabada revela que el 59% de los encuestados son turistas nacionales. Es relevante señalar la limitación del idioma en la encuesta (solo en español), sin embargo, esta cifra proporciona una valiosa visión del potencial del turismo local, lo cual nos permite identificar oportunidades y desarrollar propuestas específicas para satisfacer las necesidades del nicho de mercado local y sus submercados, indicando una dirección estratégica para el desarrollo turístico.

---

---

**Figura 7. Distribución de acuerdo con el lugar de residencia permanente de los encuestados**



Fuente: elaboración propia.

---

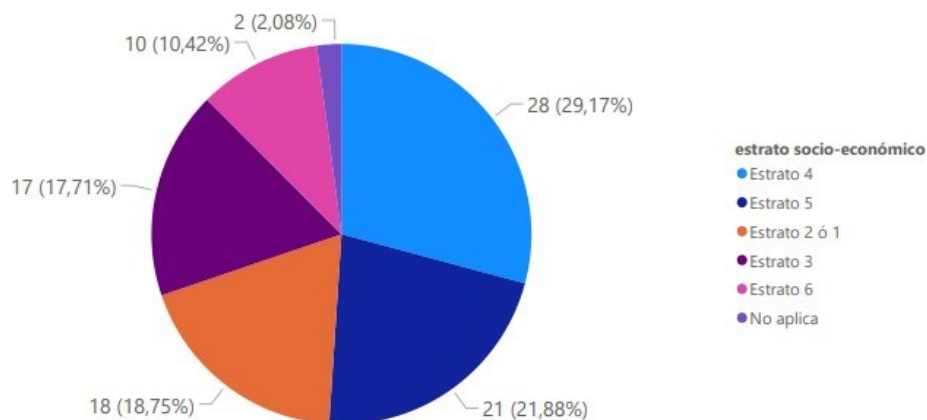
---

En el enfoque hacia el turismo local, se destaca que el 19% de los turistas provienen de la ciudad capital y 16% son turistas de Cartagena. Estas cifras refuerzan la noción del potencial del turismo local, respaldando la idea de que la ciudad es atractiva tanto para los residentes como para quienes la visitan.

---

---

**Figura 8. Distribución de acuerdo con el estrato socioeconómico de los encuestados**



Fuente: elaboración propia.

---

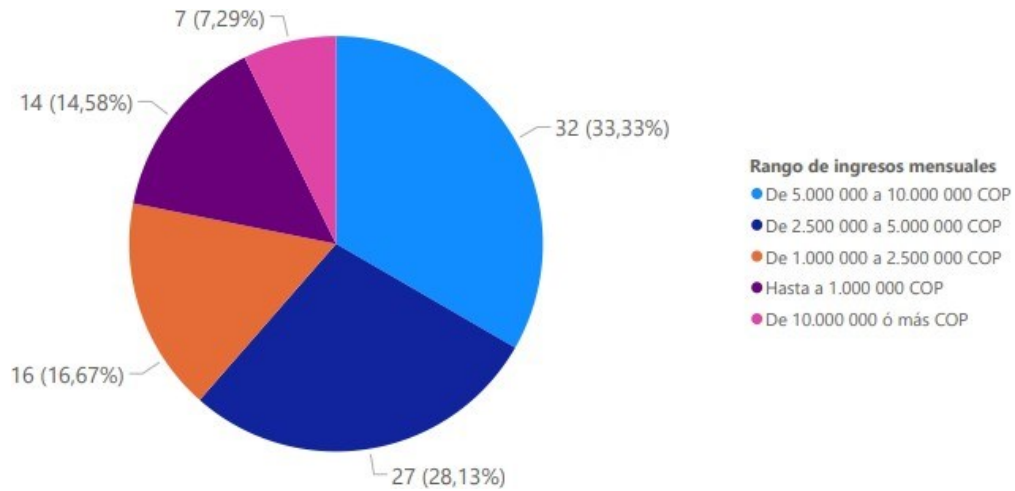
---

La observación detallada de los datos revela que hay predominancia de turistas pertenecientes a estratos socioeconómicos más elevados. Esto proporciona una valiosa perspectiva para analizar el poder adquisitivo y la calidad de vida de este grupo, lo cual nos permite ajustar estratégicamente la oferta de paquetes turísticos y precios para satisfacer las expectativas y preferencias de este segmento específico de la población.

---

---

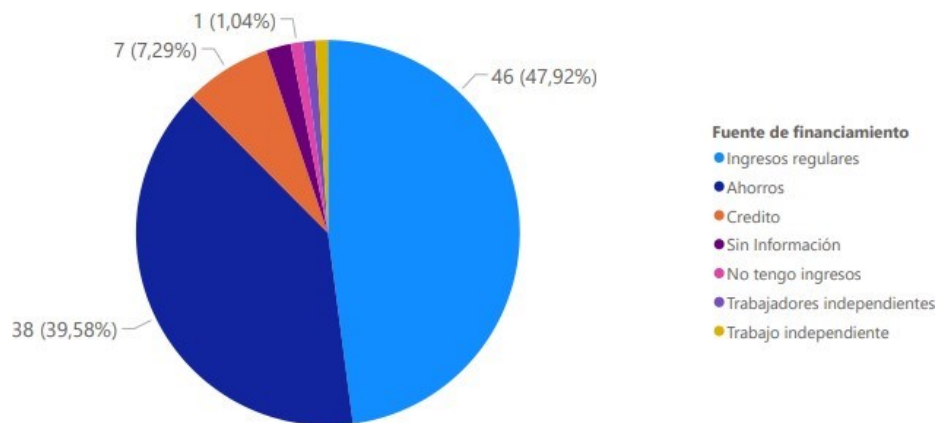
**Figura 9. Distribución de acuerdo con los ingresos mensuales del grupo familiar de los encuestados**



Fuente: elaboración propia.

Considerando la identificación de un nivel socioeconómico alto en el segmento de interés, se observa que el 59% de los encuestados declara ingresos familiares superiores a COP 2.500.000. Esta relación establece un claro indicador de poder adquisitivo elevado, lo que nos proporciona la capacidad de evaluar las posibilidades de ofrecer opciones acordes a los ingresos de nuestros potenciales clientes. Con esta detallada comprensión de la capacidad financiera del segmento objetivo, podemos adaptar estratégicamente nuestros productos y servicios para satisfacer las expectativas y preferencias de una audiencia con recursos económicos más sólidos.

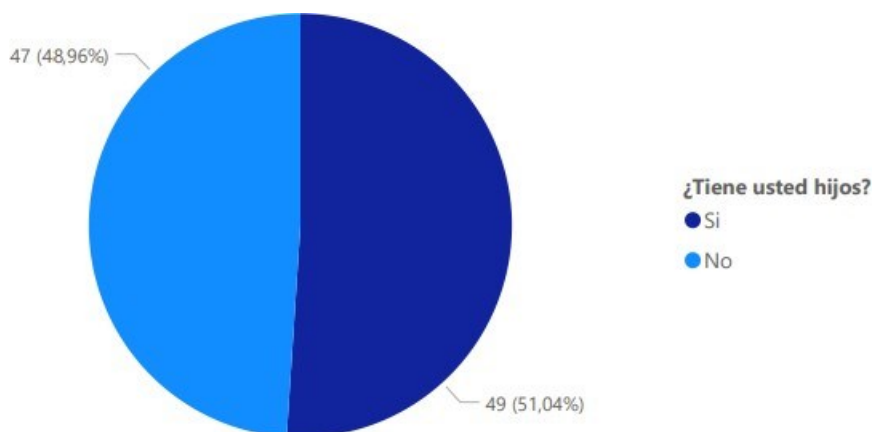
**Figura 10. Distribución de acuerdo con su fuente de financiamiento**



Fuente: elaboración propia.

Al buscar una mayor precisión en el perfil económico de la población objetivo, se investigó la fuente de financiamiento para sus viajes. Se destaca una tendencia hacia ingresos regulares, provenientes de rentas fijas o salarios. Esta conexión con los ingresos por hogar y el estatus socioeconómico cobra sentido al considerar el alto poder adquisitivo. Además, 38% financia sus viajes mediante ahorros, lo cual sugiere un comportamiento de poder adquisitivo elevado y una capacidad de gasto superior sin afectar las finanzas normales de los hogares, consolidando un panorama coherente del perfil económico y financiero de nuestra audiencia.

**Figura 11. Distribución de los encuestados de acuerdo con si tienen hijos o no**

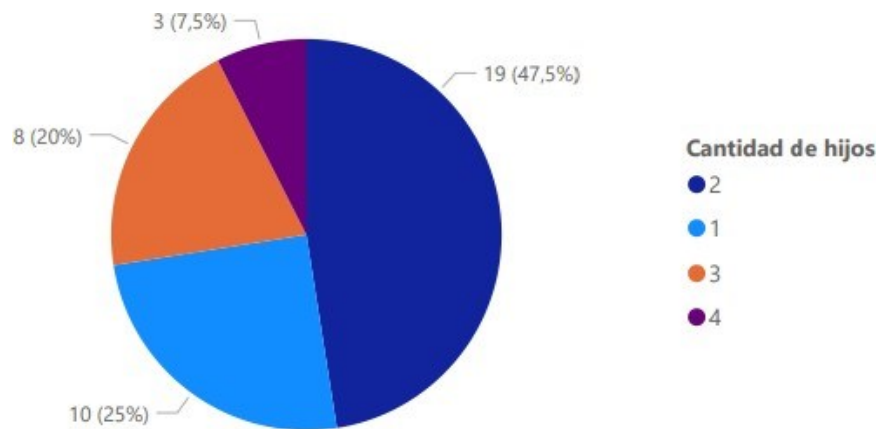


Fuente: elaboración propia.

---

Tras la recopilación de datos para identificar la composición de los núcleos o grupos de visitantes, se incluyó la pregunta sobre la presencia de hijos en el grupo. Los resultados sugieren que nuestro público objetivo abarca tanto a familias como a grupos sin restricciones específicas, como parejas o amigos, lo cual amplía las posibilidades de diferentes configuraciones de grupos de viaje. Esta diversidad en la composición de los visitantes nos brinda la oportunidad de adaptar nuestras ofertas y servicios para satisfacer las diversas necesidades y preferencias de este amplio espectro de viajeros.

**Figura 12. Distribución de los encuestados que si tienen hijos**



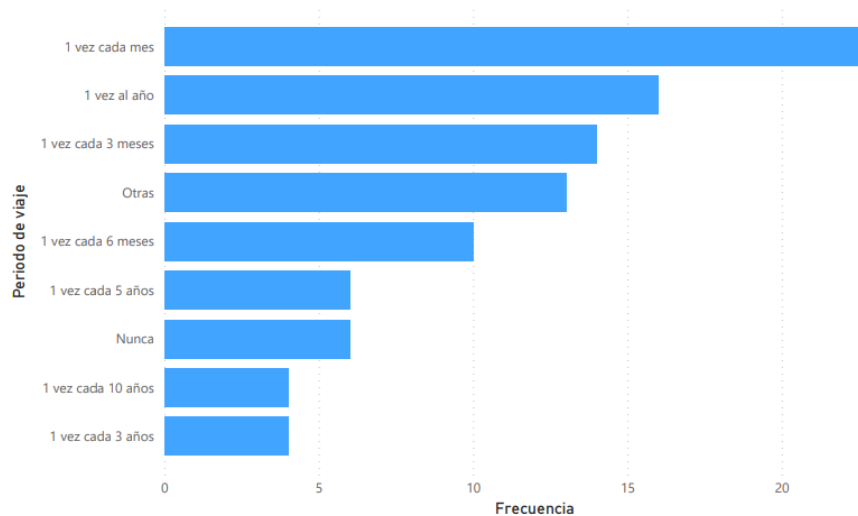
Fuente: elaboración propia.

---

Al analizar la estructura de los hogares de los encuestados, el 72 % de las familias están formadas por 2 o menos hijos. Este descubrimiento evidencia la predominancia de núcleos familiares reducidos, por eso, se plantea la conveniencia de ofrecer opciones de transporte privado para estas familias, así como de disponer de habitaciones familiares que se ajusten al tamaño más común de los hogares. Este conocimiento sienta una base para diseñar promociones y otras estrategias de atracción dirigidas a dicho segmento,

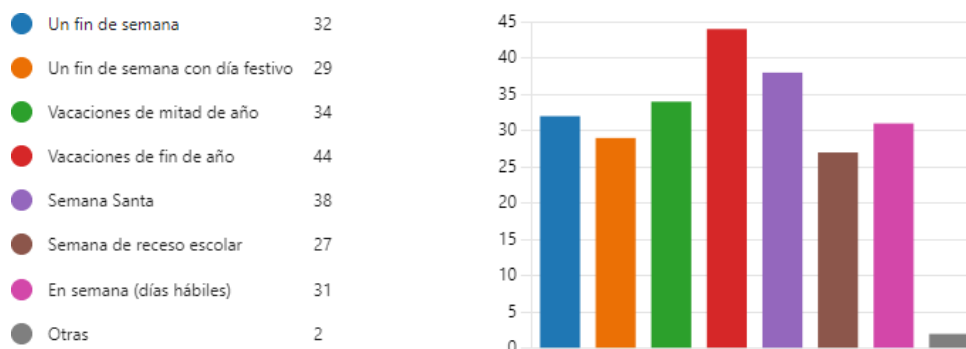
aprovechando la tendencia hacia familias pequeñas y adaptándonos a sus necesidades y preferencias particulares en la experiencia del parque.

**Figura 13. Distribución de acuerdo con la frecuencia de viaje de los encuestados**



Fuente: elaboración propia.

**Figura 14. Distribución por preferencia de momento de viaje**



Fuente: elaboración propia.

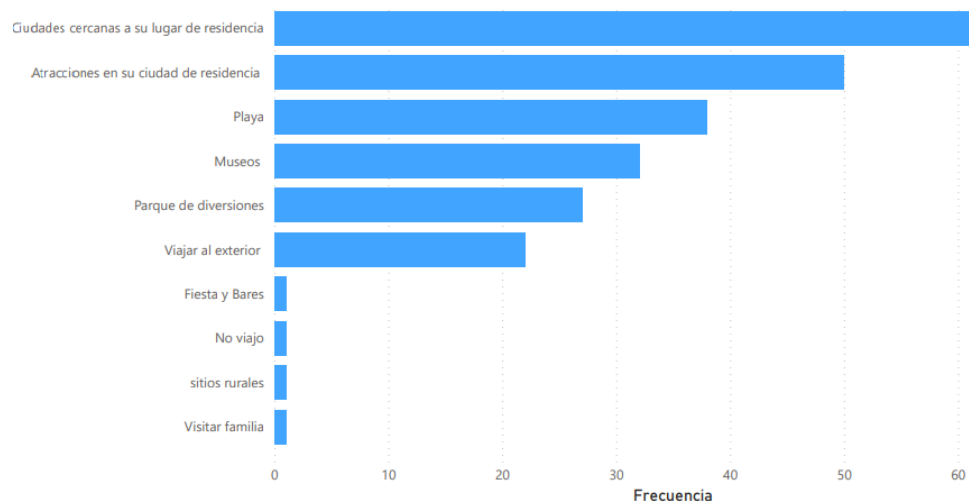
Al tratar de identificar la frecuencia y la época preferida por nuestro público objetivo, se observa que el 63% de los encuestados viajan con una frecuencia inferior a 6 meses.

Esta información, combinada con los datos sobre la temporada y enfocada en el turismo local, concluye que las familias tienden a desplazarse especialmente durante los fines de semana y las temporadas de vacaciones altas. Dicho patrón permite anticipar y adaptar estratégicamente nuestras ofertas y servicios para maximizar la satisfacción y el atractivo de la experiencia turística durante estos momentos de mayor demanda y actividad.

---

---

**Figura 15. Distribución a la pregunta de acuerdo con los destinos de viaje de los encuestados**



Fuente: elaboración propia.

---

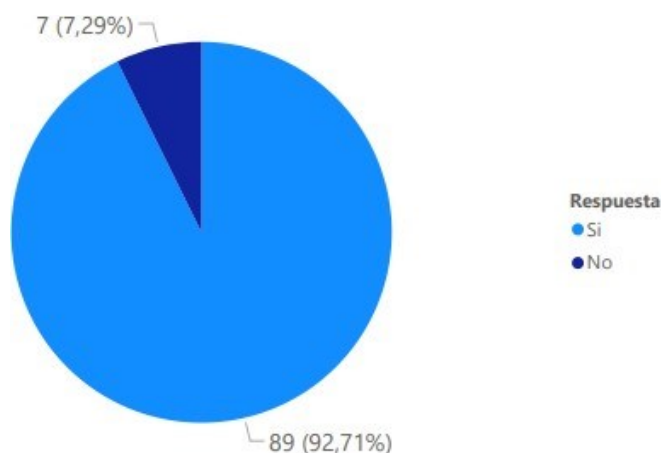
---

Tras analizar las preferencias expresadas por los participantes en la encuesta, la mayoría muestra interés en el turismo local, definido por la exploración de ciudades cercanas y la visita a atracciones en entornos urbanos. Este enfoque proporciona una visión perspicaz sobre la viabilidad de la propuesta, dado que la ubicación propuesta, a tan solo una hora de Cartagena, se revela como un factor crucial para despertar el interés tangible de los encuestados. La cercanía geográfica, en línea con las preferencias identificadas, fortalece la atracción del destino propuesto, validando su potencial según los patrones de comportamiento turístico identificados.

---

---

**Figura 16. Distribución a la pregunta ¿Le gustaría que se construyera un parque temático en Arjona, Bolívar?**



Fuente: elaboración propia.

---

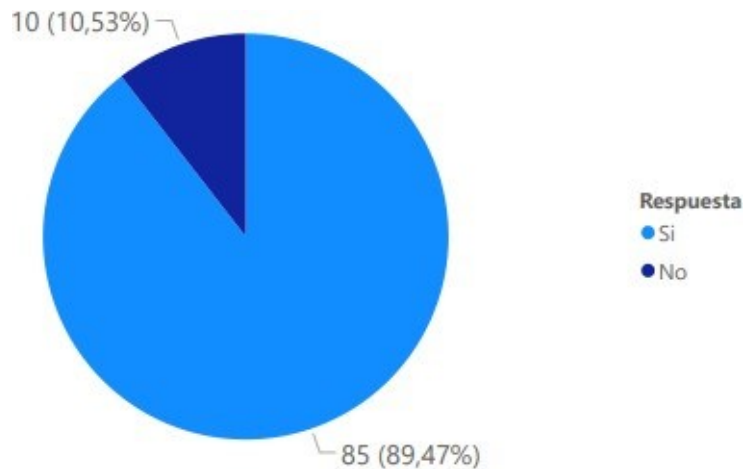
---

Al poner en consideración la propuesta del parque al público, proporcionando descripciones conceptuales acerca de la ubicación temática y las atracciones conceptuales planificadas, los resultados de la consulta revelan un respaldo significativo. Concretamente, el 92% de los encuestados expresaron su aprobación con la construcción del parque, lo cual demuestra la sintonía entre la concepción del parque y las expectativas de la audiencia.

---

---

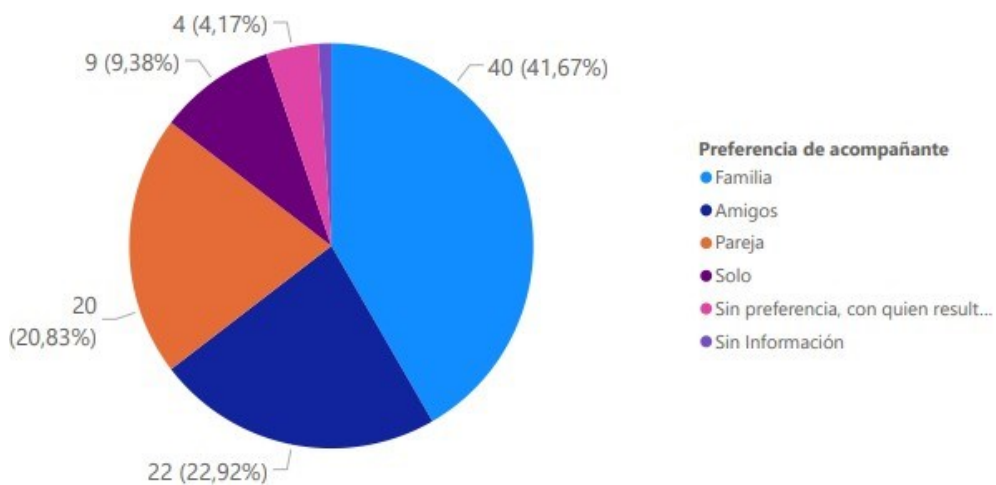
**Figura 17. Teniendo como punto de partida la ciudad de Cartagena, ¿estaría dispuesto a movilizarse 1 hora al parque temático?**



Fuente: elaboración propia.

Al consultar a los encuestados acerca de la disposición para desplazarse una hora desde la ciudad de Cartagena a Arjona al parque temático, el 89 % de los encuestados está dispuesto a realizar el trayecto. Este respaldo evidencia no solo la aceptación del concepto del parque, sino también la correcta determinación de su ubicación.

**Figura 18. Preferencia de visita al parque**



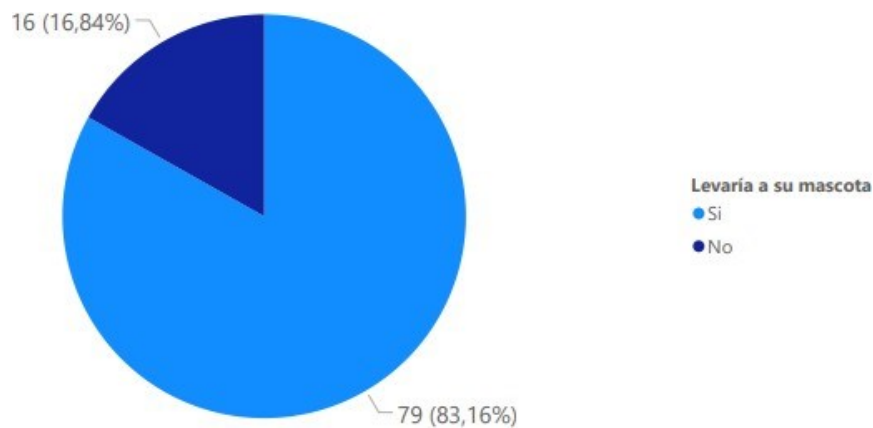
Fuente: elaboración propia.

Al profundizar en las preferencias de los grupos que configuran el segmento objetivo, se reafirma la inclinación hacia los viajes en núcleos familiares, entre amigos y parejas. Esto refuerza los datos obtenidos, dando una clara perspectiva sobre el comportamiento de nuestros potenciales visitantes. Dicha conclusión nos habilita para concentrar nuestros esfuerzos en la creación de estrategias de *marketing* y comerciales diseñadas para los segmentos identificados, con el objetivo de atraer la mayor cantidad posible de visitantes que se alineen con estas preferencias de viaje en grupo.

---

---

**Figura 19. Inclusión de mascotas**



Fuente: elaboración propia.

---

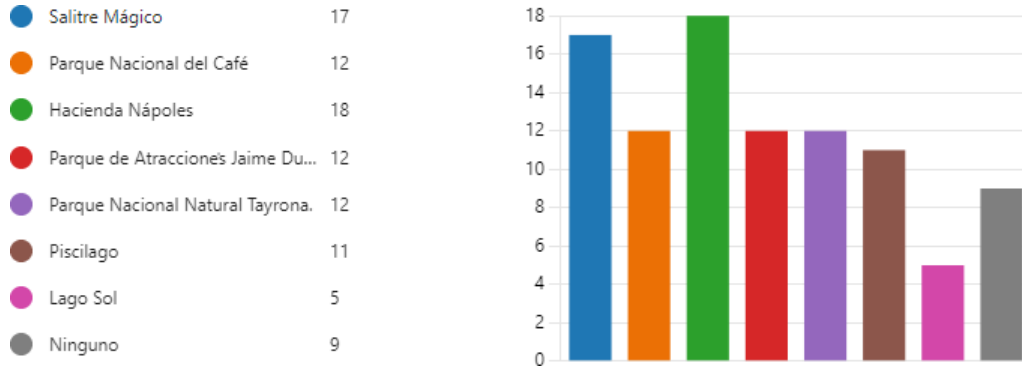
---

En el contexto de las frecuentes inclusiones de mascotas en varias facetas de la vida, se observa una clara tendencia animalista en el mercado. Este hallazgo revela una aceptación generalizada de la presencia de mascotas y la oportunidad de incorporar estratégicamente a estos compañeros animales como parte de la experiencia de los visitantes, ampliando los potenciales grupos objetivos del parque.

---

---

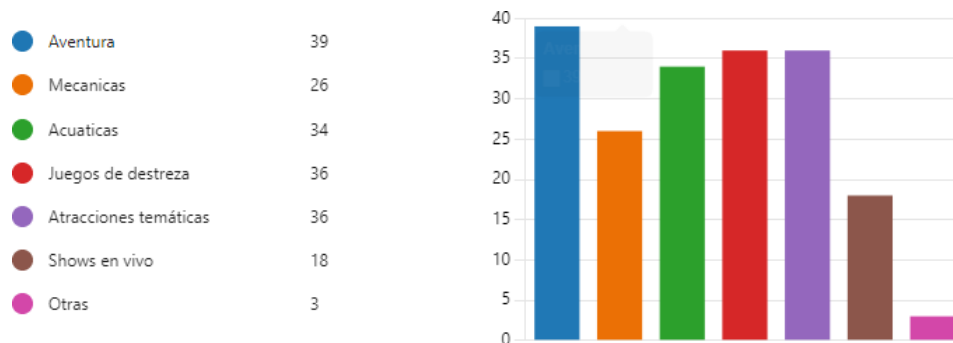
**Figura 20. En los último 5 años, ¿ha visitado alguno de los siguientes parques de diversiones en Colombia? ¿Cuál?**



Fuente: elaboración propia.

Como parte de nuestro análisis se planteó una pregunta general destinada a identificar el nivel de conocimiento y experiencia del público objetivo respecto a los competidores en el sector. Los resultados revelan la experiencia de varios competidores similares en el mercado, evidenciando familiaridad y participación en atracciones turísticas económicas. Este hallazgo sugiere un interés notable en este tipo de experiencias turísticas y ofrece una valiosa perspectiva sobre las expectativas y preferencias acumuladas a partir de estas previas, sirviendo de base para la orientación estratégica y la diferenciación de nuestro propio proyecto.

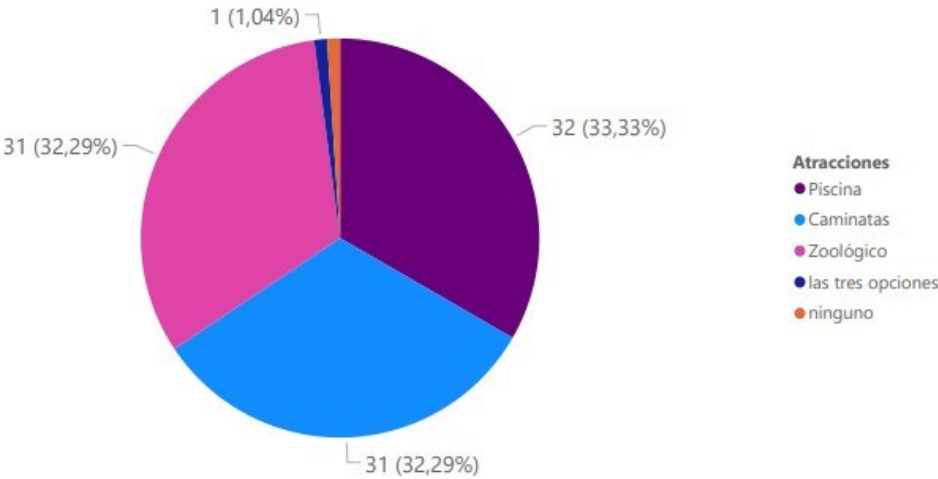
**Figura 21. Distribución a la pregunta ¿Cuál de las siguientes atracciones les interesarían encontrar en un parque de diversiones?**



Fuente: elaboración propia.

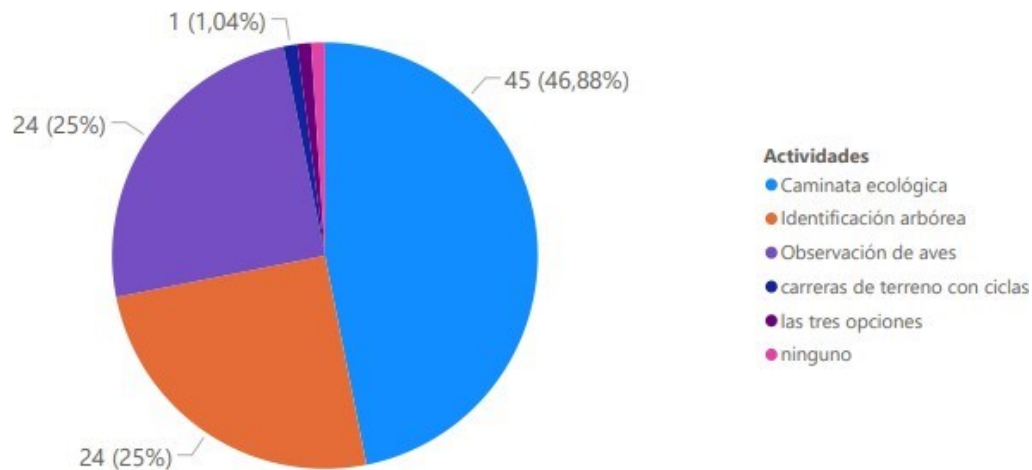
En nuestro esfuerzo por comprender los gustos y expectativas del público, hemos encontrado que las atracciones de aventura, temáticas, juegos de destreza y acuáticas ocupan un lugar destacado en sus preferencias generales. Este entendimiento nos proporciona una guía valiosa para la selección de atracciones a integrar en el parque, asegurándonos de alinear la oferta con las inclinaciones predominantes de nuestro grupo objetivo. La incorporación de dichas atracciones permitirán no solo satisfacer las expectativas del público, sino también generar un impacto positivo en la percepción del cliente, contribuyendo al éxito y atractivo del parque.

**Figura 22. Preferencia de atracciones o actividades**



Fuente: elaboración propia.

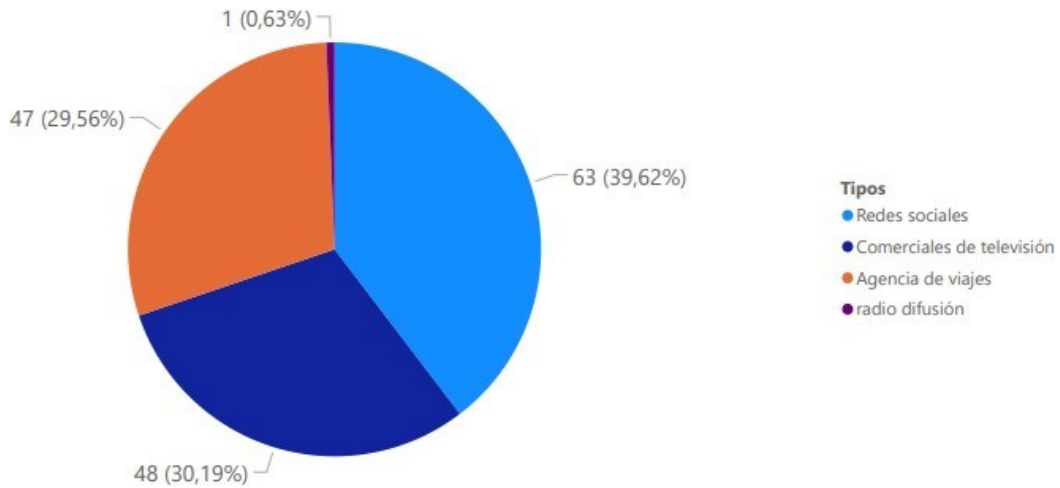
**Figura 23. Interés en actividades relacionadas con la ecología**



Fuente: elaboración propia.

La recolección de datos se revela como un recurso invaluable al dirigir la atención hacia las preferencias de los encuestados, permitiéndonos identificar claramente las actividades de mayor interés. Este enfoque se alinea de manera coherente con los resultados previos, en tanto indica que nuestro segmento de mercado manifiesta un fuerte interés por actividades al aire libre y de aventura. Se destaca la caminata como una actividad significativa, así como las zonas húmedas como las piscinas, consideradas de gran importancia. Estos datos serán fundamentales en la construcción del concepto del parque y en su disposición física, asegurando que se alinee con las expectativas y preferencias identificadas en nuestra audiencia objetivo.

**Figura 24. Preferencia en cuanto a la información sobre la disponibilidad, precios y detalles del parque temático**



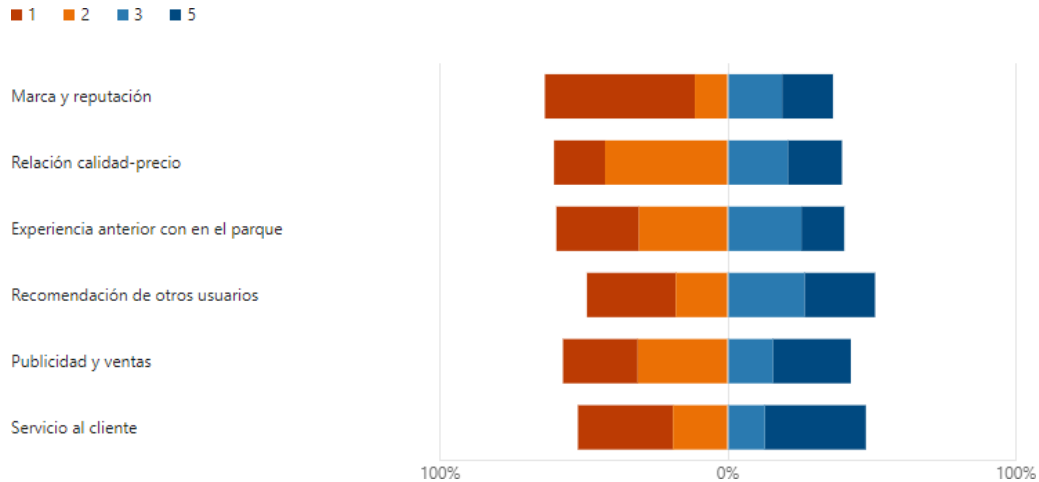
Fuente: elaboración propia.

---

Dada la evidente influencia de cambios generacionales, se destaca una preferencia por la comunicación a través de redes sociales. Este hallazgo también resalta la importancia de establecer alianzas estratégicas. La agencia de viajes aparece como informante primordial, una conexión estratégica a la que debemos mantener al tanto sobre nuestras notificaciones. Esto sirve como fundamento sólido para alinear nuestra estrategia de *marketing* con las preferencias comunicativas del público objetivo, asegurando así una conexión efectiva con nuestra audiencia.

---

**Figura 25. Elementos diferenciales de la competencia**



Fuente: elaboración propia.

**Figura 26. Factores de elección frente a competidores**



Fuente: elaboración propia.

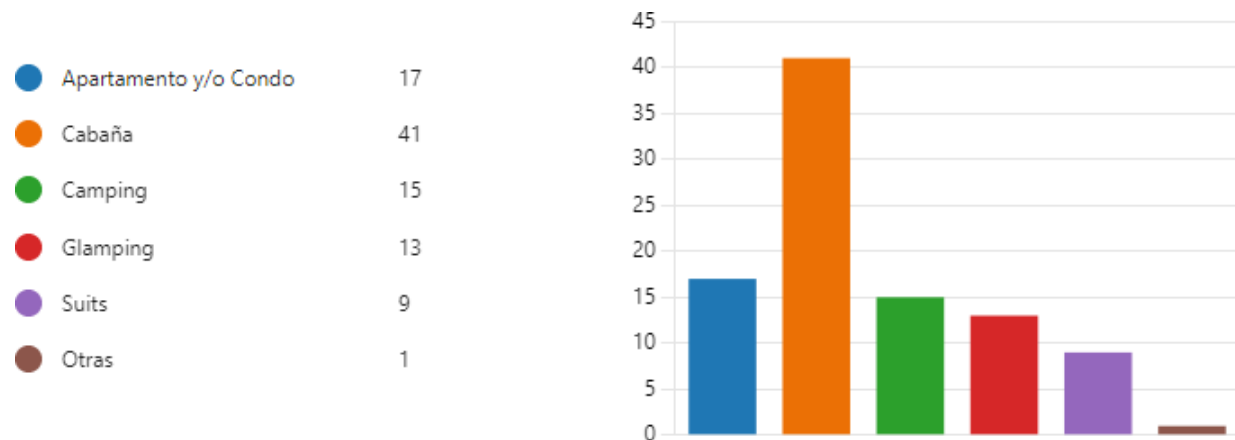
Al consultar a los encuestados para identificar los factores relevantes que nos permitirían posicionar el proyecto como lugar de interés, los datos recopilados revelan una tendencia a la fidelización a la marca y la importancia de una buena reputación. Este hallazgo sugiere la necesidad de concentrarnos en construir una marca distintiva que no solo sea recordada, sino que también adquiriera una reputación positiva con el tiempo. Además, se destaca el servicio al cliente como otro pilar crucial para los encuestados, con un énfasis particular en la capacitación del personal y la provisión de una atención al cliente excepcional. Estos datos nos ofrecen una guía estratégica valiosa para desarrollar un

enfoque integral que priorice la construcción de una marca sólida y la entrega de un servicio al cliente excepcional como elementos fundamentales para posicionar con éxito el proyecto.

---

---

**Figura 27. Tipo de alojamiento preferido**



Fuente: elaboración propia.

---

---

Al analizar los datos de los encuestados para opinar sobre las preferencias de alojamiento y conceptualizar los espacios acordes a dichas preferencias, se destacó que las cabañas obtuvieron la mayor atención e interés. Esto se alinea con los datos que indican una preferencia significativa entre viajeros con núcleos familiares y grupos de amigos. La preferencia a las cabañas radica en su capacidad para ofrecer un refugio exclusivo para el grupo de viaje, proporcionando un espacio propio con mayor privacidad. Con base en tales resultados, se integrará este tipo de hospedaje a nuestra oferta.

### ***Perfil del consumidor***

Con base en Kotler (2001), seguimos las variables propuestas para realizar una segmentación de mercados efectiva. Con base en los resultados de nuestras encuestas, describiremos el perfil del consumidor:

- Segmentación geográfica:
  - Colombia: Bogotá, Medellín, Cartagena, Barranquilla y Cali.
  - Exterior: Turistas extranjeros en Cartagena.
- Segmentación demográfica:
  - Edad: de 18 a 45 años.
  - Género: femenino y masculino.
  - Tamaño: 2 a 5 personas (familias y amigos).
- Ingreso mensual: de COP 1.000.000 a 10.000.000.
- Segmentación psicográfica:
- Clase social: media, media alta.
- Estilo de vida: son personas que gustan de la aventura, de realizar paseos familiares y de amigos, de actividades ecoturística; buscan tranquilidad, disfrutar de sus vacaciones diferentes a la oferta tradicional de playa tradicional, gustan de conocer nuevos estilos.
- Personalidad: personas alegres, abiertas a nuevas experiencias, aventureras, curiosas por adquirir nuevos productos.
- Segmentación conductual:
  - Ocasión de compra: ocasión especial al momento de hacer turismo.
  - Beneficios que se buscan: experiencia.
  - Tipos de usuarios: usuario probable.
  - Frecuencia de uso: uso ocasional.
  - Grado de conocimiento: interesado e intenta comprar.
- Sensibilidad a factor de mercadotecnia:
  - Marca y reputación: excelente.
  - Calidad: muy buena y excelente.
  - Precio: accesible.
  - Servicio: muy buena y excelente.

## ***Demanda***

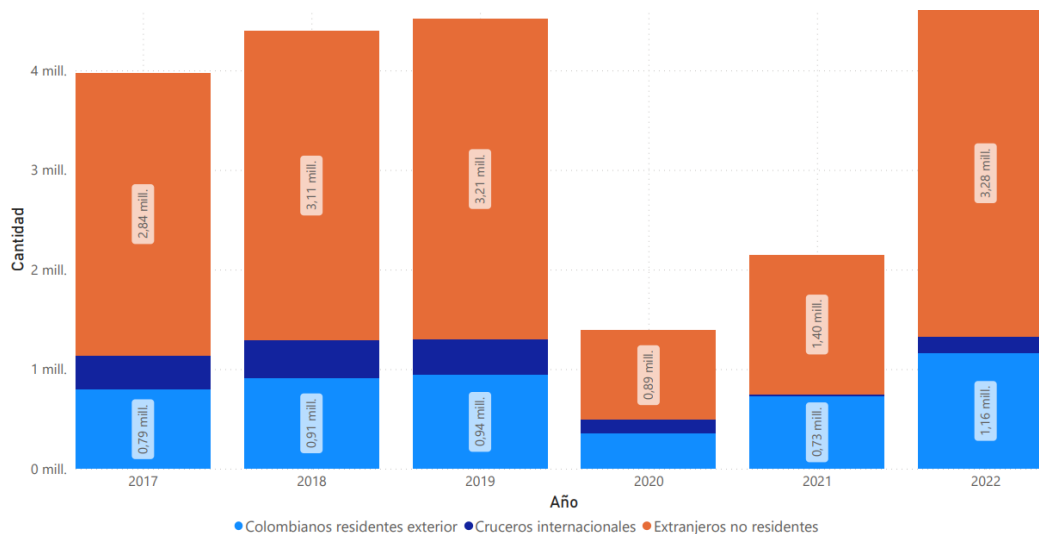
La demanda turística es un componente dinámico que se encuentra vinculado intrínsecamente al número de visitantes que eligen un destino y consumen sus servicios turísticos. Este fenómeno es altamente adaptable y susceptible a una serie de factores, tales como cambios políticos, económicos y sociales, que modifican los comportamientos de los turistas.

En consecuencia, la capacidad de anticipar y adaptarse a las variaciones en la demanda turística se convierte en una actividad primordial para determinar la viabilidad de los servicios turísticos y planificar estrategias. La comprensión de estos factores fluctuantes no solo permite una planificación más efectiva, sino que también facilita la creación de estrategias que optimicen la atracción de turistas en respuesta a sus motivaciones y a las condiciones cambiantes del entorno externo.

---

---

**Figura 28. Resumen de datos migratorios**



Fuente: elaboración propia.

---

---

En el transcurso del año 2020, la industria a nivel mundial de turismo se vio afectada por la pandemia de la COVID-19 y las restricciones de viaje impuestas por los diferentes

gobiernos, la afluencia de turistas tuvo una caída debido a las medidas de confinamiento y la incertidumbre asociada a la propagación del virus. El 2021 marcó el inicio de la recuperación de viajeros con la implementación de estrategias de control y el avance de la vacunación, señalando un retorno progresivo a la normalidad (Babii & Nadeem, 2021). En el 2022, la afluencia de pasajeros a la ciudad de Cartagena se retornó a niveles registrados en periodos previo de la pandemia (2018-2019) (Cartagena Cómo Vamos, 2021). Esto sugiere una reactivación del sector turístico y, mezclado con la tendencia pospandemia de aumento de viajes a nivel mundial, surge una expectativa de crecimiento en los próximos años, como muestran las cifras encontradas.

---

---

**Tabla 4. Afluencia de pasajeros en la ciudad de Cartagena por año en el periodo 2017-2023**

Año	Visitantes año
2017	2.666.000
2018	2.760.801
2019	2.852.708
2020	782.455
2021	1.872.206
2022	3.548.262
2023	3.150.436

Fuente: elaboración propia.

---

---

Para fundamentar este crecimiento se empleó el dato de crecimiento promedio registrado en los cinco periodos anteriores como referencia sin tener en cuenta los datos de pandemia (2020-2021), teniendo en cuenta la proyección anual de crecimiento población del 0,91% según el reporte *World Population Prospects 2022* publicado por la Organización de las Naciones Unidas, utilizando como base para proyectar la afluencia de pasajeros en los siguientes 25 años, de los cuales se considera una tasa de retención del mercado potencial del 3% para el primer año con un aumento real proyectado del 1% para cada año. Este enfoque proporciona una herramienta valiosa para la toma de decisiones relacionadas a la demanda proyectada.

---

---

**Figura 29. Proyección de la población a través de los años (25 años)**

Item	Año	Visitantes a Cartagena por año	Proyección visitantes por año al parque	Porcentaje captura de visitantes por año al parque
1	2024	3179105	63582	2%
2	2025	3208035	93354	3%
3	2026	3237228	123662	4%
4	2027	3266687	154514	5%
5	2028	3296414	185918	6%
6	2029	3326411	217880	7%
7	2030	3356681	250408	7%
8	2031	3387227	283511	8%
9	2032	3418051	317195	9%
10	2033	3449155	351469	10%
11	2034	3480542	386340	11%
12	2035	3512215	421817	12%
13	2036	3544177	457908	13%
14	2037	3576429	494620	14%
15	2038	3608974	531963	15%
16	2039	3641816	569944	16%
17	2040	3674956	608573	17%
18	2041	3708398	647857	17%
19	2042	3742145	687806	18%
20	2043	3776198	728429	19%
21	2044	3810562	769733	20%
22	2045	3845238	811730	21%
23	2046	3880229	854427	22%
24	2047	3915540	897833	23%
25	2048	3951171	941959	24%
26	2049	3987127	986814	25%



Fuente: elaboración propia.

## Oferta

Como la propuesta de servicio es innovadora tanto en la ciudad como en la región, se puede afirmar que la competencia no se establecería directamente, sino que se asocia con otras experiencias disponibles en la ciudad, como el turismo tradicional de mar y playa, las aventuras, experiencias y los parques existentes en el país. A nivel nacional, diversos parques representan competencia directa, especialmente en lo que respecta a actividades relacionadas con reptiles y educación ecológica. A nivel local, hemos observado que los servicios proporcionados por otros parques se centran únicamente en aventuras específicas o experiencias particulares, lo que sugiere competidores con un nicho de mercado similar, aunque con propuestas distintas a lo largo del país.

**Tabla 5. Catálogo de competidores a nivel nacional**

Nombre del parque	Ubicación	Descripción	Productos principales
Parque Nacional Natural Tayrona	Santa Marta, Magdalena	Área natural protegida con playas, selvas y montañas.	Senderismo, avistamiento de aves, turismo ecológico.

Parque Nacional Natural Los Nevados	Eje Cafetero	Reserva natural con paisajes de alta montaña y glaciares.	Senderismo, montañismo, observación de la flora y fauna.
Parque Nacional Natural Amacayacu	Amazonas	Área protegida en la selva amazónica con biodiversidad única.	Observación de fauna, excursiones en canoa, caminatas en la selva.
Bioparque La Reserva	Cota, Cundinamarca	Parque temático enfocado en la conservación de la biodiversidad colombiana.	Exhibiciones educativas, actividades interactivas, programas de conservación.
Zoológico de Cali	Cali, Valle del Cauca	Espacio que combina conservación, educación y recreación con una variedad de especies.	Exhibiciones de animales, programas educativos, actividades interactivas.
Reptilandia	Armenia, Quindío	Parque especializado en reptiles con exhibiciones y programas educativos.	Exhibiciones de serpientes, lagartos, cocodrilos, actividades educativas.
El Refugio La Roca	La Vega, Cundinamarca	Santuario de aves y animales silvestres con enfoque en la conservación.	Avistamiento de aves, senderismo, programas educativos.
Bioparque Ukumarí	Pereira, Risaralda	Parque temático que combina conservación y educación, destacando la fauna colombiana.	Exhibiciones de animales, rutas temáticas, actividades interactivas.
Jardín Botánico de Medellín Joaquín Antonio Uribe	Medellín, Antioquia	Espacio verde que promueve la conservación de la flora nativa y la educación ambiental.	Recorridos botánicos, programas educativos, eventos relacionados con la naturaleza.

Parque Ecológico Ciudad Reptilia (Melgar)	Melgar, Tolima	Parque Ecológico que esta al aire libre que combina conservación, educación y recreación con diferentes especies de reptiles.	Recorridos ecológicos con interacción con gigantes cocodrilos, babillas, tortugas de tierra y agua, cerdos salvajes, enormes serpientes y bosques húmedos tropicales.
---	----------------	---	---

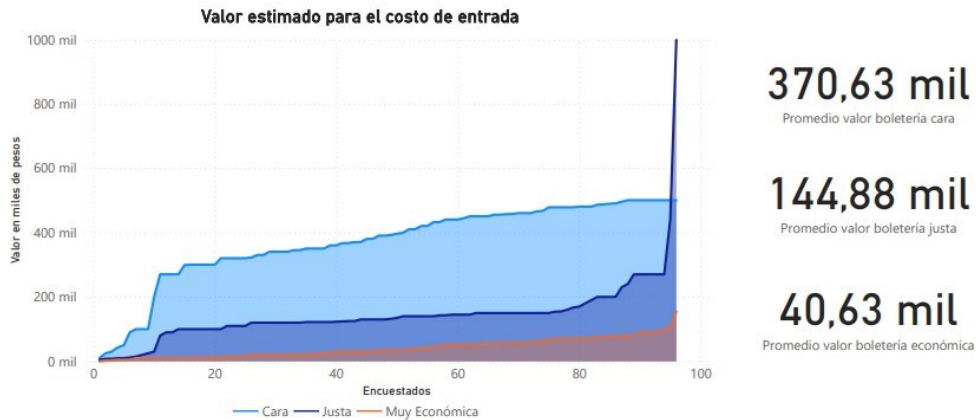
Fuente: elaboración propia.

### **Precio**

La fijación de los precios para el proyecto se llevó a cabo mediante un análisis que se fundamentó en la interpretación de datos recopilados de la competencia en el mercado. Considerando las experiencias del segmento de interés en el país, este proceso implicó una evaluación de fijación de precios adoptadas por los actores claves en el sector.

Este análisis fue complementado con la información obtenida del estudio de mercado, utilizando las encuestas generadas para entender las preferencias y percepciones del público objetivo. Al cruzar estos datos, logramos establecer precios competitivos alineados con las expectativas del mercado, garantizando una oferta atractiva y viable económicamente. Este enfoque integral nos permite adaptarnos a las dinámicas del mercado y también posicionarnos estratégicamente para satisfacer las necesidades y expectativas.

**Figura 30. Valor estimado para el costo de la entrada**



Fuente: elaboración propia.

Considerando el perfil del público objetivo y su capacidad adquisitiva, hemos adoptado una estrategia clave al abordar las cuestiones de precios con los encuestados. Con tres preguntas específicas, establecimos un rango de valores fundamental para fijar tarifas de entrada al parque. La primera pregunta, dirigida a identificar el valor mínimo aceptable, nos ha revelado un umbral de COP 50.000, representando el límite por debajo del cual ninguna persona estaría dispuesta a pagar, ya que podría generar desconfianza en la calidad de la experiencia.

En contraste, la segunda pregunta, orientada a definir el valor máximo aceptable, nos ha proporcionado un límite de COP 300.000, indicando la cifra en la cual las personas no estarían dispuestas a desembolsar por la experiencia. La tercera pregunta, centrada en conocer la disposición a pagar de los consultados, ha generado un rango de entre COP 63.00 a 145.000, destacándose como un intervalo que se ajusta al presupuesto de la gran mayoría de la audiencia objetivo.

**Tabla 6. Tabla de precios de mercado de parques en Colombia**

Parque	Adultos	Niños	Adulto mayor	Extranjero	Observaciones
PNN Tayrona	\$ 41 500.00	\$ 24 500.00	\$ 41 500.00	\$ 85 000.00	Cuenta con un tarifario que tiene en cuenta edades y si es nacional o extranjero
Bioparque Ukumarí	\$ 38 000.00	\$ 28 000.00		-	Tarifa única para adulto y niño
Ciudad reptilia	\$ 70 000.00			-	Tarifa única
Parque del café	\$ 77 000.00	\$ 54 000.00	\$ 54 000.00	-	
Pisicilago	\$ 98 000.00	\$ 98 000.00	\$ 98 000.00	-	
Salitre mágico	\$ 104 900.00	-	-	-	Tarifa única, valor de referencia para el pasaporte NITRO que incluye todas las atracciones
Parque Jaime duque	\$ 58 000.00	-	-	-	Tarifa única, valor de referencia para el pasaporte LEGADO que incluye todas las atracciones
Hacienda Nápoles	\$ 155 000.00	-	-	-	Tarifa única, valor de referencia para el pasaporte PLUS que incluye todas las atracciones
Acuaparque de Tardes Caleñas Rozo	\$ 35 000.00	\$ 25 000.00	-	-	Tarifa única para adulto y niño
Kanaloa Parque Acuático	\$ 30 000.00	-	-	-	Tarifa única, valor de referencia para el pasaporte que incluye todas las atracciones

Fuente: elaboración propia.

Después de generar un análisis de los valores de la competencia, tenemos un rango de precios de entre COP 15.000 y 155.000. En correlación con los datos entregados por la encuesta generada, se decidió establecer la siguiente política de precios:

- Entrada general adulto: COP 95.000.
- Entrada general niño: COP 65.000.
- Entrada adulto mayor: COP 75.000.
- Niños menores 3 años: gratuidad.
- Costo parqueadero: tarifa única de COP 15.000 para carro y COP 5000 para motocicleta.

Con el fin de encontrar un soporte para la evolución correcta del proyecto, se evaluó la viabilidad a 25 años con un incremento real del 5% anual (valor como expectativa de crecimiento de la economía).

**Tabla 7. Proyección de precios para entradas a 25 años**

AÑO	Entrada General Adulto	Entrada General Niño	Entrada Adulto mayor
2024	\$ 95 000	\$ 65 000	\$ 75 000
2025	\$ 99 750	\$ 68 250	\$ 78 750
2026	\$ 104 738	\$ 71 663	\$ 82 688
2027	\$ 109 974	\$ 75 246	\$ 86 822
2028	\$ 115 473	\$ 79 008	\$ 91 163
2029	\$ 121 247	\$ 82 958	\$ 95 721
2030	\$ 127 309	\$ 87 106	\$ 100 507
2031	\$ 133 675	\$ 91 462	\$ 105 533
2032	\$ 140 358	\$ 96 035	\$ 110 809
2033	\$ 147 376	\$ 100 836	\$ 116 350
2034	\$ 154 745	\$ 105 878	\$ 122 167
2035	\$ 162 482	\$ 111 172	\$ 128 275
2036	\$ 170 606	\$ 116 731	\$ 134 689
2037	\$ 179 137	\$ 122 567	\$ 141 424
2038	\$ 188 094	\$ 128 696	\$ 148 495
2039	\$ 197 498	\$ 135 130	\$ 155 920
2040	\$ 207 373	\$ 141 887	\$ 163 716
2041	\$ 217 742	\$ 148 981	\$ 171 901
2042	\$ 228 629	\$ 156 430	\$ 180 496
2043	\$ 240 060	\$ 164 252	\$ 189 521
2044	\$ 252 063	\$ 172 464	\$ 198 997
2045	\$ 264 666	\$ 181 088	\$ 208 947
2046	\$ 277 900	\$ 190 142	\$ 219 395
2047	\$ 291 795	\$ 199 649	\$ 230 364
2048	\$ 306 384	\$ 209 631	\$ 241 882
2049	\$ 321 704	\$ 220 113	\$ 253 977

Fuente: elaboración propia.

---

## Estrategia de distribución y promoción

Comercializar un parque ecológico en Colombia requiere una estrategia integral que combine la promoción de sus características únicas con una sólida presencia en diversos canales. Estas son algunas estrategias para considerar para su posterior implementación en el proyecto:

- Identificación de público objetivo: familias, parejas, amantes de la naturaleza, aventureros.
- Presencia en línea: sitio web atractivo y funcional que destaque las instalaciones, actividades, servicios y precios del parque temático de Arjona. Esta plataforma es

*móvil-responsive* y optimizado para SEO para mejorar su visibilidad en las búsquedas en línea.

- Contenido relevante: generar contenido en forma de *blogs*, artículos y videos que resalten la belleza del parque, las actividades emocionantes y la importancia de la sostenibilidad ambiental. Esto atraerá a los interesados en la naturaleza y el ecoturismo.
- Redes sociales: uso de plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y TikTok para compartir imágenes, videos y testimonios de visitantes, lo cual fomenta la interacción y la participación con concursos, encuestas y publicaciones regulares.
- Publicidad local: colaborar con agencias de turismo locales y hoteles de Arjona para promocionar paquetes combinados que incluyan una visita al parque. También se pueden hacer anuncios en medios de comunicación locales y en puntos estratégicos de la ciudad.
- Alianzas estratégicas: establecer asociaciones con organizaciones ambientales, escuelas y universidades para promover visitas educativas y programas de concienciación ecológica.
- Experiencias únicas: ofrecer actividades especiales, como talleres de conservación, campamentos ecológicos para niños y eventos temáticos que atraigan a diferentes segmentos de público.
- Ofertas y descuentos: ofrecer promociones de lanzamiento, descuentos para grupos y ofertas especiales en temporadas bajas para incentivar las visitas.
- Reseñas y testimonios: fomentar a los visitantes a dejar reseñas positivas en plataformas como TripAdvisor y Google Maps. Los testimonios auténticos influirán en la decisión de otros potenciales visitantes.
- Colaboración con *influencers*: trabajar con influencers locales o nacionales que estén interesados en el ecoturismo y la naturaleza para que compartan sus experiencias en el parque.
- Eventos de lanzamiento: organizar un evento de inauguración para generar emoción y cobertura mediática. Invitar a medios de comunicación, *bloggers* y personalidades influyentes en el ámbito del turismo y la ecología.

- Programas de fidelización: crear un programa de membresía o lealtad que ofrezca beneficios exclusivos a los visitantes frecuentes, como descuentos especiales, acceso temprano o eventos privados.

La sostenibilidad y la autenticidad son esenciales en la comercialización de un parque ecológico. Por eso, también es importante destacar cómo el parque temático de Arjona contribuye a la conservación y educación ambiental, lo cual atraerá a personas comprometidas con la protección del medio ambiente.

### ***Promoción y publicidad***

Al implementar este programa completo de promoción y publicidad, el parque podrá destacar su enfoque ecológico, atraer a visitantes interesados en la naturaleza y ofrecer experiencias únicas y memorables.

**Tabla 8. Fases de la promoción y la publicidad.**

<b>Fase de prelanzamiento</b>	<b>Descripción</b>
Diseño de marca e identidad visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de un logotipo atractivo y representativo del enfoque ecológico.</li> <li>• Paleta de colores naturales que reflejen la biodiversidad del parque.</li> <li>• Desarrollo de un eslogan que capture la esencia del parque.</li> </ul>
Creación del sitio web	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de un sitio web atractivo, informativo y fácil de navegar.</li> <li>• Páginas dedicadas a actividades, atracciones, servicios y opciones de alojamiento.</li> <li>• Incorporación de un sistema de reserva en línea para entradas y alojamiento.</li> </ul>
Generación de contenido	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción de videos promocionales que muestren la belleza natural y las actividades del parque.</li> <li>• Creación de <i>blogs</i> y artículos sobre temas ecológicos, consejos de viaje y experiencias previas.</li> </ul>
<b>Fase de lanzamiento</b>	<b>Descripción</b>

Evento de inauguración	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de un evento exclusivo para medios de comunicación, <i>influencers</i> y personalidades locales.</li> <li>• Presentación de las atracciones y servicios destacados del parque.</li> <li>• Actividades especiales, como caminatas guiadas y charlas de conservación.</li> </ul>
Campaña en redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lanzamiento de una campaña <i>teaser</i> previa al lanzamiento en plataformas como Instagram, Facebook y Twitter.</li> <li>• Publicaciones diarias que resalten características, actividades y detalles únicos.</li> <li>• Uso de <i>hashtags</i> relevantes para aumentar la visibilidad.</li> </ul>
Colaboraciones con influencers	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación y colaboración con <i>influencers</i> que compartan afinidad por el ecoturismo y la naturaleza.</li> <li>• Publicación de contenido generado por los <i>influencers</i> sobre sus experiencias en el parque.</li> </ul>
<b>Fase continua</b>	<b>Descripción</b>
Contenido interactivo en línea	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lanzamiento de videos educativos sobre la fauna del parque.</li> <li>• Transmisiones en vivo de actividades especiales, como charlas de conservación y paseos ecológicos.</li> </ul>
Programas de lealtad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de un programa de membresía que ofrezca descuentos exclusivos, acceso temprano y beneficios adicionales.</li> <li>• Fomento de la fidelidad de los visitantes frecuentes.</li> </ul>
Eventos temáticos mensuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de eventos temáticos relacionados con la ecología, como semanas de conservación, talleres de reciclaje y festivales de naturaleza.</li> </ul>
<b>Otras estrategias</b>	<b>Descripción</b>
Publicidad local	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anuncios en radio y televisión locales que resalten las actividades y promociones actuales.</li> <li>• Colaboración con agencias de turismo y hoteles locales para ofrecer paquetes combinados.</li> </ul>
Campañas de <i>email marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Envío regular de boletines electrónicos a suscriptores con noticias, actualizaciones y ofertas especiales.</li> </ul>
Participación en eventos ambientales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia en ferias y eventos de conservación ambiental para destacar el compromiso del parque con la sostenibilidad.</li> </ul>
Encuestas y <i>feedback</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtención de comentarios de los visitantes para mejorar constantemente la experiencia.</li> <li>• Utilización de testimonios y reseñas.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia.

---

---

## **Hallazgos**

En el análisis de mercado se observó que, debido a las condiciones específicas en la zona de desarrollo del parque temático en Arjona, y a su ubicación privilegiada, el desarrollo resulta particularmente factible en este aspecto específico.

En la actualidad, la disponibilidad de parques temáticos ecológicos en diversas ciudades tiene como objetivo proporcionar a las visitantes opciones que les permitan conectarse con la naturaleza, participar en actividades recreativas durante el día y disfrutar de una noche placentera o entretenida. En el parque temático de Arjona se ofrecen comodidades en las áreas de recreación, como actividades diarias al aire libre y meditación, donde el valor adicional radica en el entorno natural y en la posibilidad de escapar de la rutina diaria al sumergirse en un entorno sereno en el trayecto hacia Cartagena.

Sin embargo, para lograr este objetivo es esencial establecer un completo programa de *marketing* digital. Este se centrará en crear contenido valioso dirigido a individuos que estén planeando un viaje por carretera a Cartagena, abarcando servicios de hospedaje y entretenimiento. El contenido brindará incentivos como descuentos, promociones y ofertas de tiempo limitado, con el propósito de estimular posibles compras. Además, se incluirá contenido de calidad que contribuya a la formación de una comunidad en torno al proyecto. Esto consistirá en consejos de viaje, rutas turísticas, y encuestas para recopilar opiniones sobre temas específicos y otras iniciativas que fomenten la lealtad. Este modelo de desarrollo fue decidido por un conjunto de profesionales en *marketing* contratado para el desarrollo del proyecto.

En segundo lugar, el parque temático de Arjona implementará un enfoque de asesoría personalizada. Este enfoque busca acompañar al consumidor en la resolución de sus preguntas y ofrecer opciones adaptadas a sus necesidades, preferencias y gustos individuales. El objetivo es proporcionar una experiencia de compra de servicio satisfactoria que anime al usuario a recomendar el parque temático a amigos y familiares,

además de motivarlo a utilizar los servicios de nuevo, teniendo en cuenta que en las redes sociales encontramos referencias servicio y asesoramiento personalizado que tienen este tipo de establecimientos.

En tercer lugar, se implementará un plan completo de fidelización dirigido a aquellos que adquieran los productos ofrecidos. Este plan estará basado en la entrega de obsequios como botellas de vino y *souvenirs*, así como en la incorporación de experiencias de valor añadido, como recorridos por lugares turísticos cercanos a Cartagena. Estos elementos se diseñarán para enriquecer la experiencia del consumidor con el servicio y cumplir con los estándares actuales para tener una mejor puntuación en redes sociales. En la siguiente tabla se pueden visualizar los hallazgos encontrados después de hacer el estudio de mercado.

---

---

**Tabla 9. Resumen del resultado del análisis de mercado**

Hoteles	El rubro de hoteles debe enfocarse a crear valor en términos de servicio y del uso de tecnología para las operaciones de alojamiento y atención al huésped de una manera estandarizada.
Operadores turísticos	El operador es el encargado de organizar y coordinar la visita de grupos de turistas a los atractivos turísticos definidos para lograr marca regional. A través del concurso en bolsas de turismo se definen las agencias capaces de dar respuesta a las exigencias de la demanda para el clúster.
Empresas arrendadoras de automóviles	Lograr la presencia de al menos una empresa que despliegue este servicio a través de paquetes especiales para la familia visitante, el hombre de negocios y la mujer ejecutiva que desean visitar los atractivos turísticos. Para ello, se definen tarifas corporativas, tarifas familiares y tarifas personales.

<p>Restaurantes/ Servicios de alimentación</p>	<p>Deben ser enfocados en calidad del producto, diversidad del portafolio logrando la gastronomía propia de las regiones de Colombia y de los principales países que visitan al país. Para ello, se definen los modelos de negocio como cadenas de comida, restaurantes especializados, y servicios de comidas rápidas.</p>
<p>Centros de venta de artesanías/Obras de arte/Productos autéctonos de la región de Bolívar</p>	<p>Para lograr una demanda externa de los productos regionales se debe trabajar en calidad y en diferenciación de estos con respecto al mercado nacional. Lograr una identidad de los productos del departamento.</p>
<p>Servicios de entretenimiento</p>	<p>Se hace indispensable la ejecución de programas de entrenamiento al visitante para lograr la descentralización del entretenimiento de las ciudades capitales. Para ello, se define un portafolio de la práctica de deporte colectivo, de deporte individual, espectáculos culturales enfocados en música, representaciones y formación al visitante en temas artísticos y culturales a través de cursos cortos y largos dependiendo de los 48 requerimientos de los usuarios. Y el servicio de “escuelas de español” como el atractivo principal de formación para el turista extranjero como estrategia de incorporación a la cultura del departamento.</p>

Fuente: elaboración propia.

### **Brochure del parque temático de Arjona**

El *brochure* empresarial para el parque temático ecológico en Arjona desempeña un papel clave al promover, informar y atraer visitantes. Al destacar las características únicas, actividades ecológicas y servicios del parque, sirve como una herramienta efectiva de publicidad. Además, facilita la difusión de conciencia ambiental y la educación sobre la biodiversidad local.

**Figura 31. Brochure parque temático de Arjona**



### Nuestro enfoque

Fomentar la conservación del entorno, el acatamiento a la biodiversidad y la apreciación del patrimonio cultural a través de la implementación de prácticas sostenibles.

Estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente, por eso queremos que sepas que este papel es reciclado e impreso con tintas amigables con el medio ambiente



### Nuestros servicios

el parque temático de Arjona, Bolívar, incluirían principalmente la venta de entradas para acceder a las instalaciones recreativas y pedagógicas. Además, se menciona que el parque no se limita únicamente a la comercialización de productos y servicios, sino que también ofrece servicios de hostelería.

Esto podría incluir la venta de alimentos y bebidas dentro del parque, lo que agrega una dimensión gastronómica a la experiencia de los visitantes.



### CONTÁCTANOS

(57) 205 356781

www.Mundo Bolivar.com

ecoparquearjona@gmail.com

Parque ecológico Arjona Bolívar



### Parque Temático Mundo Bolívar

Presentación corporativa para empresas



### Sobre nosotros

El Parque Ecológico de Arjona, Bolívar, se erige como un testimonio vivo de compromiso con la diversión consciente y la preservación del patrimonio cultural y natural.

Nuestra misión es ofrecer una experiencia única y memorable que fusiona el entretenimiento, el aprendizaje y la aventura.



### Nuestra empresa

Como empresa, nos dedicamos a la creación y gestión de un parque temático innovador, comprometido con la preservación del rico legado de Arjona.

Buscamos ser un referente nacional e internacional en entretenimiento temático, destacándonos por nuestra variada oferta de atracciones, eventos culturales y actividades interactivas.

### Nuestros productos

El Parque Ecológico de Arjona, Bolívar, ofrece una experiencia única y completa que combina diversión, aprendizaje y aventura. Destacamos por una variada oferta de servicios, desde atracciones como zonas de avistamiento para aves y piscinas, hasta eventos culturales que celebran festividades locales y exhiben expresiones artísticas autóctonas.

Además, ofrecemos actividades interactivas, como talleres de cocina tradicional y rutas guiadas por senderos ecológicos, que permiten a los visitantes sumergirse en la biodiversidad única de la región



Fuente: elaboración propia.

## Matriz DOFA

La aplicación de la matriz DOFA emerge como un recurso analítico fundamental en el marco del proyecto. Esta se orienta hacia la evaluación pormenorizada de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que pueden ejercer impacto significativo en el desarrollo y la consecución de éxito del mencionado parque temático. Mediante un examen exhaustivo de los elementos internos y externos que inciden en el proyecto, la matriz proporciona una base analítica sólida para la toma de decisiones estratégicas informadas. Dicho enfoque facilita la identificación y capitalización de las fortalezas internas y oportunidades externas, así como la mitigación de debilidades y la preparación ante amenazas potenciales, contribuyendo a la formulación de estrategias robustas que impulsen el logro de los objetivos del parque.

**Tabla 10. Matriz DOFA**

<b>FACTORES INTERNOS</b>	
<b>FORTALEZAS (+)</b>	<b>DEBILIDADES (-)</b>
Amplitud de sectores laborales a los que se brinda el servicio de entretenimiento y pedagogía ecológica.	Falta de interés por ser parte del camino al destino final: Cartagena.
Facilidad de reconocimiento nacional debido a la gran inversión en <i>marketing</i> .	Riesgo debido a la falta de visualización y poco atractivo para el turista actual que requiere actividades más emocionantes.
Posibilidad de fortalecer alianzas o asociaciones con otras compañías a nivel municipal y nacional debido a la cercanía con Cartagena.	Deserción de clientes que eligen otros parques o tipos de entretenimiento.
Implementación de nuevas estrategias de asesoría profesional en áreas ambientales y ecológicas.	Riesgo de solvencia económica debido a una falta constante de clientes que toman el servicio de hospedaje.
Creación de compañías o filiales especializadas en servicios específicos.	Dependencia absoluta de flujo de clientes constantes que ayuden a sostener los gastos fijos del parque.

**FACTORES EXTERNOS**

<b>OPORTUNIDADES (+)</b>	<b>AMENAZAS (-)</b>
Aumentar la oferta y la amplitud de servicios en el parque.	Dificultades para mantener altos estándares de calidad en el desarrollo del entretenimiento y la pedagogía ambiental en el parque.
Implementar nuevas políticas y regulaciones ecológicas y pedagógicas a nivel político/administrativo.	Necesidad de obtener información actualizada, válida y confiable de diferentes fuentes.
Brindar un servicio personalizado y de alta calidad al cliente/residente.	Aprovechar la poca trayectoria mundial y ser pioneros en nuevas metodologías de ecoturismo en Colombia.
Desarrollar programas educativos amplios para mejorar la experiencia pedagógica dentro del parque.	Aumentar la inversión en relaciones que brinden mayor publicidad y visualización de manera efectiva.
Hay que destacar un servicio de alta calidad y experiencia que haga atractiva la residencia en el parque.	Dependencia de flujo constante de clientes para superar gastos intermitentes.

<b>ESTRATEGIAS (FO)</b>	<b>ESTRATEGIAS (FA)</b>
Implementación de nuevas políticas y regulaciones ecológicas y pedagógicas político/administrativas con el país.	Brindar un servicio personalizado y de alta calidad al cliente/residente.
Participación del personal del parque temático de Arjona demostrando gran compromiso y responsabilidad a los clientes/residentes.	Identificar y desarrollar con mayor facilidad nuevas leyes y regulaciones ecológicas nacionales y/o municipales.
Desarrollar programas educativos de amplio espectro que aumenten la experiencia pedagógica dentro del parque temático de Arjona.	Poder destacar un servicio de alta calidad y experiencia haciendo atractiva la residencia en el parque temático de Arjona.
Obtener altos estándares de entretenimiento y residencia para los clientes/residentes.	Continuamente invertir más en el adecuado funcionamiento de las compañías filiales o asociadas en el municipio de Arjona.
<b>ESTRATEGIAS (DO)</b>	<b>ESTRATEGIAS (DA)</b>
Identificar oportunidades para desarrollar una mejor calidad de la estadía.	Utilizar la experiencia educativa en combinación con las actividades de formación de cada asesor ambiental contratado.

Aprovechar la poca trayectoria mundial y ser pioneros en nuevas metodologías de Ecoturismo en Colombia.	Aumentar la inversión en relaciones privadas o públicas que brinden mayor publicidad y visualización de manera más efectiva.
Destinar recursos a la amplitud y captación de diferentes áreas a los empleados del parque temático.	Crear un programa comercial que pueda generar al público general confianza y permanencia en el parque temático de Arjona.
Evaluar la satisfacción y calidad de servicio de cada cliente/residente para poder así superar las eventuales amenazas de deserción.	Tener un fondo de inversión de estabilización económica en caso de falta de flujo de clientes/residentes y que pueda solventar gastos intermitentes.

Fuente: elaboración propia con base en Arizabaleta (2004).

---



---

## ESTUDIO TÉCNICO

Mediante el desarrollo de este estudio se buscó recolectar información esencial para la elaboración del proyecto, datos relevantes para los diseños y los estudios que construirán los fundamentos del proyecto. Estos detalles definen los costos del proyecto y detallan ítems como el personal, el tamaño y los recursos del proyecto, además de describir variables como la ubicación del proyecto, características generales, entre otras importantes al momento de la implementación del proyecto.

### Análisis de localización

La localidad más idónea para establecer la sede de la empresa sería el municipio de Arjona en el departamento de Bolívar. El proyecto del parque temático se ubica estratégicamente en la vía 90, en tanto se presenta como un atractivo inicial y suministrador primario de turistas, bien sea aquellos que se encuentren en Cartagena o estén en tránsito hacia dicha ciudad. Asimismo, sería un respaldo significativo para las actividades en la zona circundante a Arjona, ya que en esta área también hay empresas del sector turístico y de viajes, que representan potenciales clientes. La proximidad del parque temático a estas organizaciones le permitiría conocer a fondo las fluctuaciones del mercado y las ideologías propias de la región.

La zona municipal presenta características distintivas, con ciénagas, arroyos y un relieve que no sobrepasa los 200 metros sobre el nivel del mar (msnm). Los límites geográficos comprenden Turbaco al norte, San Estanislao y Mahates al este, María La Baja al sur, y Turbará y San Onofre al oeste.

### **Microlocalización**

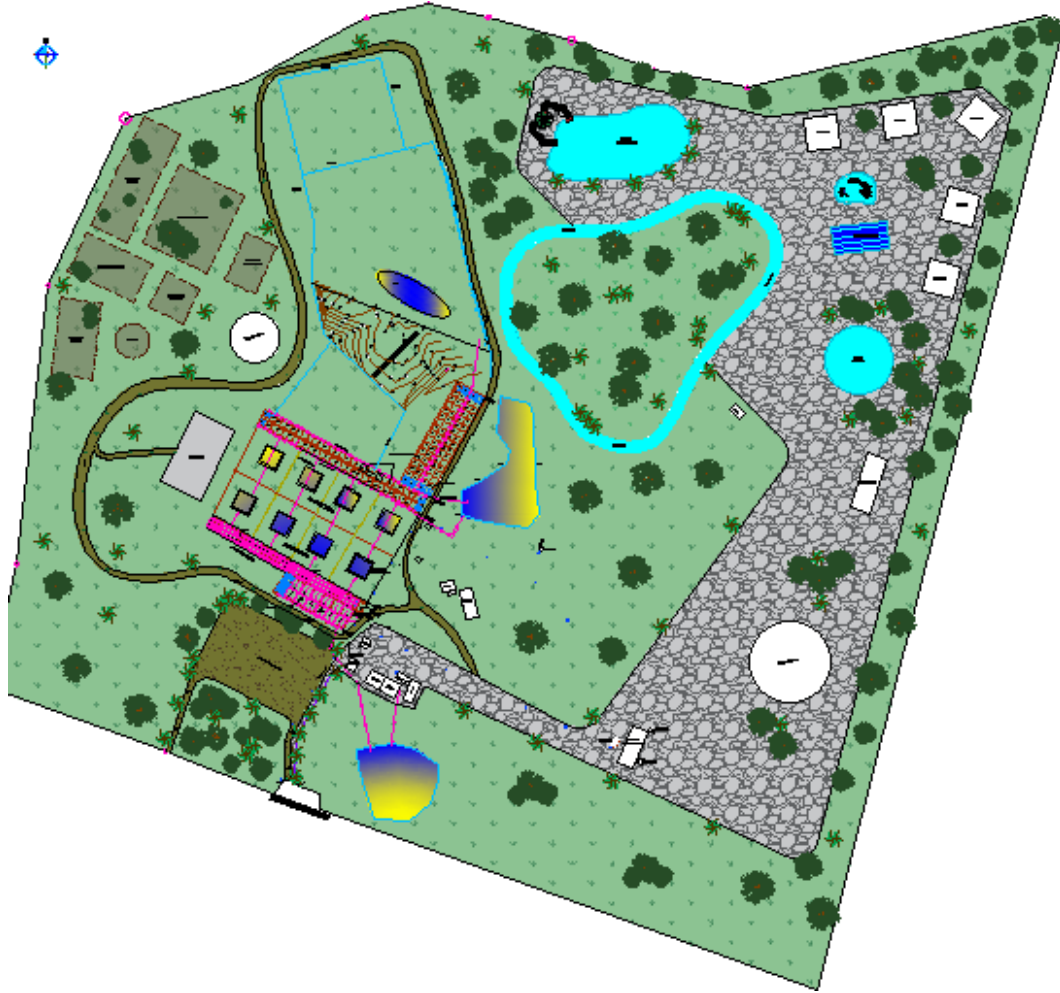
El parque temático en el municipio de Arjona será construido en la vía 90 saliendo de Arjona vía Cartagena, cerca del lugar conocido como Corral Negro. Este punto estratégico fue escogido gracias su gran potencial comercial y turístico, aparte de poseer zona de construcción de las instalaciones y desarrollo del parque temático. La distancia de referencia es de 25 km a Cartagena; la altura a nivel del mar es de 63 msnm, temperatura promedio de 30 °C, el área municipal es de 542 km. Es un territorio totalmente ondulado con algunas elevaciones que no pasan de los 200 msnm. La economía de este lugar se basa en la ganadería, además de que tiene la mayor producción de bollo de todo el departamento.

### ***Características físicas***

Estas zonas no se centran solo en proporcionar experiencias enriquecedoras, sino que también consideran aspectos logísticos y administrativos vitales para el funcionamiento general del proyecto. Además, se busca establecer áreas principales, adaptándose a los diferentes gustos y preferencias de los visitantes. Este enfoque integral garantiza que el parque sea un destino atractivo desde la perspectiva de las experiencias ofrecidas, sino que también opere de manera eficiente y organizada, satisfaciendo las expectativas de una variedad de públicos y asegurando una gestión efectiva en todas las dimensiones del proyecto.

---

**Figura 32. Plano conceptual del proyecto**



Fuente: elaboración propia.

---

### ***Área de acceso principal***

La zona de acceso se concibió para ofrecer una acogida eficiente y cordial, dedicando espacios específicos para la recepción de visitantes y la orientación preliminar. Se concede especial importancia a la accesibilidad, con el fin de asegurar que el ingreso al parque sea fácil y cómodo para individuos de todas las edades y capacidades. Los senderos, claramente señalizados, y las áreas de descanso estratégicamente ubicadas, facilitan la orientación y la exploración del extenso parque.

El parqueadero, equipado con tecnología avanzada de gestión vehicular, garantiza un estacionamiento organizado y seguro para los vehículos de los visitantes. Este espacio no solo cumple con criterios de seguridad, sino que también incorpora prácticas sostenibles. Además, ofrece amplitud suficiente para albergar la cantidad proyectada de vehículos, adaptándose de manera idónea a los diversos tipos y tamaños de estos.

Las taquillas generales, meticulosamente diseñadas, pretenden agilizar el ingreso y proporcionar información detallada sobre las opciones de entrada, paquetes de visita y eventos especiales. El personal asignado a estas taquillas estará debidamente capacitado para atender preguntas y ofrecer asistencia, para velar que cada visitante inicie su experiencia en el parque con confianza y entusiasmo. Estas áreas, en conjunto, conforman el núcleo de bienvenida y orientación del parque, asegurando una experiencia inicial fluida y positiva para todos los visitantes.

---

---

**Figura 33. Sitio de acceso principal del proyecto**



Fuente: elaboración propia.

---

---

Otras secciones significativas del parque, como las áreas de recreación y los puntos de interés temáticos, se diseñaron para enriquecer la experiencia del visitante. Estas

secciones, con instalaciones y atracciones específicas, están destinadas a ofrecer momentos memorables y atractivos para todos los públicos.

### ***Área administrativa***

Este espacio, destinado a la coordinación y respaldo de las actividades generales, se erige como la piedra angular, asegurando la integridad de cada faceta del parque. En este entorno, se desempeñan diversas funciones cruciales que abarcan desde la contabilidad y la planificación estratégica hasta la coordinación logística, la atención al cliente y la gestión de recursos humanos. La eficiente operación de esta zona administrativa garantiza el funcionamiento armonioso de estas áreas fundamentales y se perfila como epicentro para articular iniciativas que respalden la sostenibilidad y la misión integral del parque.

---

---

**Figura 34. Ubicación del edificio administrativo del proyecto**



Fuente: elaboración propia.

---

---

Adicionalmente, conviene resaltar otras secciones de relevancia dentro del parque que contribuyen de manera significativa a su atractivo y funcionalidad. Estas áreas

complementarias no solo enriquecen la experiencia del visitante, sino que también fortalecen el impacto positivo del parque en la comunidad y el entorno circundante.

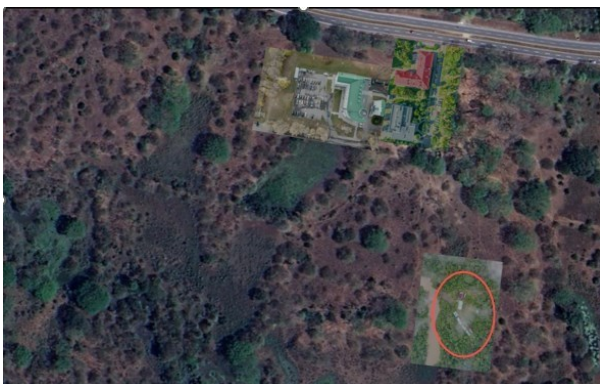
### ***Estación de conservación***

Se trata de un área educativa dedicada a la preservación de la vida silvestre, erigida en una región de bosque seco tropical, atravesada por un sendero enriquecido por la presencia de un lago artificial. Su atractivo se centra en el estudio de reptiles, constituyendo un espacio destinado a la observación y comprensión de estas cautivadoras criaturas. Este hábitat se diseñó estratégicamente para realizar liberaciones no forzadas de especies autóctonas, y la introducción controlada de algunas previamente estudiadas, para revitalizar la fauna local y ofrecer una experiencia enriquecedora a los visitantes.

Se tendrá también un área de bienvenida a los turistas donde se contará con una zona de cine para presentar un video de presentación del parque e introducción a la experiencia general que les permita tener una idea general del objeto del parque y conocer a profundidad sobre las especies que verán en el *tour*, además de contar con un bus tipo safari que les permita tener una experiencia al estilo safari africano.

---

**Figura 35. Ubicación de la estación de conservación del proyecto**



Fuente: elaboración propia.

---

---

Este enfoque integral no solo fomenta la biodiversidad, sino que también cultiva la conexión entre los visitantes y el entorno natural, proporcionando una experiencia educativa única en un santuario de conservación. En este lugar, la armonía entre la naturaleza y la educación se entrelaza para promover la apreciación y el respeto por la vida silvestre, especialmente en el fascinante reino de los reptiles.

### ***Área de juegos mecánicos***

Atendiendo los resultados obtenidos en la investigación de mercado, se construirá un área de juegos mecánicos que permita a los adultos explotar la adrenalina y, a los niños, el espíritu de aventura para generar una atracción adicional que dote al parque mayor competencia en el mercado.

Se proyecta la integración de una montaña rusa acuática para la familia de 1 km de longitud para trasladarse en diferentes ecosistemas y se generará una versión pequeña para los menores de 12 años que les permitan experimentar la experiencia.

El parque de atracciones se integrará en diferentes áreas en el lago artificial presente en el lote, en las que tendremos botes de choques en una subárea; y sobre el área más amplia habrá botes de remos y lanchas rápidas para deportes como *wake surf*.

---

---

**Figura 36. Representaciones de zonas para juegos y atracciones**



Fuente: elaboración propia.

---

### ***Áreas acuáticas***

El proyecto pretende proporcionar una experiencia integral y diversificada para visitantes de todas las edades. Se contempla la creación de espacios de piscina para adultos y niños, para ofrecer un entorno refrescante y seguro destinado a la recreación acuática. En el área infantil de la piscina se implementarán elementos interactivos y juegos acuáticos, creando un ambiente lúdico y seguro para los más pequeños.

Para los adultos se proyecta la creación de un oasis de relajación que incluirá una piscina de dimensiones más amplias, diseñada para proporcionar un ambiente tranquilo y sereno. Este espacio exclusivo para adultos contará con áreas de descanso junto a la piscina, equipadas con cómodas tumbonas y sombrillas, con el fin de ofrecer a los visitantes poder disfrutar del sol o relajarse a la sombra mientras se sumergen en la serenidad del entorno.

Adicionalmente, se incorporarán áreas especiales con juegos y atracciones acuáticas, garantizando la diversión y la emoción para visitantes de todas las edades, desde toboganes emocionantes hasta zonas de juegos interactivos. Estas áreas estarán diseñadas para dar momentos llenos de alegría y adrenalina.

---

**Figura 37. Ubicación de las áreas acuáticas del proyecto**



Fuente: elaboración propia.

---

En conjunto, nuestras instalaciones acuáticas están concebidas para ofrecer una experiencia completa, abarcando desde la relajación hasta la diversión activa. Nos esforzamos por asegurar que cada visitante encuentre su espacio ideal para disfrutar de un día inolvidable en el agua.

### ***Áreas de hospedaje***

Se conciben como una experiencia única que amalgama la comodidad con una conexión íntima con la naturaleza. Este enfoque armoniza la elegancia moderna con la serenidad que emana del entorno natural circundante. La conceptualización trasciende la mera estética arquitectónica y se materializa en senderos accesibles y áreas de descanso al aire libre que brindan oportunidades para la relajación y la inmersión en el entorno natural circundante. Las áreas de hospedaje son una extensión armoniosa del parque, donde la

modernidad se entrelaza orgánicamente con la naturaleza, y las comodidades contemporáneas coexisten en armonía con la tranquilidad del entorno natural. Este enfoque integral busca ofrecer a los huéspedes una experiencia excepcional que va más allá de lo convencional, integrando el *comfort* moderno con la serenidad de la naturaleza.

---

---

**Figura 38. Ubicación de las áreas de hospedaje del proyecto**



Fuente: elaboración propia.

---

---

### **Proveedores extranjeros y nacionales**

Dentro del mercado se encuentran diversos proveedores de atracciones enfocados al segmento de mercado específicos, muchos de ellos cuentan con años de experiencia y con propuestas únicas de renombre. Al respecto, se generó una investigación de los principales proveedores para nuestro proyecto, analizando los rangos de las atracciones que ofrecen, con el fin de permitir la toma de decisiones con base acertadas.

---

---

**Tabla 11. Catálogo de proveedores**

<b>Proveedor</b>	<b>Precios Montaña rusa acuáticas</b>	<b>Precios de construcción de parque acuático</b>
Bolliger & Mabillard (B&M)	USD 10-100 millones	
Intamin Amusement Rides	USD 1-25 millones	
Vekoma Rides Manufacturing	USD 2-10 millones	
Mack Rides	USD 1-50 millones	
Premier Rides	USD 1-12 millones	
Great Coasters International (GCI)	USD 2-20 millones	
Parques Acuáticos Latinoamérica		USD 50.000-900.000
Parques & Mantenimiento		USD 25.000-200.000
Construcción Inteligente de Piscinas		USD 40.000-500.000
Growers		USD 100.000-1.000.000
Parques y Toboganes		USD 30.0000.-500.000

Fuente: elaboración propia.

---

---

Se solicitaron a las empresas cotización y se revisó información pública sobre sus productos, además de sus condiciones específicas. Teniendo en cuenta las proyecciones previas sobre el espacio, los tiempos y los presupuestos proyectados se generó una selección de los proveedores y los productos que cumplieron nuestro análisis preliminar, como se ve a continuación.

---

---

**Tabla 12. Cotización de productos elegidos**

<b>Proveedor</b>	<b>Equipo</b>	<b>Valor</b>	<b>Descripción</b>
Premier Rides	Sky Rocket II	COP 7.000.000.000	Longitud de juego: 900m Altura Máxima: 45m Numero de Trenes:1

			Capacidad por tren: 16 Personas Capacidad : 700 PPH Velocidad Max: 80km
Intamin Amusement Rides	Spillwater Junior 	COP 4.500.000.000	Longitud de juego: 600 m Altura máxima: 45 m Numero de trenes: 1 Capacidad por tren: 12 personas Capacidad: 600 PPH Velocidad máxima: 40 km
Parques y Toboganes	Parque y área acuáticos 	COP 2.200.000	Río Lento Juego de la Cubeta Tobogán Niños Piscina Niños Piscina de Olas

Fuente: elaboración propia.

### Costos variables

Dentro del proyecto de construcción y desarrollo del parque temático ecológico de Arjona, los costos variables son aquellos gastos que cambian en proporción directa con la actividad o el volumen de visitantes que el parque recibe. Estos costos están vinculados a la operación y el mantenimiento continuo del parque, una vez que está en funcionamiento.

**Tabla 13. Cuadro de costos variables para un parque ecológico de Arjona**

<b>COSTOS VARIABLES</b>
-------------------------

ITEM	DIMENSIONES	CANT.	PRECIO	TOTAL
Licores	Tequila, vodka, aguardiente, champaña, cerveza nacional, cerveza importada, ginebra, mezcal	10	COP 10.000.000	COP 100.000.000
Bebidas	Gaseosas, agua saborizada, productos Postobón, productos coca cola, jugos	1	COP 8 500.000	COP 8.500.000
Vegetales	Cebolla, tomate, legumbres, etc.	10	COP 340.000	COP 3.400.000
Carne	Kilogramo	1000	COP 15.000	COP 15.000.000
Pollo	Kilogramo	1000	COP 10.000	COP 10.000.000
Pescado	Libra	1000	COP 17.000	COP 17.000.000
Pasta	Libra	1000	COP 20.000	COP 20.000.000
Granos (arroz, frijol, etc)	Kilogramo	100	COP 40.000	COP 4.000.000
Platos - vajillas	Vajilla caoba cenizo 4 puestos 16 piezas	1000	COP 40.000	COP 40.000.000
Cubiertos	Set cubiertos inoxidable 43 piezas	1000	COP 30.000	COP 30.000.000
Vasos	Set x 6 vasos oasis largo	1000	COP 20.000	COP 20.000.000
Individuales	Set de 4 individuales colores blancos negros	1000	COP 45.600	COP 45.600.000
Servilletas	Servilleta habana x4 dobladillo de ojo	1000	COP 20.000	COP 20.000.000
Utensilios de cocina	General	400	COP 50.000	COP 20.000.000
Jabón	13 litros de jabón	1	COP 4.000.000	COP 4.000.000
Champú	13 litros de champú	1	COP 2.000.000	COP 2.000.000
Acondicionador	13 litros de acondicionador	1	COP 600.000	COP 600.000

Papel higiénico	Paquetes por 12 rollos	1	COP 8.000.000	COP 8.000.000
Toallas	Algodón diseño - Blancas	1	COP 5.000.000	COP 5.000.000
Misceláneos	Incluye facturas, tinta, etc.	1	COP 45.000.000	COP 45.000.000
ACPM-Gasolina	ACPM-Gasolina	1	COP 15.000.000	COP 15.000.000
<i>Marketing</i>	Campañas <i>online</i> , <i>poster</i> , <i>stand</i> en el aeropuerto	1	COP 85.000.000	COP 85.000.000
Alimentación animales	Concentrado y adquisición de insumos varios	1	COP 30.600.000	COP 30.600.000
			<b>TOTAL</b>	COP 548.700.000

Fuente: elaboración propia.

## Costos fijos

Los costos fijos dentro del parque temático ecológico de Arjona son aquellos gastos que permanecen constantes independientemente del nivel de actividad o de la cantidad de visitantes que el parque temático reciba. Estos no varían en función de la producción o del volumen de operación y se mantienen durante un período específico, en este caso mensual.

**Tabla 14. Costos fijos**

COSTOS SALARIALES				
COSTOS FIJOS	TIPO / UNIDAD	TOTAL MENSUAL	VALOR UNITARIO	TOTAL
<b>SALARIOS</b>				
Director Ejecutivo	Termino indefinido / mes	1	COP 7.500.000	COP 7.500.000
Gerente de Operaciones	Termino indefinido / mes	1	COP 5.500.000	COP 5.500.000

Secretario general	Termino indefinido / mes	1	COP 3.800.000	COP 3.800.000
Gerente de Marketing y Comunicaciones	Termino indefinido / mes	1	COP 5.000.000	COP 5.000.000
Recreador de Experiencia del Visitante	Termino indefinido / mes	1	COP 2.800.000	COP 2.800.000
Gerente de Conservación y Educación Ambiental	Termino indefinido / mes	2	COP 4.500.000	COP 9.000.000
Gerente de Finanzas y Administración	Termino indefinido / mes	1	COP 4.200.000	COP 4.200.000
Coordinador de Atracciones y Eventos	Termino indefinido / mes	1	COP 3.500.000	COP 3.500.000
Coordinador de Talento Humano	Termino indefinido / mes	1	COP 4.800.000	COP 4.800.000
Contador	Prestación de servicios	1	COP 4.500.000	COP 4.500.000
Médico o paramédico	Prestación de servicios	1	COP 5.400.000	COP 5.400.000
Auxiliar administrativo	Termino indefinido / mes	3	COP 2.500.000	COP 7.500.000
Staff	Prestación de servicios	12	COP 2.200.000	COP 26.400.000
Operador de juegos	Termino indefinido / mes	4	COP 2.800.000	COP 11.200.000
Conductor	Termino indefinido / mes	4	COP 2.200.000	COP 8.800.000
Servicios generales	Termino indefinido / mes	3	COP 1.800.000	COP 5.400.000
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>COP 115.300.000</b>

<b>IMPUESTOS Y REGISTROS</b>				
<b>ITEM</b>	<b>PERIODICIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR ANUAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
Registro nacional	ANUAL	1	COP 800.000	COP 66.667

Registro mercantil	ANUAL	1	COP 800.000	COP 66.667
Cámara de comercio	ANUAL	1	COP 25.000.000	COP 2.083.333
Superintendencia	ANUAL	1	COP 4.000.000	COP 333.333
Licencia y permisos	ANUAL	1	COP 15.000.000	COP 1.250.000
Otros	ANUAL	1	COP 60.000.000	COP 5.000.000
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 8.800.000</b>
			<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 170.415.000</b>

ITEM	TOTAL, MENSUAL	VALOR UNITARIO	TOTAL
<b>SERVICIOS Y FINANCIEROS</b>			
WiFi - Internet	1	COP 2.250.000	COP 2.250.000
Agua	1	COP 10.000.000	COP 10.000.000
Luz	1	COP 18.000.000	COP 18.000.000
Gas	1	COP 5.000.000	COP 5.000.000
Mantenimientos varios	1	COP 15.000.000	COP 15.000.000
Licencias/software	1	COP 165.000	COP 165.000
Alquiler terreno mensual	1	COP 120.000.000	COP 120.000.000
			<b>SUBTOTAL</b>
			<b>COP 170.415.000</b>

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a los costos y fabricación de las unidades habitacionales y las principales estructuras del parque, se incluyen los siguientes:

**Tabla 15. Cuadro de costos totales para el parque ecológico de Arjona**

<b>CONSTRUCCIÓN COCINA, OFICINAS Y DEMÁS INSTALACIONES</b>				
DESCRIPCIÓN CONSTRUCCIÓN	CARACTERÍSTICAS	CANT.	PRECIO	TOTAL

Construcción área administrativa	Oficinas administrativas, adquisición de vehículos de transporte interno para personal y área de atención de enfermería	1	COP 460.000.000	COP 460.000.000
Construcción de estación de conversación	Adecuación de corrales, criaderos, caminos, área de bienvenida y adquisición de vehículos tipo safari	1	COP 910.000.000	COP 910.000.000
Construcción de áreas acuáticas	Piscina olímpica con área de adultos spa de relajación, área niños con juegos de agua y un río lento, zona de adrenalina acuática con toboganes y zipline.	1	COP 2.200.000.000	COP 2.200.000.000
Construcción de área de alimentación	3 kioscos de alimentación principal con cocinas totalmente dotadas, y 3 casetas de venta de confite e hidratación	1	COP 750.000.000	COP 750.000.000
Áreas de hospedaje	Construcción de 5 unidades totalmente dotadas	1	COP 600.000.000	COP 600.000.000
Construcción de acceso principal	Área de bienvenida, 4 casetas de tiques, parqueaderos	1	COP 630.000.000	COP 630.000.000
Construcción planta solar 1 MW	Generación de planta solar para la alimentación eléctrica de	1	COP 300.000.000	COP 300.000.000
Obras de infraestructura general	Construcción de caminos, vías internas otras obras generales	1	COP 1.200.000.000	COP 1.200.000.000
Área de juegos mecánicos	Adquisición e instalación de montañas rusas acuáticas y adecuación de lago	1	COP 10.500.000.000	COP 10.500.000.000

	artificial para atracciones y juegos			
			TOTAL	COP 17.550.000.000

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 16. Valores consolidados**

CUADRO CONSOLIDADO	
ITEM	VALOR
Construcción cocina, oficinas y demás instalaciones	COP 18.947.904.600
Gastos variables	COP 548.700.000
Costos fijos	COP 170.415.000
Gasto administrativo	COP 115.300.000

Fuente: elaboración propia.

## ESTUDIO LEGAL

La evaluación legal y administrativa implicó identificar la legislación actual en línea con la aplicabilidad y relevancia en el contexto del proyecto de construcción de un parque temático ecológico en Arjona. Para esto, se abarcaron aspectos como las leyes laborales y las regulaciones específicas del sector turístico, ampliando la información presentada en el análisis de entorno legal.

### Ordenamiento territorial y uso del suelo

- Ley 388 de 1997: regula el ordenamiento del territorio y el uso del suelo en Colombia. Para el caso del parque, se debe cumplir con las disposiciones relacionadas con el uso del suelo para el parque temático de Arjona bolívar.

### Medio ambiente y desarrollo sostenible

- Ley 99 de 1993: “Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones”. Por tanto, será crucial para garantizar prácticas sostenibles en el desarrollo del parque temático ecológico.
- Ley 1333 de 2009: regula el manejo de residuos y actividades potencialmente contaminantes. Para el caso del parque temático, se trata de una ley obligatoria para la gestión de residuos, la preservación y la sostenibilidad del entorno natural dentro del parque temático de Arjona.

## **Turismo**

- Ley 300 de 1996: “establece la ley general del turismo y otras disposiciones”, y entre estas disposiciones se encuentra el manejo del turismo en el país. En el contexto del parque temático de Arjona, es relevante para garantizar la planificación adecuada del proyecto, teniendo en cuenta las medidas dispuestas en la ley y su integración con el entorno local.
- Ley 1558 de 2012: busca promover el turismo sostenible. Su aplicabilidad puede ser crucial para la conceptualización y desarrollo del parque, asegurando prácticas sostenibles y la conservación del entorno.
- Decreto 1293 de 2014: define los principios y criterios para la implementación del turismo sostenible, abordando aspectos como la conservación del patrimonio, la participación comunitaria, la gestión de residuos, la eficiencia energética y la educación ambiental en el sector turístico. Este decreto podría influir en la conceptualización y ejecución del proyecto, favoreciendo prácticas respetuosas con el medio ambiente.
- Ley 1101 de 2006: establece normas para la prestación de servicios turísticos, su calidad, la información que se debe proporcionar a los consumidores y las medidas de seguridad en el sector. Su aplicabilidad podría implicar el cumplimiento de estándares de calidad y seguridad en las instalaciones del parque.

- Decreto 2438 de 2010: "Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de servicios turísticos". Este decreto regula aspectos relacionados con el turismo, por lo cual podría tener implicaciones directas en la planificación y operación del parque temático.
- Decreto 1074 de 2015: "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo". Este decreto regula temas relacionados con el turismo, y su aplicación podría afectar la operación y gestión del parque temático.
- Decreto 504 de 1997: reglamenta el Registro Nacional de Turismo.
- Decreto 1075 de 1997: versa sobre sanciones a prestadores de servicios turísticos y señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.
- Decreto 1076 de 1997: se reglamenta el sistema de tiempo compartido turístico.
- Decreto 2395 de 1999: reglamenta la Ley 300 de 1996 en lo relacionado con la inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico.
- Decreto 174 de 2001: reglamenta el Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Especial.
- Decreto 1824 de 2001: dicta disposiciones relacionadas con la actividad de los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
- Decreto 1825 de 2001: dicta disposiciones relacionadas con la actividad de los guías de turismo.
- Decreto 2074 de 2003: modifica el Decreto 504 de 1997 121.
- Decreto 2590 de 2009: reglamenta las Leyes 300 de 1996 y 1101 de 2006, el Decreto 4933 de 2009 y el Decreto 2590 de 9 de julio de 2009.
- Decreto 774 de 2010: dicta disposiciones relacionadas con el derecho de retracto en la venta de tiempo compartido turístico.
- Decreto 2438 de 2010: dicta disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las agencias de viajes en la prestación de servicios turísticos.

- Decreto 297 del 23 de febrero de 2016: reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para los servicios turístico.
- Circular 008 de 2012: instruye a las Cámaras de Comercio del país sobre la forma en que deberán asumir los registros a que se refiere el artículo 166 del Decreto Ley 019 de 2012.

## **Impuestos aplicables al desarrollo y mantenimiento del parque temático de Arjona**

### ***Impuesto sobre la renta (Impuesto a la renta)***

Las empresas en Colombia están sujetas al impuesto sobre la renta. La tasa de impuesto varía según la naturaleza y tamaño de la empresa. Es importante considerar las deducciones y beneficios fiscales disponibles para actividades específicas, como los parques temáticos ecológicos.

### ***Impuesto al Valor Agregado (IVA)***

El IVA es un impuesto indirecto sobre bienes y servicios. Las actividades relacionadas con el entretenimiento y el turismo pueden estar sujetas al IVA. Sin embargo, algunos servicios específicos pueden estar exentos o tener una tasa reducida.

### ***Retención en la fuente (Retefuente)***

La retención en la fuente es una retención anticipada del impuesto sobre la renta. Los pagadores realizan retenciones a ciertos proveedores de servicios. La tasa de retención puede variar según la naturaleza de la transacción.

### ***Impuesto de Industria y Comercio (ICA)***

El ICA es un impuesto local aplicado por los municipios. Su tasa y base gravable pueden variar según las regulaciones locales. Los parques temáticos podrían estar sujetos a este

impuesto en la jurisdicción de Arjona. Por tanto, es preciso realizar una revisión detallada de las leyes y regulaciones locales, así como buscar asesoramiento profesional para garantizar el cumplimiento adecuado con todas las obligaciones tributarias para el adecuado desarrollo y mantenimiento del parque.

### ***Impuesto de 4\*1000***

Se trata de un impuesto regulado por la Ley 233 de 1995 y el Decreto 1683 de 1995. Grava transacciones financieras, y es recaudado por cada entidad financiera, aunque no se aplica a todas las transacciones financieras y cuenta con excepciones y límites.

### ***Beneficios tributarios***

Dada la naturaleza del proyecto, se encuentran las posibilidades de poder acceder a beneficios tributarios, entre ellos, descuento sobre la renta, exención de IVA sobre la adquisición de equipo o maquinaria sostenible, además de tarifa preferencial en IVA por prestación de servicios que generen impacto ambiental positivo.

Para acceder a estos beneficios se deberán revisar las regulaciones vigentes y los procesos requeridos por la nación para su acceso, y consultar con un profesional que nos permita asesorar sobre la forma más eficiente del uso de estos beneficios

### **Trabajo y Seguridad Social**

- Código Sustantivo del Trabajo: regula las relaciones laborales en Colombia. Debemos cumplir con las disposiciones relacionadas con la contratación de personal para la construcción y operación del parque temático de Arjona.
- Resolución 3840 de 2009: la Ley 1336 de 2009 exige que los prestadores de servicios turísticos implementen un Código de Conducta para prevenir la explotación sexual de menores. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es encargado de elaborar este código, con la colaboración de organismos del sector turístico, por lo cual el parque debe cumplir con él.

- Resolución 3160 del 5 de octubre de 2015: “Por la cual se establecen los requisitos para la certificación en Normas Técnicas Sectoriales Obligatorias y Voluntarias por medio de la plataforma virtual para la certificación en calidad turística”.

## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

El desarrollo de la construcción del parque requiere considerar no solo la concepción y disposición física del lugar, sino también la estructura organizacional y los procesos que lo sustentarán. Este estudio se enfoca en abordar los aspectos necesarios para definir una organización sólida y eficaz que pueda gestionar el parque de manera óptima. Para lograrlo, se establecieron responsabilidades claras y flujos de trabajo que aseguren el funcionamiento, al tiempo que se fija una alineación constante con los objetivos de la compañía.

### **Estructura organizacional**

La composición del equipo humano que conformará la organización mereció una exhaustiva evaluación que requiere un análisis detallado. El objetivo primordial de este análisis es definir los perfiles individuales, roles específicos, funciones designadas y responsabilidades asignadas a cada miembro la estructura organizativa. Al ser el cimiento sobre el cual se erige la dinámica de la empresa, debe ser robusta y estar claramente definida en todos sus aspectos. La armonización entre los distintos cargos y las tareas asignadas es crucial, ya que esto garantizará una operatividad cohesionada y coherente para el funcionamiento óptimo de la entidad.

La elaboración de los perfiles de los integrantes del equipo humano ofreció la oportunidad de identificar tanto sus capacidades como sus áreas de mejora. Esta evaluación se traducirá en la capacidad de brindar confianza al cliente, factor fundamental en el cumplimiento de los compromisos adquiridos. De hecho, esta premisa constituye el punto de partida para uno de los elementos que distingue a esta empresa: la dedicación al acompañamiento y el servicio posventa.

Al analizar y establecer perfiles de manera minuciosa, se logró comprender mejor la composición individual del equipo y se destacó la riqueza de habilidades y competencias que aporta cada miembro. La identificación de fortalezas permitió también capitalizar aspectos positivos, mientras que la identificación de debilidades proporcionó oportunidades concretas de mejora y desarrollo. Estos esfuerzos culminan en una propuesta de valor integral para los clientes, donde se fusionan la calidad de los servicios con la confianza en la competencia y el compromiso del equipo.

### ***Perfiles de los cargos***

La creación de un parque temático ecológico en Arjona, Bolívar, requiere un equipo diverso de profesionales comprometidos con la sostenibilidad y la experiencia del visitante. Estos perfiles de cargos desempeñarán roles esenciales para garantizar el éxito del parque y la conservación del entorno natural. Desde la administración hasta la interpretación ambiental, estos profesionales se unirán para brindar una experiencia educativa e integral a los visitantes, manteniendo un fuerte enfoque en la conservación del entorno.

**Tabla 17. Perfiles, requerimientos y funciones**

<b>Nombre del perfil</b>	<b>Requerimientos</b>	<b>Principales funciones</b>
<b>Director Ejecutivo</b>	Licenciatura o posgrado en Administración, Negocios u otra disciplina relevante.	-Responsable general de la gestión estratégica y operativa del parque. -Toma de decisiones clave y supervisión de todas las áreas.
<b>Gerente de Operaciones</b>	Grado universitario en Administración, Ingeniería Industrial u otra disciplina similar.	-Supervisión y coordinación de las operaciones diarias del parque. -Manejo de la logística, mantenimiento y seguridad.

<p><b>Secretario general</b></p>	<p>-Título universitario en Administración de Empresas, Secretariado Ejecutivo u otra disciplina relacionada.          -Experiencia previa en roles administrativos, de secretariado o asistencia a la dirección.          -Familiaridad con el sector turístico y principios de sostenibilidad.          -Conocimiento de <i>software</i> de oficina y sistemas de gestión administrativa.</p>	<p>-Gestionar actividades administrativas y operativas.          -Brindar apoyo a la alta dirección en la toma de decisiones y coordinación estratégica.</p>
<p><b>Gerente de Marketing y Comunicaciones</b></p>	<p>Licenciatura en <i>Marketing</i>, Comunicaciones o campo similar. Experiencia en <i>marketing</i> turístico preferiblemente.</p>	<p>-Desarrollo de estrategias de <i>marketing</i> y promoción para atraer visitantes.          -Manejo de las comunicaciones internas y externas.</p>
<p><b>Recreador de Experiencia del Visitante</b></p>	<p>Educación en hospitalidad, turismo o campo similar. Experiencia en gestión de la experiencia del cliente.</p>	<p>-Encargado de garantizar una experiencia excepcional para los visitantes.          -Coordinación de actividades, entretenimiento y servicios.</p>
<p><b>Gerente de Conservación y Educación Ambiental</b></p>	<p>Licenciatura en Biología, ciencias ambientales o campo relacionado. Experiencia en conservación y educación ambiental.</p>	<p>-Supervisión de programas educativos y actividades de conservación.          -Implementación de estrategias para promover la conciencia ambiental.</p>
<p><b>Gerente de Finanzas y Administración</b></p>	<p>Grado en finanzas, contabilidad o campo similar. Experiencia en roles financieros y administrativos.</p>	<p>-Control financiero, presupuesto y gestión de recursos económicos.          -Administración de recursos humanos y aspectos administrativos.</p>
<p><b>Coordinador de Atracciones y Eventos</b></p>	<p>Educación en gestión de parques temáticos o similar. Experiencia en operación de atracciones preferida.</p>	<p>-Planificación y organización de eventos temáticos, talleres y programas.          -Coordinación con otros departamentos para asegurar el funcionamiento adecuado.</p>
<p><b>Coordinador de Talento Humano</b></p>	<p>-Competencia en procesos de selección, capacitación y gestión del desempeño.          -Competencia en procesos de selección, capacitación y gestión del desempeño.</p>	<p>- Selección y desarrollo del personal          - Gestión de políticas laborales y ambiente de trabajo</p>

<b>Abogado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Título en Derecho.</li> <li>-Experiencia en derecho ambiental y laboral.</li> <li>-Conocimiento en redacción de contratos y normativas turísticas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Asesoría legal en cumplimiento normativo y regulaciones ambientales.</li> <li>-Elaboración y revisión de contratos y acuerdos con proveedores y empleados.</li> </ul>
<b>Contador</b>	Contador público con título universitario y registro profesional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Gestionar las finanzas y contabilidad del parque temático.</li> <li>-Elaborar informes financieros y asegurar el cumplimiento de normativas fiscales.</li> </ul>
<b>Auxiliar administrativo</b>	Educación técnica o administrativa. Experiencia previa en tareas administrativas preferida.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Asistir en tareas administrativas y de oficina.</li> <li>-Coordinar actividades logísticas y apoyar en la atención al cliente.</li> </ul>
<b>Médico o paramédico</b>	Licenciatura en Medicina o Paramedicina. Experiencia en atención de emergencias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Brindar atención médica de emergencia a visitantes y empleados.</li> <li>-Supervisar la seguridad sanitaria y gestionar situaciones médicas en el parque.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia.

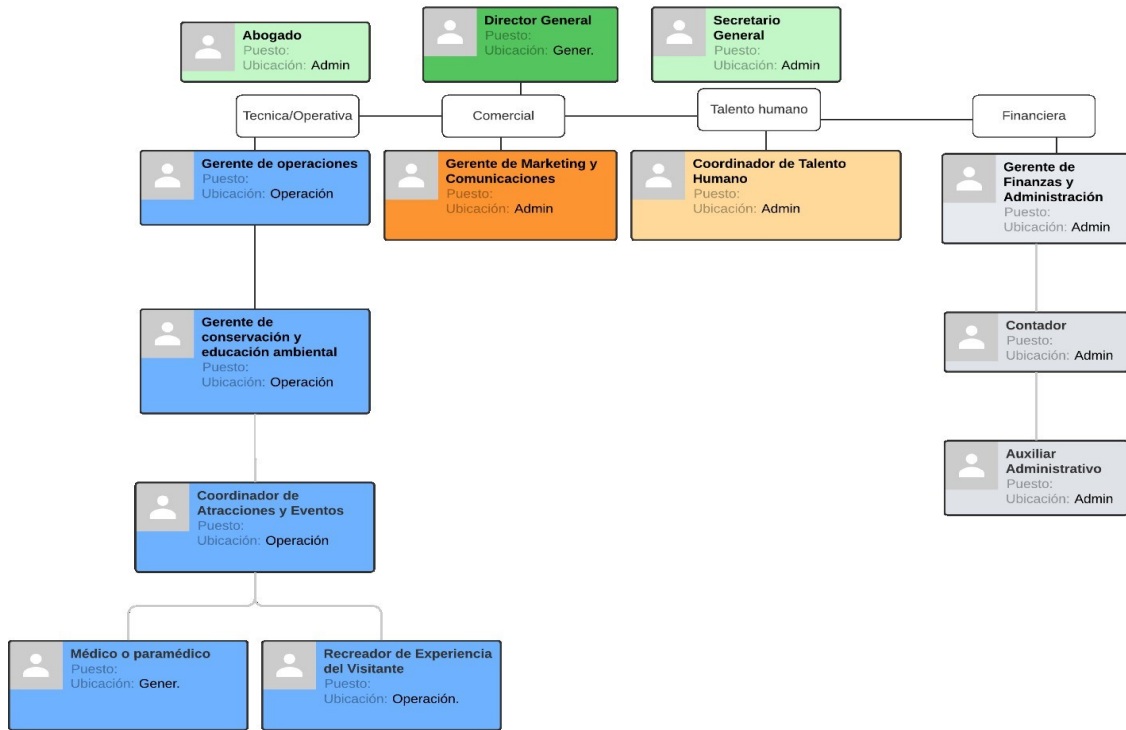
---

Es importante que cada rol tenga claras responsabilidades y que exista una comunicación efectiva entre los diferentes departamentos para garantizar el éxito integral del proyecto. A continuación, se presenta el diagrama de la estructura organizativa de la empresa junto con las descripciones de los roles correspondientes:

---

**Figura 39. Organigrama del parque**

**Organigrama Parque tematico Arjona Bolivar**



Fuente: elaboración propia.

El organigrama ilustra la estructura jerárquica de la empresa y muestra la relación entre los cargos y las áreas de responsabilidad. La estructura permite una clara línea de mando y responsabilidad, asegurando que cada área de la empresa esté supervisada y dirigida por un profesional capacitado y especializado en su campo.

**Tabla 18. Personal requerido para el parque**

COSTOS FIJOS	ÁREA DE TRABAJO	CANTIDAD
Director Ejecutivo	Administrativo	1
Gerente de Operaciones	Administrativo	1
Secretario General	Administrativo	1
Gerente de Marketing y Comunicaciones	Comercial	1

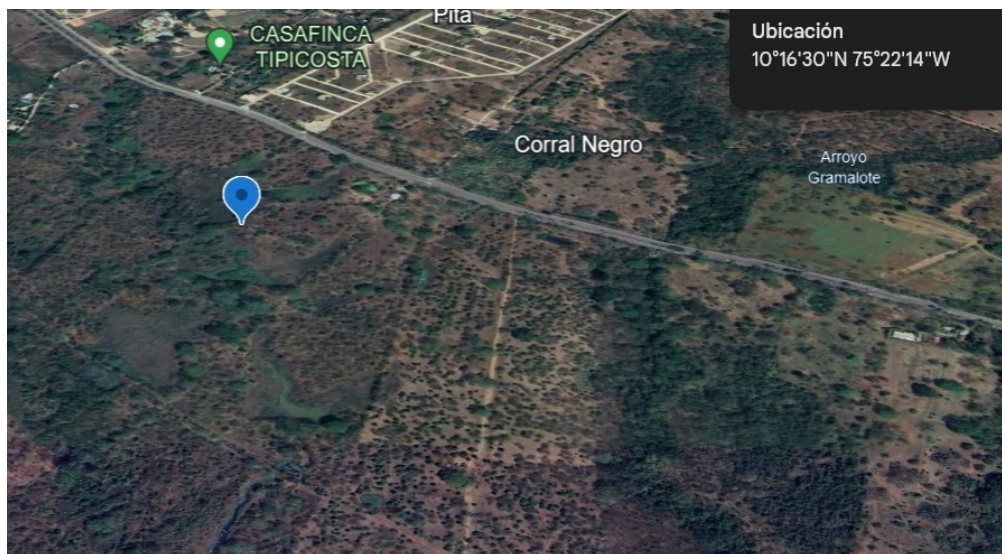
Recreador de Experiencia del Visitante	Técnica/operativa	1
Gerente de Conservación y Educación Ambiental	Técnica/operativa	2
Gerente de Finanzas y Administración	Financiera	1
Coordinador de Atracciones y Eventos	Técnica/operativa	1
Coordinador de Talento Humano	Talento humano	1
Contador	Financiera	1
Médico o paramédico	Técnica operativa	1
Auxiliar administrativo	Financiera	3
Staff	Técnica/operativa	12
Servicios generales	Técnica/operativa	3
Conductor	Operativa	4
Operador de juegos	Operativa/técnica	4

Fuente: elaboración propia.

## ESTUDIO AMBIENTAL

Como se mencionó, el proyecto se encuentra ubicado en la vía 90 cerca de Corral Negro, seleccionado por su potencial comercial y turístico. La distancia a Cartagena es de 25 km, con una altitud de 63 msnm y temperatura promedio de 30 °C. El área municipal tiene ciénagas y arroyos, con un relieve ondulado que no supera los 200 msnm. Los límites geográficos son Turbaco al norte, San Estanislao y Mahates al este, María La Baja al sur, y Turbará y San Onofre al oeste.

**Figura 40. Ubicación Proyecto Parque Temático Arjona**



Fuente: Google Earth (s.f).

---

La población que se divisa en la parte derecha inferior es la zona urbana del municipio de Arjona.

### **Legalización ambiental**

Dada la índole del proyecto, el cual se enfoca en la construcción y desarrollo de un parque temático ecológico destinado a la prestación de servicios vinculados al turismo sostenible, actividades que, de acuerdo con el artículo 3 del Decreto 2041 de 2014, pueden generar "un deterioro grave a los recursos naturales renovables o al medio ambiente o introducir modificaciones considerables o notorias al paisaje", se hace imperativo gestionar el correspondiente trámite de licencia ambiental.

El procedimiento ambiental primordial para este proyecto consiste en obtener la licencia ambiental, que otorga la Autoridad Nacional de Licencias Ambientales (ANLA). Implica realizar visitas de campo, evaluar técnicamente el Estudio de Impacto Ambiental (EIA), examinar los efectos ambientales derivados del desarrollo de las obras y actividades del proyecto y las medidas de gestión y monitoreo especificadas en el Plan de Manejo Ambiental (PMA) (Decreto 1728 de 2002).

De acuerdo con el Decreto 1076 de 2015, la licencia ambiental constituye la autorización conferida por la ANLA para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que, de acuerdo con la normativa y reglamentación vigente, pueda ocasionar un deterioro significativo a los recursos naturales renovables o al medio ambiente, o introducir alteraciones notables al paisaje. Quienes obtengan dicha licencia se encuentran sujetos al cumplimiento de requisitos, términos, condiciones y obligaciones establecidos por la misma, relacionados con la prevención, mitigación, corrección, compensación y gestión de los efectos ambientales inherentes al proyecto, obra o actividad autorizada. Su vigencia abarca la totalidad de la vida útil del proyecto (Decreto 1728 de 2002).

Dado que el proyecto implica la edificación del parque temático ecológico en Arjona, es imperativo considerar todas las disposiciones legales y los permisos de construcción en zonas rurales, los cuales están reglamentados por medio del Decreto 97 de 2006. Este decreto, que norma la expedición de licencias urbanísticas en suelos rurales, establece pautas fundamentales que deben ser observadas en el proceso de construcción.

La conformidad con dichas normativas se entrelaza con las particularidades inherentes al emplazamiento y las posibles afectaciones que podrían derivarse de los servicios ofrecidos en el parque. En este sentido, el proyecto de construcción debe integrarse de manera integral en el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) del municipio de Arjona. Los alcaldes de los municipios y distritos son responsables de formular los POT, lo cual añade un nivel adicional de consideración y planificación estratégica para garantizar la coherencia del proyecto con la visión y directrices establecidas en el desarrollo territorial.

Desde una óptica turística, es imperativo considerar la disposición normativa contenida en el Artículo 2.2.4.4.13.4 del Decreto 1845 de 2021, que aborda la inscripción y renovación en el Registro Nacional de Turismo. Esta medida es indispensable para la debida tramitación de todos los permisos requeridos ante la autoridad nacional competente.

En el marco de las iniciativas de desarrollo, se contempla la implementación de un recinto destinado a proporcionar servicios de entretenimiento y educación ambiental. Para llevar a cabo esta iniciativa, es preciso considerar las disposiciones establecidas en el Capítulo III, específicamente el Artículo 181, del Decreto 1608 de 1978. Según dicho artículo, cualquier entidad, sea persona natural o jurídica, pública o privada, que pretenda plantear un establecimiento como el aquí considerado, debe presentar una solicitud formal de licencia de funcionamiento por escrito ante la entidad administradora del recurso para realizar el proyecto.

Los servicios proporcionados por el parque temático ubicado en Arjona abarcan un amplio espectro que incluye tanto formas de entretenimiento como oportunidades para la educación medioambiental. Esto se complementa con opciones de alojamiento temporal y un considerable potencial de desarrollo en el ámbito turístico que la región ofrece. En este contexto, es importante señalar que las restricciones y las definiciones relacionadas con el tipo y la modalidad de turismo se regirán por el Artículo 2.2.4.4.13.5, el cual aborda específicamente los Servicios Turísticos de Ecoturismo y Agroturismo.

El parque distinguirá su propuesta al albergar una colección biológica representativa de la región de la Costa Caribe. En virtud de esta característica, se impone la obligación de observar íntegramente las disposiciones estipuladas en el Artículo 2.2.2.9.1.2 del Decreto 1076 de 2015. Este marco normativo se aplica a personas naturales o jurídicas que ostenten la titularidad de colecciones biológicas, según se especifica en el Parágrafo 1.

Asimismo, se contempla la autorización para recoger ejemplares de especies silvestres de la diversidad biológica, para realizar investigaciones científicas no comerciales. Esta disposición adquiere relevancia según la oferta de servicios turísticos asociados al turismo científico, en la que se permite la captura temporal o definitiva de especímenes para su inclusión en colecciones científicas o museográficas, conforme al artículo 2.2.2.8.1.2 del Decreto 1076 de 2015.

## Línea base del proyecto

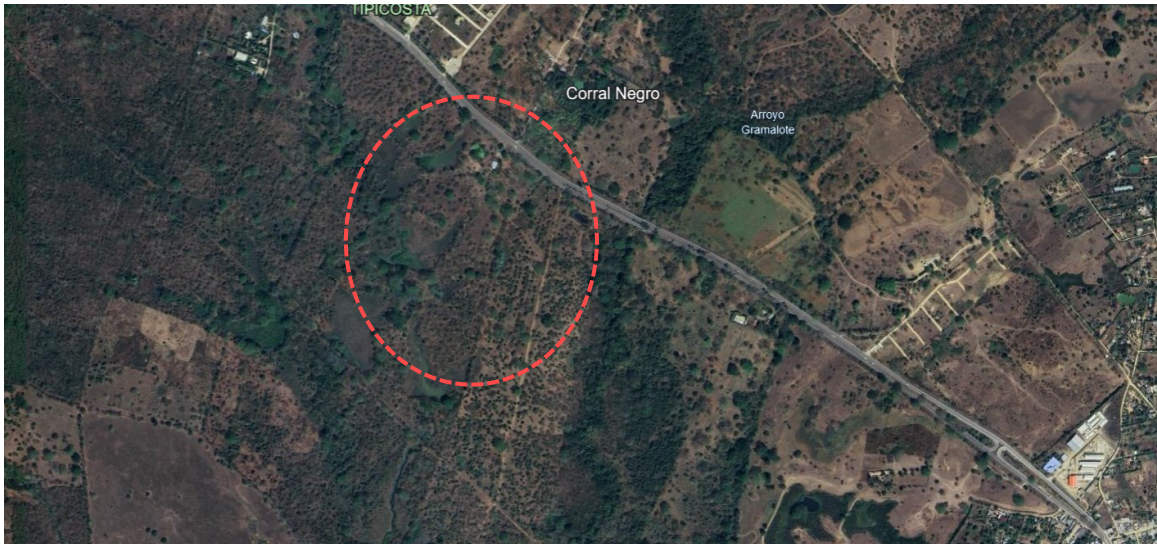
### ***Microlocalización ambiental***

Conforme a las introducciones generales del proyecto, se planifica llevar a cabo el desarrollo en la municipalidad de Arjona, ubicada en el departamento de Bolívar, Colombia. La localidad está en el noroeste de Bogotá y tiene como capital a Cartagena de Indias, con 46 municipios en su jurisdicción.

---

---

**Figura 41. Ubicación de área del proyecto**



Fuente: Google Earth (s.f).

---

---

### ***Inventario ambiental***

Como punto de referencia, se tomó en cuenta la información suministrada por el parque Santuario de Flora y Fauna El Corchal "El Mono Hernández". Para la descripción del inventario ambiental se toma como punto de partida el documento de investigación publicado por Parques Nacionales Naturales de Colombia.

**Tabla 19. Inventario ambiental**

<b>Sistema abiótico</b>	
Climatológica	El clima del territorio del departamento de Bolívar está determinado por la posición con respecto a la línea del Ecuador, las variaciones latitudinales, el efecto de los vientos Alisios del norte y del nordeste, la proximidad al mar. La zona exhibe un rango de condiciones climáticas que varían desde un clima seco hasta húmedo, distribuido en dos pisos térmicos: cálido y templado. A pesar de estas variaciones, se observa una notoria homogeneidad en la distribución de las temperaturas, registrando un promedio ligeramente superior a los 24 °C en la mayor parte del departamento.
Relieve	La falta de presencia de sistemas montañosos y colinas en la región, caracterizada por su fisiografía que carece de notables accidentes montañosos, exhibe un fenómeno de tipo montañoso en las áreas adyacentes a los límites con Antioquia. En concordancia con la topografía típica de zonas montañosas en el país, se percibe un descenso en la temperatura media conforme aumenta la altitud.
Hidrografía	La ecorregión alberga un extenso complejo de ciénagas de 25.000 hectáreas, para mitigar el flujo del canal y transformarse en áreas de inundación en temporadas de crecidas de este. La abundancia de recursos hídricos en la ecorregión, representada por las vastas ciénagas, influye significativamente en la composición del suelo en sus inmediaciones.
Vientos	El régimen climático del área correspondiente al departamento de Bolívar se encuentra influenciado por la interacción de los vientos Alisios provenientes de las direcciones norte y nordeste. Este fenómeno atmosférico es un factor preponderante en la configuración del clima que caracteriza la región.
<b>Sistema biótico</b>	
Fauna	Dentro de la extensión del área, se puede apreciar una diversidad significativa de avifauna, con un registro de 153 especies hasta la fecha. Entre estas, se destacan especies como el chavarri, el águila pescadora, el bebehumo, diversas especies de garzas, pelicanos, cormoranes, una amplia variedad de loros y aves propias de humedales. Asimismo, el área alberga un número considerable de especies de mamíferos, entre las que se incluyen la zorra manglera, el poncho o chigüiro, el mono aullador, el mico tití y la quartinaja.
Flora	En la región, es frecuente la presencia de manglares como el rojo, negro, piñuelo, Zaragoza y bobo, así como de árboles de corcho, ceibas imponentes, cantagallos e higueros, junto con una amplia diversidad de vegetación acuática y flotante que se

	<p>extiende a lo largo de los caños y ciénagas. Dentro del Santuario, se identifican 1094 hectáreas de vegetación herbácea inundada, predominantemente conformada por gramíneas altas. Asimismo, se destacan áreas uniformes de helecho "mata tigre" ubicadas al sur y al oriente del área, sobre las llanuras de inundación de los caños Correa, Rico, Burro y Portobelo.</p>
Ecosistemas	<p>Se presentan los bosques de manglar y los bosques pantanosos de corcho. En su interior hay muchas lagunas de manglar y entornos deltaicos.</p>
<b>Sistema antrópico</b>	
Economía	<p>Arjona, debido a su ubicación en la Zodes (Zona de Desarrollo Económico y Social) Dique y su amplia extensión territorial a lo largo del Canal del Dique, exhibe una marcada vocación económica y productiva en el ámbito agropecuario, destacándose significativamente en actividades ganaderas, agrícolas y pesqueras. De igual manera, su proximidad geográfica con la capital del departamento de Bolívar propicia la instalación de empresas de carácter departamental y nacional, especializadas en los sectores industrial, comercial y de prestación de servicios.</p>
Población local	<p>En esta ecorregión se registran 239.297 habitantes, según los datos recogidos en el censo de población y vivienda del (DANE) en 2018. Arjona se destaca como el núcleo poblacional más significativo, albergando la mayor proporción de habitantes en esta área geográfica. Además, este municipio distingue ser la jurisdicción con mayor urbanización dentro de la ecorregión.</p>
Población objetivo – Turistas	<p>En relación con los visitantes que optaron por desplazarse por medios terrestres, se registraron 1.028.882 personas, lo cual representa el 13% del total de personas que subieron a Cartagena por esta modalidad. Se observa un incremento respecto al registro del mismo período del año 2022.</p>
Aspectos culturales	<p>El municipio de Arjona se distingue por su rica herencia cultural, evidenciada a través de destacados personajes locales con contribuciones significativas en ámbitos como la política, la literatura y la historia. Entre ellos, se encuentran Arturo Matson Figueroa, Carlos Tinoco Orozco, Mariana de Castro, y Luis Yarzagaray Cogollo, entre otros. La comunidad arjonera celebra festividades religiosas como La Candelaria, San Antonio, San Roque, La Inmaculada Concepción y Santa Lucía. Además, el municipio organiza diversas festividades, como las Corralejas, el Encuentro Local de Compositores, el Festival Bolivarense de Acordeón, las Fiestas de la Virgen de la Candelaria, y el Festival Nacional de Cuenteros. Estos eventos no solo resaltan la riqueza cultural y folclórica, sino que también fomentan la reflexión sobre la identidad cultural y la participación en actividades artísticas en la región.</p>

Fuente: elaboración propia.

## Matriz de impactos ambientales y plan de manejo ambiental

Las herramientas destinadas a la medición y valoración de los efectos que los proyectos tienen en los componentes físicos, bióticos y humanos del entorno permiten la identificación, cuantificación y valoración económica de los impactos y riesgos sociales y medioambientales asociados a un proyecto.

En el caso específico del proyecto Arjona, se adopta la metodología propuesta por Vicente Conesa Fernández. Bajo ella, se evalúa la naturaleza de los impactos, utilizando indicadores como los signos positivos (+), negativos (-), o neutros (0) si son impactos indiferentes. Este enfoque sistemático proporciona una visión integral y detallada de los efectos del proyecto en el entorno, permitiendo una toma de decisiones informada y sostenible.

**Tabla 20. Matriz de impactos ambientales**

Medio	Componente ambiental	INDICADOR AMBIENTAL	MATRIZ DE IMPACTOS AMBIENTALES						
			Construcción del parque	Zona de parqueadero / Recepción		Zona de centro de interpretación información	Zona sendero	Zona de avistamiento de aves	Zona para el recorrido en canoa y canotiro
			Construcción de infraestructura	Traslado de personas	Traslado de vehículos	Información y Capacitación al turista	Sendero de turista	Avistamiento de aves de turista	Recorrido en cuerpos de agua cercanos
MEDIO FÍSICO	Aire	Material Particulado	+		+	+			
		Emisión de gases	+		+	+			
		Fuga de gases	+		+	+			
	Agua	Vertimientos	-		+	-			
		Consumo de agua	+		+	+			
		Uso de agua	+		+	+			
	Suelo	Contaminación suelo			-				
		Afectación de propiedades físicas	-		-				
		Afectación de la calidad microbiológica							
	Residuos	Residuos vegetales							
Residuos inorgánicos		+							
Residuos peligrosos		+							
Residuos domésticos		+			+				
Residuos sólidos		+			+				
Energía	Consumo de energía eléctrica	+			+				
Fauna	Ahuventamiento								
	Disminución de la diversidad				+				
	Dstrucción de habitats				+				
Flora	Disminución de biodiversidad								
	Abundancia relativa								
Paisaje	Calidad visual								
MEDIO ANTROPICO	Empleo	Generación de empleo	+	+		+	+	+	
		Formalización	+	+		+	+	+	
		Mejoramiento de la calidad de vida							
	Infraestructura	Acceso a servicios públicos							
		Mejoramiento en la calidad de acueducto y alcantarillado	-						
		Interrupción en la prestación de los servicios							
		Acceso a programas de formación y capacitación							
			+			+	+	+	
	Educación	Mejoramiento de la prestación del servicio							
	Salud	Mejoramiento de la prestación del servicio							
prestación de servicio		+			+	+	+		
Costumbres	Comportamiento de las comunidades								

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 21. Matriz de valoración de impactos ambientales**

Tabla . Matriz de Valoración de impactos ambientales Parque Tematico de Arjona																									
ACTIVIDADES DEL PROYECTO	ACTIVIDAD ESPECIFICA	ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL	Componente ambiental				Atributos										IMPORTANCIA	CLASIFICACIÓN	OBJETIVOS AMBIENTALES	PROGRAMA DE GESTIÓN				
				Geográfico	Atmosférico	Hídrico	Biótico	Socioeconómico	Naturaliza	Extensión	Persistencia	Sinergia	Efecto	Recuperación	Intensidad	Momento	Reversibilidad					Acumulación	Porfidelidad		
Zona de parqueo y Recepción	Traslado de personas	Generación de residuos	Contaminación de suelo		X						(-) 1	2	1	2	3	4	2	1	1	18	Bajo	Protección del medio ambiente a través de programas de gestión ambiental	Programa de gestión integral de residuos		
	Traslado de vehículos	Emisión de gases y partículas	Contaminación de agua y suelo	X							(-) 2	2	3	1	1	4	2	1	1	2	19	Moderado	Protección del medio ambiente a través de programas de gestión ambiental	Programa de manejo Hídrico/ Programa de manejo estratégico de recursos	
Punto de información del parque	Información y capacitación al turista.	Generación de residuos	Contaminación del suelo	X							(-) 1	2	1	1	4	8	8	2	1	1	29	Moderado	Protección del medio ambiente a través de programas de gestión ambiental	Programa de gestión integral de residuos	
Construcción del parque	Construcción de la Infraestructura	Consumo de agua, Generación de vertimientos (baños), lavado de utensilios	Contaminación de agua / Disminución del caudal			X					(-) 1	1	2	4	8	8	4	2	4	2	36	Alto	Protección del medio ambiente a través de programas de gestión ambiental	Programa de manejo Hídrico	
		Generación de residuos	Contaminación del suelo	X							(-) 4	4	2	2	4	8	2	2	1	1	30	Moderado		Programa de gestión integral de residuos	
		Emisión de gases	Contaminación atmosférica	X							(-) 2	1	2	1	1	4	1	1	2	1	16	Bajo	Protección del medio ambiente a través de programas de gestión ambiental	Programa de uso estratégico de recursos	
Zona de sendero	construcción Sendero guía(Guianza)	Generación de residuos.	Contaminación de agua y suelo	X		X					(-) 2	4	1	2	1	1	2	1	1	2	17	Bajo	Protección del medio ambiente a través de programas de gestión ambiental	Programa de manejo Hídrico	
Zona de recorrido del Zoológico Y Parque acuatico	Recorrido por el zoológico y actividades acuaticas	Afectación al suelo	Cambio de uso de suelo	X		X	X				(-) 1	2	4	8	2	2	4	8	2	8	41	Alto	Protección del medio ambiente a través de programas de gestión ambiental	Medio ambiente.	
		Afectación a la vegetación	Modificación del paisaje	X							(+)	2	1	4	2	1	2	1	2	2	1	18	Bajo		Programa de uso estratégico de recursos
		Consumo y afectación del agua	Uso de agua para recreación y contaminación de agua				X					(-) 1	2	4	1	1	1	2	1	4	2	19	Moderado	Protección del medio ambiente a través de programas de gestión ambiental	Programa de manejo Hídrico

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 22. Tabla de valoración de impactos ambientales**

Valoración de los impactos ambientales	Aspecto ambiental	Descripción	Valor de un bien o servicio ambiental	¿Puede cuantificarse?	Cuantificación monetaria
Bienes ambientales	Fauna	Dentro del proceso de la actividad turística ofertada, y considerando la capacidad de carga, puede impactarse la cantidad de fauna que persista visible en los Ciénagas. La fauna es parte de la explotación que se hará en el parque como atractivo.	Tasas de especies de animales que persisten en los Ciénagas.	Si	Se cuantifica por costo de restauración
	Agua	Corresponde al uso de acueducto en las instalaciones del parque y los servicios obligatorios de baños que deben disponerse, así como puntos de agua potable en el recorrido.	Tasas de agua por uso domestico	Si	Se cuantifica por costo comercial
	Suelo	Corresponde a la infraestructura disponible de sendero en el parque, la instalación de torres de avistamiento y muelle del planchón.	Tasas por aprovechamiento forestal	Si	Gastos preventivos o defensivos
Servicios ambientales	Turismo de naturaleza - ecoturismo	La reserva Parque tematico de Arjona ya es una opción de turismo de naturaleza, lo que se busca es estructurar la oferta a través de turismo sostenible, e infraestructura sin impacto, pero con mayor opción de aprovechamiento de avistamiento y apreciación de la naturaleza.	Costos de viaje		Son difíciles de cuantificar ya que todos los seres vivos y los recursos naturales participan en los múltiples
	Recreación	Parque tematico Arjona es una alternativa diferente del turismo de sol y playa, permite la vista al mangle desde tierra en los senderos, así como avistamiento de vida marina. La recreación alternativa se propende mantener, son una estructuración adicional.	Uso directo: actividad recreativa	No	Se cuantifica por costo de restauración
	Cadena alimenticia	El parque deberá tener observancia y vigilancia para que los turistas no provean alimento o dejen residuos alimenticios que afecten el proceso de alimentación y comportamientos de la fauna en el Ciénagas.	Valor de existencia legado o herencia	No	
	Habitat de especies	Las torres de avistamiento corresponden a un espacio nuevo dentro del parque y permitirá el avistamiento de aves, especies que a su vez pueden sentirse impactadas por las infraestructuras. El planchón para avistamiento de fauna marina es un nuevo elemento dentro de los Ciénagas, que puede impactar el hábitat de especies.	Uso indirecto- creencia del derecho de existencia	No	
Externalidad es ambientales	Bosque fragmentado	La llegada de turistas y la adecuación del parque, aunque sea en lineamientos de Parques Nacionales Naturales, puede impactar la reserva.	N/A	No	
	Pérdida de diversidad de especies	La configuración del turismo de naturaleza podría tener repercusiones en el comportamiento de las especies, dada la proximidad aumentada de los seres humanos, siempre y cuando estén acompañados por expertos en conservación.	N/A	No	
	Paisaje	Modificaciones del paisaje, dada las instalaciones, torres de avistamiento, unidades habitacionales, zoológico etc.	N/A	No	Medio ambiente.
	Alteración del hábitat	El punto de hábitat óptimo en términos de servicios ambientales podría evaluarse mediante la implementación de torres de avistamiento y plataformas flotantes. Estos elementos podrían constituir factores susceptibles de medición en relación con la estabilidad y la permanencia de especies en el entorno de las ciénagas.	N/A	No	

Fuente: elaboración propia.

---

---

La matriz integró de manera sistemática los bienes, servicios y externalidades susceptibles de ser afectados por el proyecto, junto con la propuesta correspondiente para cuantificar dichos impactos. Esta herramienta analítica proporcionó una visión exhaustiva de los elementos que podrían experimentar cambios como resultado del proyecto, además de ofrecer un enfoque específico para evaluar y medir los efectos asociados.

### **Manejo ambiental**

Este documento ha sido elaborado en respuesta a las necesidades específicas identificadas durante la evaluación ambiental, considerando los indicadores ambientales susceptibles de ser afectados por las actividades del proyecto. Su enfoque principal se centra en la implementación de medidas y acciones dirigidas exclusivamente al área de influencia del proyecto.

El objetivo de este documento es presentar las medidas y programas para controlar y manejar las posibles afectaciones generadas por el proyecto en sus diferentes etapas de desarrollo. Para identificar los impactos ambientales en los ámbitos físico, biótico y social, derivados de las diferentes actividades del proyecto, se buscó formular medidas específicas alineadas con cada actividad.

Este enfoque aborda el estado actual de los parámetros ambientales existentes, destacando los mecanismos destinados a prevenir, controlar, minimizar o compensar los posibles efectos adversos sobre los componentes físicos y naturales. Se hace hincapié en aquellos componentes con gran importancia para la conservación y mantenimiento del entorno.

---

---

**Tabla 23. Plan de manejo ambiental**

Producto	Actividad	Aspecto ambiental	Impactos ambientales	Medidas de prevención	Medidas de control	Medidas de mitigación
Centro de visitantes o de interpretación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mostradores de información general</li> <li>Vitrina de ventas</li> <li>Área tipo documental</li> <li>Muestra física de fauna, flora, cultura e historia</li> </ul>	Suelo Paisaje	Modificación del hábitat	Programa de manejo de flora y fauna	Control y registro de cantidad de turistas	Educación para los visitantes. Placas informativas identificando las especies y su importancia. Entregar mapa para visitantes que indiquen los lugares permitidos para transitar.
Guianza por el sendero interpretativo	Tránsito de personas por el sendero	Suelo Paisaje	Transformación del terreno- bosque fragmentado		Poner límites en el sendero para evitar tránsito en zonas no autorizadas	
Avistamiento de Reptiles	Visita zonas de visualización de reptiles	Ruido	Ahuyenta especies de fauna			
Recorrido en canoa a través de las cienagas	Paseo sobre las cienagas	Agua	Durante el paseo arrojar algún tipo de Residuo al río	Programa de recomendaciones en el paseo sobre la cienaga	Imposición de multas	Placas donde se informe la prohibición de arrojar basura al río.
		Seguridad de visitantes y personal	Posible caída al lago	Programa de prevención y seguridad	Contratación de un Salvavidas Suministro de Chalecos Salvavidas	Charlas educativas sobre medidas de cuidado para no caer al río.
Área administrativa	Venta y preparación de alimentos-instalaciones administrativas	Suelo	Disposición de residuos sólidos	Programa de manejo de residuos	Separación de residuos	Definir zonas de almacenamiento y acopio de residuos sólidos.
		Consumo de agua	Reducción de recursos naturales	Programa de uso racional de agua	Mantenimiento a los grifos y tuberías	Utilización de dispositivos que limiten la presión.
		Consumo de electricidad		Programa de optimización energética	Reducir apertura de neveras	Utilizar bombillas ahorradoras. Aprovechamiento de la luz natural.
	Parqueadero visitantes	Aire	Contaminación emisión de vehículos	Programa de chequeo de vehículo al ingreso	Corroborar el certificado de revisión técnico mecánica para los vehículos que aplique	Realizar inspección visual. Incluir en la tarifa un transporte para el desplazamiento desde la vía principal para llevar a los visitantes, utilizando un vehículo eléctrico.
Suelo		Derrames de fluidos como aceites				
Comunidad	Contratación de mano de obra	Relación con la comunidad	Operación de la actividad en el área de influencia	Plan de apoyo a la comunidad	Establecer que el 100% de la mano de obra sea local.	Establecer un canal directo con la comunidad.
	Compra de Insumos y servicios					

Fuente: elaboración propia.

### **Programa de manejo de vertimientos líquidos**

La organización dispondrá de un sistema de Planta de Tratamiento de Agua Potable No Doméstica (PTAR ND) y una laguna de decantación diseñados para mejorar la calidad del agua resultante, con el propósito de recircularla en los procesos operativos y productivos del parque temático. De esta manera, se busca promover el ahorro y uso eficiente del agua, cumpliendo con el compromiso ambiental de contribuir a la conservación del recurso hídrico.

En el caso de las aguas residuales domésticas, se establecerá una conexión mediante tuberías que las conducirán hacia un sistema de unidad de pretratamiento en el lugar de generación. Este sistema incluirá trampas para grasas y sólidos, a fin de velar por un manejo adecuado de dichas aguas residuales.

### ***Descripción de medidas de manejo para el parque***

La supervisión y seguimiento del sistema de tratamiento de aguas residuales en el parque temático, usado como método de recirculación para sus actividades, se realizará regularmente. Esto se llevará a cabo mediante un análisis exhaustivo de las condiciones físicas y la adaptación de los animales a este proceso.

Las unidades de gestión de pretratamiento ubicadas en el lugar de generación serán sometidas a revisiones y mantenimiento periódicos, incluyendo la limpieza del sistema de trampas de sólidos. Estas acciones se diseñan para garantizar la eficacia y minimizar cualquier impacto negativo en el entorno del parque temático, asegurando el bienestar animal y la integridad ambiental.

---

**Figura 42. Ubicación de la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) principal del proyecto**



Fuente: elaboración propia.

---

### ***Establecimiento del Departamento de Gestión Ambiental para el parque***

En conformidad con lo estipulado en el Decreto 1299 del 22 de abril de 2008, el parque contará con un Departamento de Gestión Ambiental. Actualmente, este es un paso adelante con el que se cuenta, en tanto la iniciativa está formalizada mediante circular emitida el 1 de junio de 2016 por el representante legal de Zoocriadero Fuscus de Colombia S.A.S., empresa sobre la cual se pretende erigir el proyecto en su posible fase de ejecución.

El Departamento de Gestión Ambiental tiene como propósito supervisar de manera efectiva la gestión de residuos, mantener registros que permitan la cuantificación de indicadores asociados a la producción, el tratamiento y disposición de residuos sólidos, coordinar programas de capacitación, sensibilización y educación ambiental para el personal, llevar un control detallado de las actividades internas de la empresa, y liderar la revisión y mejora continua de los procesos relacionados con residuos sólidos.

La implementación del Departamento de Gestión Ambiental se fundamenta en la necesidad de regular y controlar las actividades que se llevarán a cabo en el parque, en materia ambiental. Este enfoque busca prevenir la adopción de conductas perjudiciales para el medio ambiente y garantizar la sostenibilidad de las operaciones del parque.

Las acciones para desarrollar por parte del Departamento serán las siguientes:

- Organizar y supervisar la ejecución de las actividades ambientales.
- Gestionar las acciones necesarias para la contratación de estudios, obras y actividades orientadas a la protección y manejo ambiental de la empresa.
- Supervisar las actividades del zoo criadero para detectar posibles inconvenientes que puedan generar problemas ambientales o sociales, recomendando las acciones correctivas correspondientes.

## **ESTUDIO FINANCIERO**

Este constituye la etapa final del proceso de evaluación de la viabilidad del proyecto, recopila datos e información de las fases previas en elemento analítico y conciso, por medio de cuadros analíticos y datos adicionales, ordenando y sistematizando la información monetaria para estudiar los factores y determinar su rentabilidad y viabilidad.

Los flujos de ingresos representan los ingresos que tiene el proyecto, bien sea por su operación, por venta del producto o del servicio o por otros conceptos, como la venta de activos fijos por reinversiones. Los flujos de egresos están conformados por los costos y los gastos, así como por las inversiones, con excepción de la inicial. La inversión inicial es el monto que el proyecto requiere para iniciar operaciones y la tasa de descuento es la tasa de oportunidad o de retorno esperada por los accionistas. Estos elementos evaluados sobre un horizonte de tiempo, que en el presente caso se define a 25 años, se fundamenta en un estudio de proyectos previos de naturaleza similar. Además, dada la naturaleza de fuentes de financiación se plantea un flujo de caja del proyecto y un flujo de caja del inversionista.

De acuerdo con el estudio de mercado, se determina un flujo proyectado de visitantes (demanda), que genera un valor base de visitantes con una proyección de aumento del 0,91% anual. Adicionalmente, este estudio nos permitió establecer, por medio de un análisis de competencia (oferta), un valor base de la boletería general y una proyección de 5% anual.

Para efectos del análisis se debió establecer un escenario que nos permita una proyección cercana a la realidad. Para ello, se estableció un supuesto aumento real anual del 1% de costos tanto de nómina, indirectos fijos y variables. Para garantizar la ejecución del proyecto durante los primeros meses del proyecto y disminuir los riesgos se proyectó un valor de COP 5.684.371.380, reflejado en el flujo de caja de inversionista.

En la estructuración de las depreciaciones y gastos financieros se utilizó un método de depreciación lineal de los equipos con una proyección a 25 años, con un valor de préstamo de COP 12.000.000 y una tasa de interés del 16,08% EA (efectiva anual). Esta deuda se proyectó a 20 años, para establecer la amortización del préstamo y calcular los gastos financieros.

**Tabla 24. Tabla flujo de caja proyectado para el parque**

LUJO DE CAJA PROYECTADO		Año 0	Año 1	Año 2	...	Año 24	Año 25
(+) Ingresos por ventas	PRECIO DE VENTA		\$ 95.000,00	\$ 99.750,00	...	\$ 291.794,76	\$ 306.384,49
	UNIDADES		63.582	93.354	...	897.833	941.959
	INGRESOS POR VENTAS	\$ -	\$ 6.040.299.438	\$ 9.312.042.881		\$ 261.983.022.504	\$ 288.601.676.685
-) CMV por año	MATERIAS PRIMAS						
	NOMINA		\$1.383.600.000	\$1.397.436.000		\$1.739.410.752	\$1.756.804.860
	CAPITAL DE TRABAJO						
	COSTOS INDIRECTOS FIJOS Y VARIABLES		\$8.629.380.000	\$8.715.673.800	...	\$10.848.537.407	\$10.957.022.781
	TOTAL, CMV	\$ -	\$10.012.980.000	\$10.113.109.800	...	\$12.587.948.159	\$12.713.827.641
(=) Utilidad bruta	\$ -	\$(3.972.680.562)	\$(801.066.919)	...	\$249.395.074.344	\$275.887.849.044	
-)	ADMINISTRACIÓN						

LUJO DE CAJA PROYECTADO		Año 0	Año 1	Año 2	...	Año 24	Año 25
Gastos operacionales	Gastos de operación						
	<b>TOTAL G. OP</b>		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
	(-) depreciación	\$ -	\$ 947.395.230	\$ 947.395.230		\$ 947.395.230	\$ 947.395.230
	(=) Utilidad operacional	\$ -	\$(4.920.075.792)	\$(1.748.462.149)		\$248.447.679.114	\$ 274.940.453.814
	(+) Ingresos no operacionales						
	(-) Valor en libros de los activos vendidos						
	(-) amortización (seguros, pólizas ...)						
	(=) UAll antes impuestos e intereses	\$ -	\$(4.920.075.792)	\$(1.748.462.149)		\$ 248.447.679.114	\$ 274.940.453.814
	(-) Gastos financieros						
	(=) UAI antes impuestos / Bruta	\$ -	\$(4.920.075.792)	\$(1.748.462.149)		\$ 248.447.679.114	\$ 274.940.453.814
	(-) Impuestos		-	-		74.534.303.734,27	82.482.136.144,20
	(=) U neta		\$(4.920.075.792)	\$(1.748.462.149)		\$ 173.913.375.380	\$ 192.458.317.670
	(+) Amortizaciones						
	(+) Depreciaciones	\$ -	\$ 947.395.230	\$ 947.395.230	...	\$ 947.395.230	\$ 947.395.230
	(+) Valor en libros de los activos vendidos	\$ -	\$ -	\$ -	...	\$ -	\$ -
	K DE W	\$5.684.371.380			...		
	- ABONO A CAPITAL				...		
	+ INGR POR PRESTAMOS		\$ -	\$ -	...		
	- INV. EN ACTIVOS FIJOS	\$18.947.904.600			...		
	+ REC CAPITAL DE W		\$ -	\$ -	...	\$ -	\$ -
	+ VALOR DE SALVAMENTO				...		\$ 1.894.790.460,00
	<b>= FLUJO DE FONDOS O DE CAJA NETO</b>	\$24.632.275.980	\$(3.972.680.562)	\$(801.066.919)		\$ 174.860.770.610	\$ 195.300.503.360

FLUJO DE CAJA PROYECTADO		Año 0	Año 1	Año 2	...	Año 24	Año 25
(+) Ingreso por ventas	PRECIO DE VENTA		\$95.000,00	\$99.750,00		\$291.794,76	\$306.384,49
	UNIDADES		63.582	93.354		897.833	941.959
	<b>INGR ESOS POR VENTAS</b>	\$ -	\$ 6.040.299.438	\$ 9.312.042.881		\$ 261.983.022.504	\$ 288.601.676.685
(-) CMV por año	MATERIAS PRIMAS						
	NOMINA		\$1.383.600.000	\$1.397.436.000	...	\$ 1.739.410.752	\$ 1.756.804.860
	CAPITAL DE TRABAJO						

FLUJO DE CAJA PROYECTADO		Año 0	Año 1	Año 2	...	Año 24	Año 25
	COSTOS INDIRECTOS FIJOS Y VARIABLES		\$8.629.380.000	\$8.715.673.800	...	\$10.848.537.407	\$10.957.022.781
	<b>TOTAL, CMV</b>	\$ -	\$ 10.012.980.000	\$ 10.113.109.800		\$ 12.587.948.159	\$ 12.713.827.641
	(=) Utilidad bruta	\$ -	\$ (3.972.680.562)	\$ (801.066.919)		\$ 249.395.074.344	\$ 275.887.849.044
(-) Gastos operacionales	ADMINISTRACIÓN						
	Gastos de operación						
	<b>TOTAL G. OP</b>		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
	(-) depreciación	\$ -	\$947.395.230	\$947.395.230	...	\$947.395.230	\$947.395.230
	(=) Utilidad operacional	\$ -	\$ (4.920.075.792)	\$ (1.748.462.149)		\$ 248.447.679.114	\$ 274.940.453.814
	(+) Ingresos no operacionales						
	(-) Valor en libros de los activos vendidos						
	(-) amortización (seguros, pólizas ...)						
	(=) UAI antes impuestos e intereses	\$ -	\$ (4.920.075.792)	\$ (1.748.462.149)		\$ 248.447.679.114	\$ 274.940.453.814
	(-) Gastos financieros		\$ 1.929.054.213	\$ 1.912.484.830			
	(=) UAI antes impuestos / Bruta	\$ -	\$ (6.849.130.004)	\$ (3.660.946.979)		\$ 248.447.679.114	\$ 274.940.453.814
	(-) Impuestos		-	-		74.534.303.734,27	82.482.136.144,20
	(=) U neta		\$ (6.849.130.004)	\$ (3.660.946.979)		\$ 173.913.375.380	\$ 192.458.317.670
	(+) Amortizaciones						
	(+) Depreciaciones	\$ -	\$947.395.230	\$947.395.230	...	\$947.395.230	\$947.395.230
	(+) Valor en libros de los activos vendidos	\$ -	\$ -	\$ -	...	\$-	\$-
	K DE W	\$5.684.371.380			...		
	- ABONO A CAPITAL		\$ 103.072.581	\$ 119.641.963	...		
	+ INGR POR PRESTAMOS	\$12.000.000.000	\$ -	\$ -	...		
	- INV. EN ACTIVOS FIJOS	\$18.947.904.600			...		
	+ REC CAPITAL DE W		\$ -	\$ -	...	\$-	\$-
	+ VALOR DE SALVAMENTO				...		\$ 1.894.790.460,00
	= FLUJO DE FONDOS O DE CAJA NETO	\$(12.632.275.980)	\$ (6.004.807.355)	\$ (2.833.193.712)	...	\$ 174.860.770.610	\$ 195.300.503.360

Fuente: elaboración propia.

Nota: valores expresados en COP.

Ahora bien, el VPN es un indicador de rentabilidad que resulta de la diferencia entre los valores presentes de los ingresos y egresos. Con este, los inversionistas evalúan si los rendimientos son los proyectados para el desarrollo del proyecto. Para el análisis se

determinan unos criterios de aceptación o rechazo de tal manera que le permita al inversor la toma acertada de decisiones:

- VPN >0: se acepta el proyecto
- VPN tasa de oportunidad: se acepta el proyecto
- VPN=0: es indiferente aceptarlo o rechazarlo

Otro indicador pertinente por calcular fue la TIR (Tasa Interna de Retorno). Matemáticamente, es la tasa que iguala el VPN a cero y financieramente es la rentabilidad que producen los fondos invertidos en un proyecto. Para su análisis se tienen en cuenta los siguientes criterios:

- TIR > tasa de oportunidad: se acepta el proyecto.
- TIR < tasa de oportunidad: se rechaza.
- TIR = tasa de oportunidad: es indiferente aceptarlo o rechazarlo.

Por otra parte, la WACC es la tasa de descuento que se usa para descontar los flujos de caja futuros en el momento de evaluar un proyecto en términos financieros.

---

---

**Tabla 25. Criterios de análisis**

<b>TIR</b>	30,87%
<b>VPN</b>	COP 35.112.299.453
<b>WACC</b>	22,08%

Fuente: elaboración propia.

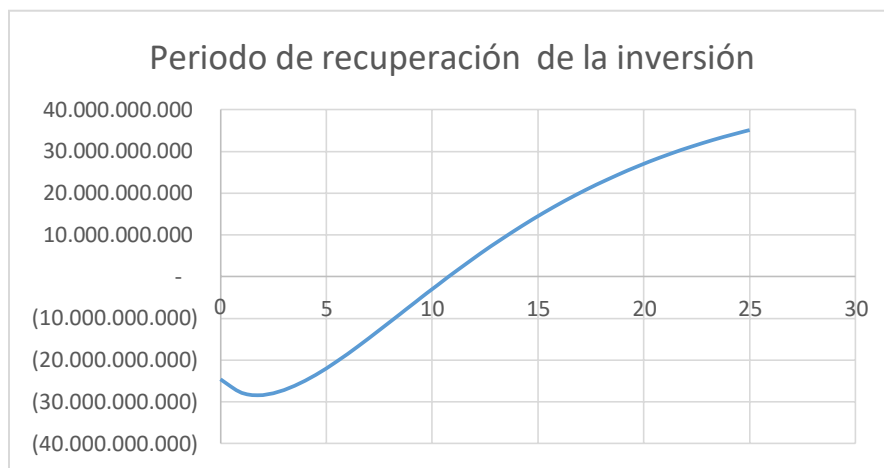
---

---

Además de los indicadores demostrados, se incorporaron en el análisis el PRI (Período de Recuperación de la Inversión) y el IRVA (Índice de Recuperación de la Inversión Ajustada al Valor). El primero muestra cuánto tiempo tarda en recuperarse la inversión inicial de un proyecto, basado en los flujos netos de efectivo; y el IRVA es un instrumento financiero diseñado para evaluar la viabilidad de un proyecto desde una perspectiva

temporal y monetaria. Como resultados, obtuvimos un horizonte de tasa de retorno de 10 años.

**Figura 43. PRI**



Fuente: elaboración propia.

**Tabla 26. IRVA**

Análisis IRVA							
T	Inversión por recuperar al inici	Costo del capital invertid	Amortización de la inverz	Flujo de Caja	Inversión por recuperar al fi	Tasas de descuent	VPN acum En t
0							
1	\$(24 632 275 980)	\$(5 437 943 600)	\$(3 410 624 162)	\$(3 972 680 562)	\$(24 632 275 980)	22%	\$(24 632 275 980)
2	\$(34 042 900 142)	\$(7 515 479 736)	\$(8 316 546 655)	\$(301 066 319)	\$(34 042 900 142)	22%	\$(27 886 531 032)
3	\$(42 359 446 797)	\$(9 351 481 886)	\$(7 150 789 371)	2 200 631 314	\$(43 510 236 768)	22%	\$(27 214 404 158)
4	\$(43 510 236 768)	\$(10 930 125 793)	\$(5 372 547 464)	4 357 578 335	\$(55 482 784 232)	22%	\$(24 982 161 751)
5	\$(55 482 784 232)	\$(12 248 655 045)	\$(4 230 173 055)	8 018 481 989	\$(59 712 357 287)	22%	\$(22 024 613 289)
6	\$(59 712 357 287)	\$(13 182 529 061)	\$(1 772 868 392)	11 409 660 670	\$(61 485 825 679)	22%	\$(18 577 302 946)
7	\$(61 485 825 679)	\$(13 573 916 293)	1 585 503 395	15 153 419 689	\$(59 900 322 284)	22%	\$(14 825 343 179)
8	\$(59 900 322 284)	\$(13 223 832 688)	6 074 369 927	19 298 262 615	\$(53 825 352 356)	22%	\$(10 912 776 512)
9	\$(53 825 352 356)	\$(11 882 884 610)	11 976 168 083	23 859 052 633	\$(41 849 784 273)	22%	\$(6 350 318 465)
10	\$(41 849 784 273)	\$(9 238 966 255)	19 638 219 441	28 877 185 637	\$(22 211 564 832)	22%	\$(3 021 750 338)
11	\$(22 211 564 832)	\$(4 903 535 383)	29 487 239 619	34 390 775 002	7 275 674 787	22%	810 812 889
12	7 275 674 787	1 606 214 106	42 047 063 828	40 440 849 722	49 322 738 615	22%	4 502 590 311
13	49 322 738 615	10 888 732 776	57 960 299 576	47 071 566 800	107 283 038 191	22%	8 022 584 758
14	107 283 038 191	23 684 336 415	78 014 774 438	54 330 438 024	185 297 812 630	22%	11 350 663 675
15	185 297 812 630	40 907 265 540	103 175 838 528	62 268 572 988	288 473 651 158	22%	14 475 223 769
16	288 473 651 158	63 684 876 156	134 625 815 252	70 940 939 096	423 039 466 409	22%	17 391 200 206
17	423 039 466 409	93 405 539 853	173 812 179 620	80 406 639 767	536 911 646 029	22%	20 038 565 968
18	536 911 646 029	131 777 179 998	222 506 392 097	90 729 212 100	819 418 038 127	22%	22 601 043 006
19	819 418 038 127	180 898 796 366	282 875 741 687	101 976 945 321	1 102 293 779 814	22%	24 905 098 328
20	1 102 293 779 814	243 347 850 220	357 571 071 659	114 229 221 439	1 459 864 851 473	22%	27 019 138 573
21	1 459 864 851 473	322 287 016 151	449 833 895 766	127 546 879 615	1 909 698 747 238	22%	28 952 872 099
22	1 909 698 747 238	421 594 581 426	563 627 187 300	142 032 605 874	2 473 325 934 536	22%	30 716 807 346
23	2 473 325 934 538	546 023 718 381	703 795 068 862	157 771 349 880	3 177 121 003 400	22%	32 321 866 256
24	3 177 121 003 400	701 397 014 322	876 257 784 932	174 860 170 610	4 053 378 788 332	22%	33 779 079 144
25	4 053 378 788 332	834 844 035 531	1 090 144 538 891	195 300 503 360	5 143 529 327 222	22%	35 112 293 453

Fuente: elaboración propia.

## Fuentes de financiación

La concepción y realización de un parque temático ecológico en Arjona abre un abanico de oportunidades para la obtención de recursos que puedan respaldar su construcción y desarrollo, así como fomentar su sostenibilidad a largo plazo. Esta ambiciosa empresa requiere un enfoque holístico que involucre diversas fuentes de financiamiento y colaboración para asegurar su éxito y beneficios para la comunidad local y los visitantes. Aquí, se exploran algunas de las fuentes de recursos que podrían desempeñar un papel crucial en este proceso:

- Inversionistas y patrocinadores privados: el atractivo de un parque temático ecológico con un enfoque en la conservación y el turismo sostenible podría llamar la atención de inversionistas privados y empresas comprometidas con la responsabilidad ambiental. Estos inversores podrían proporcionar capital inicial para la construcción y operación del parque a cambio de participación en los beneficios a largo plazo.
- Financiamiento público y subvenciones: instituciones gubernamentales locales, regionales y nacionales pueden ofrecer financiamiento directo o subvenciones para proyectos turísticos, educación y conservación del medio ambiente. Presentar un plan sólido y alinear con los objetivos de desarrollo de la zona podrían facilitar la obtención de fondos públicos.
- Colaboraciones institucionales: las asociaciones con universidades, centros de investigación y organizaciones sin fines de lucro pueden generar recursos financieros y conocimientos especializados. Estas instituciones a menudo buscan participar en proyectos que tengan un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente.
- Alianzas comerciales y colaboraciones locales: colaboraciones con negocios locales, como restaurantes, hoteles y tiendas de *souvenirs* pueden generar ingresos compartidos y promoción mutua. Además, existe la posibilidad de ofrecer paquetes atractivos para los visitantes y generar flujos de efectivo adicionales.

- Programas de membresía y donaciones: los programas de membresía pueden brindar a los visitantes beneficios exclusivos, como acceso ilimitado o descuentos, a cambio de una tarifa anual. Además, la aceptación de donaciones tanto de individuos como de organizaciones interesadas en apoyar la conservación y la educación ambiental podría proporcionar recursos adicionales.
- Ventas de productos y servicios ecológicos: un parque temático ecológico puede crear y vender productos y servicios relacionados con la sostenibilidad y la conservación. Estos productos podrían incluir artículos reutilizables, productos orgánicos y experiencias educativas.
- *Crowdfunding* y campañas de *crowdsourcing*: la financiación colectiva a través de plataformas en línea puede involucrar a la comunidad local e incluso a una audiencia global en la financiación del proyecto.
- Venta de entradas y experiencias: una vez construido, el parque puede generar ingresos a través de la venta de entradas y experiencias. Los visitantes estarán dispuestos a pagar por la oportunidad de disfrutar de actividades únicas y educativas en un entorno ecológico.

La construcción y desarrollo del parque requiere una combinación creativa de recursos financieros y colaboraciones estratégicas. Este proyecto, con diversas fuentes de financiamiento y asociaciones, puede enriquecer la comunidad local y contribuir significativamente a la preservación del medio ambiente y a promover prácticas turísticas sostenibles.

### **Análisis de riesgos**

El análisis de riesgos determina la probabilidad de ocurrencia de determinados eventos vinculados a la actividad mediante un modelo para determinar las posibles afectaciones del proyecto. El modelo integra la probabilidad de eventos internos y externos y sus impactos. Al tener dichos riesgos identificados, se pueden definir herramientas de gestión para mitigarlo, y el análisis permite al inversor prever un panorama del proyecto mitigando la incertidumbre sobre su inversión.

En consecuencia, se desarrolló un análisis cualitativo de riesgos mediante una matriz de probabilidad. Como punto de partida se usó la herramienta PESTEL para la identificación de los factores externos que se podrían materializar en el proyecto. Una vez identificadas las variables, se cuantificó la probabilidad de ocurrencia y su impacto en el proyecto y se le asignó una puntuación según su probabilidad e impacto para obtener resultados numéricos.

**Tabla 27. Resumen análisis de riesgos**

ÍTEM	RIESGO	PROBABILIDAD	IMPACTO	PUNTUACIÓN DE PROBABILIDAD	PUNTUACIÓN DE IMPACTO
P1	Guerra entre países	0,20%	\$ 48.600.310	2	0,15267176
P2	Golpe de estado	0,20%	\$ 48.600.310	2	0,15345269
P3	Cambio de gobierno	2%	\$ 486.003.102	20	1,54241645
E1	Decrecimiento económico	4%	\$ 972.006.205	40	3,25203252
E2	inflación alta	2%	\$ 486.003.102	20	1,82370821
E3	Incremento en valor de materias primas	2%	\$ 486.003.102	20	1,94174757
E4	Incremento del precio del dólar	3%	\$ 729.004.654	30	3,11418685
S1	Desorden social	4%	\$ 972.006.205	40	4,63320463
S2	Delincuencia común	3%	\$ 729.004.654	30	4,10958904
S3	vandalismo	0,20%	\$ 48.600.310	2	0,31746032
S4	No disponer de mano de obra local	0,50%	\$ 121.500.776	5	0,80213904
S5	disminución de visitantes a la ciudad	0,30%	\$ 72.900.465	3	0,49450549
T1	Fallas en el sistema de control de parque	1%	\$ 243.001.551	10	1,67597765
T2	Daño en sistema de alimentación del parque	0,20%	\$ 48.600.310	2	0,35502959
T3	Hackeo de sistemas operativos	0,20%	\$ 48.600.310	2	0,35928144
E1	Desastre natural	0,50%	\$ 121.500.776	5	0,90909091
E2	Temporadas largas de sequia	1%	\$ 243.001.551	10	1,875
L1	Denegación de permisos de funcionamiento	3%	\$ 729.004.654	30	6
L2	Modificación de normativa	4%	\$ 972.006.205	40	10
L3	Aumento de carga impositiva	3%	\$ 729.004.654	30	11,25
L4	denegación de permisos de construcción	5%	\$ 1.215.007.756	50	30

Fuente: elaboración propia.

Nota 1: valores expresados en COP

Nota 2: los ítems responden a unos códigos por factores, a saber: P (políticos), E (económicos), S (sociales), T (tecnológicos), E (ecológicos) y L (legales).

De esta forma, se generó una matriz en la que se identificaron los 21 riesgos categorizados por una gama de colores, desde los más críticos de color rojo, a los más simples de color verde. Se podría concluir que los principales riesgos asociados tienen relación con la política y economía del país, y por ello se debe generar una contingencia económica y financiera frente a los riesgos, a fin de mitigarlos.

**Tabla 28. Matriz de identificación de riesgos**

Probabilidad de ocurrencia	Casi cierto			P3		
	Probable	S4	S2	E2-L1	E3	E1
	Raro	P2	S1	S5	E4	L3
	Remoto		S3	T1		L2
	Improbable		P1	T2	T3	L4
		Insignificante	Menor	Moderado	Mayor	Catastrófico
		Impacto si ocurre				

Fuente: elaboración propia.

## Cronograma de actividades

El cronograma de actividades para la construcción y desarrollo de un parque ecológico temático en Arjona debe ser detallado y cuidadosamente planificado para garantizar un proceso fluido y exitoso. A continuación, se presenta el cronograma en diferentes etapas, considerando que la duración total puede variar según la complejidad de la etapa durante el proceso y otros factores:

### *Fase de planificación*

- Definición del concepto del parque: investigación y conceptualización de las temáticas ecológicas, educativas y recreativas que definirán el parque.

- Análisis de viabilidad: evaluación de la factibilidad financiera, ambiental y social del proyecto. Obtención de permisos y licencias necesarios.
- Diseño y planificación del parque: contratación de arquitectos, diseñadores y expertos en conservación para la creación de los planos y la distribución del parque.

### ***Fase de preparación del terreno y construcción (12 meses)***

- Preparación del terreno: limpieza, nivelación y preparación del área donde se construirá el parque.
- Infraestructura básica: construcción de caminos, sistemas de agua, electricidad, saneamiento y otras instalaciones básicas.
- Construcción de estructuras: edificación de instalaciones principales como pabellones, exhibiciones, áreas de descanso y atracciones.
- *Landscaping* y jardinería: diseño y creación de áreas verdes, jardines temáticos y espacios naturales que se integren con la infraestructura.

### ***Fase de acondicionamiento y preparación para la apertura (6 meses)***

- Instalación de atracciones y exhibiciones: montaje y prueba de las atracciones y exhibiciones, asegurando su funcionamiento y seguridad.
- Desarrollo de contenido educativo: creación de material educativo, señalización interpretativa y contenido multimedia que enriquezca la experiencia del visitante.
- Contratación y formación de personal: selección y capacitación del equipo que operará el parque, incluyendo guías, personal de atención al cliente y técnicos.

### ***Fase de prueba y ajustes (3 meses)***

- Pruebas de funcionamiento: realización de pruebas integrales en todas las áreas para detectar y corregir posibles problemas o mejoras necesarias.

- Evaluación de la experiencia del visitante: recopilación de retroalimentación de visitantes invitados y ajustes basados en sus comentarios.

### ***Fase de apertura y operación continua***

- Apertura del parque: lanzamiento oficial del parque ecológico temático con ceremonia de inauguración y promoción a nivel local y regional.
- Operación diaria: inicio de las operaciones regulares, con la atención al público, actividades educativas, entretenimiento y mantenimiento constante.
- Programación de eventos especiales: organización de eventos temáticos, conferencias, talleres y actividades especiales para atraer visitantes continuamente.

Para cumplir el cronograma de actividades propuesto es fundamental contar con un equipo de gestión de proyectos que supervise y ajuste los tiempos, si es necesario, para cumplir los plazos y la calidad del resultado final.

---

**Figura 44. Cronograma de ejecución del proyecto**

## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

PROYECTO: Estudio de Prefactibilidad para la apertura de un Parque Temático en el municipio de Arjona.

Fecha inicio: 1/8/2023

Duración	5 meses					1 Año								1 Año																						
	2023					2024								2025																						
FECHA	01/08/2023	01/09/2023	02/10/2023	27/10/2023	30/10/2023	04/11/2023	14/11/2023	28/11/2023	08/12/2023	20/12/2023	10/01/2024	12/02/2024	18/02/2024	10/03/2024	22/04/2024	14/05/2024	17/06/2024	18/07/2024	25/07/2024	01/08/2024	06/10/2024	04/11/2024	09/01/2025	30/02/2025	06/03/2025	07/03/2025	08/03/2025	09/03/2025	10/03/2025	11/03/2025	12/03/2025	13/03/2025				
ACTIVIDAD																																				
<b>Fase de Planificación (2 meses):</b>																																				
Definición del Concepto del Parque																																				
Análisis de Viabilidad																																				
Diseño y Planificación del Parque																																				
<b>Fase de Preparación del Terreno y Construcción (9 meses):</b>																																				
Preparación del Terreno																																				
Infraestructura Básica																																				
Landscaping y Jardinería																																				
<b>Fase de Acondicionamiento y Preparación para la Apertura (8 meses)</b>																																				
Instalación de Atracciones y Exhibiciones																																				
Desarrollo de Contenido Educativo																																				
Contratación y Formación de Personal																																				
<b>Fase de Prueba y Ajustes (3 meses)</b>																																				
Pruebas de Funcionamiento																																				
Evaluación de la Experiencia del Visitante																																				
<b>Fase de Apertura y Operación Continua (1 mes)</b>																																				
Apertura del Parque																																				
Operación Diaria																																				
Programación de Eventos Especiales																																				

Fuente: elaboración propia.

## CONCLUSIONES

En este documento se presenta una alternativa al turismo de playa, aprovechando la proximidad del proyecto a Cartagena y consolidando una oferta de productos y servicios del parque, al tiempo que se genera una experiencia única para aumentar el interés de visitantes nacionales y extranjeros.

El resultado del proyecto destaca la contribución que la implementación del parque aportará al crecimiento económico, social y a la biodiversidad local. Este impacto se materializa través de la generación de empleo y generación de oportunidades de negocios correspondientes a las diferentes cadenas de valor del parque.

El estudio de mercado generó datos con los cuales pudimos analizar una acogida positiva del proyecto. Además, permitió la identificación del segmento objetivo y sus preferencias tanto de viaje como de consumo, con el fin de enfocar estrategias de promoción en redes sociales y operadores turísticos. También se destaca la importancia de los datos analizados de susceptibilidad a los precios. La correlación entre esos datos y los precios de la oferta existente permitió orientarse hacia la determinación de un valor acertado, atendiendo a la capacidad y necesidades del público objetivo, alineado a la propuesta de valor, y garantizando una oferta competitiva y atractiva en el sector turístico de la ciudad de Cartagena.

El estudio técnico detalló el desarrollo del proyecto, la evaluación de la infraestructura con los requisitos esenciales para optimizar la inversión, y la conceptualización del proyecto, con el fin de atender la demanda local y aprovechar la ubicación estratégica del parque.

El enfoque ambiental estableció que el proyecto no solo contribuye a los beneficios ambientales de la zona de influencia, sino que también se alinea con la sostenibilidad. El proyecto tiene un fuerte componente orientado a la concientización sobre el panorama actual del planeta, sensibilizando y educando a los visitantes sobre la importancia de la

conservación ambiental. Por tanto, se posiciona no solo como un atractivo turístico, sino como un agente activo de responsabilidad y conciencia ambiental.

Tomando en cuenta los estudios realizados y los valores determinados por la evaluación financiera, se consolida la consideración de la inversión en el proyecto, amigable con el ambiente, respaldada por los datos obtenidos para la toma de la decisión. Con esto se indicó que no solo el proyecto resulta económicamente sostenible, sino que también demuestra una gestión eficiente de los recursos y del manejo de riesgo.

En el estudio financiero se proyectó con un horizonte de 25 años, con unos resultados positivos de los indicadores financieros como el VPN, TIR e IRVA, con los cuales se concluyeron que el proyecto es viable financieramente. Por último, se analizaron los riesgos, encontrando que aquellos con mayor probabilidad son los de tipo económico y político, dada la estabilidad política actual del país y el panorama a corto plazo.

Los estudios realizados con base en la metodología ONUDI respaldan la propuesta de la ampliación de atracciones turísticas presentes en la región por medio de la creación del parque temático en el municipio de Arjona. Los hallazgos confirman la viabilidad y el potencial positivo de la iniciativa y respaldan la toma de decisiones.

## REFERENCIAS

Alcaldía Municipal de Arjona (s.f.). *Plan de desarrollo territorial del municipio de Arjona.*

Alcaldía Municipal de Arjona.

[https://alcaldia●municipal●de●arjona●en●bolivar.micolombiadigital.gov.co/sites/alcaldia●municipal●de●arjona●en●bolivar/content/files/000001/18\\_pdm●arjona●20202023.pdf](https://alcaldia●municipal●de●arjona●en●bolivar.micolombiadigital.gov.co/sites/alcaldia●municipal●de●arjona●en●bolivar/content/files/000001/18_pdm●arjona●20202023.pdf)

Arizabaleta, E. (2004). *Diagnóstico organizacional: Evaluación sistémica del desempeño empresarial en la era digital.* ECOE Ediciones.

[https://www.academia.edu/35999176/Libro\\_diagnostico\\_organizacional\\_elizabeth\\_vidal\\_arizabaleta](https://www.academia.edu/35999176/Libro_diagnostico_organizacional_elizabeth_vidal_arizabaleta)

Aston, B. (2022). *Ciclo de vida de los proyectos: La guía completa.* The Digital Project Manager.

<https://thedigitalprojectmanager.com/es/temas/ciclo●de●vida●gestion●proyectos/>

Babii, A., & Nadeem, S. (2021). *El turismo en el mundo tras la pandemia.* Fondo Monetario Internacional.

<https://www.imf.org/es/News/Articles/2021/02/24/na022521-how-to-save-travel-and-tourism-in-a-post-pandemic-world>

Cartagena Cómo Vamos (2021). *Turismo en Cartagena en tiempos de COVID-19.*

Cartagena Cómo Vamos. <https://cartagenacomovamos.org/turismo-en-cartagena-en-tiempos-de-covid-19/>

Cartagena Cómo Vamos (2023). *Cartagena recibió un 30% más de pasajeros nacionales que antes de pandemia.* Cartagena Cómo Vamos.

<https://cartagenacomovamos.org/cartagena-recibio-un-30-mas-de-pasajeros-nacionales-que-antes-de-pandemia/>

Cartagena Cómo Vamos. (s.f.). *Turismo en Cartagena.* Cartagena Cómo Vamos.

[https://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/turismo●en●cartagena●semana●s\\_anta●2022/](https://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/turismo●en●cartagena●semana●s_anta●2022/)

Consejo Nacional de Política Económica y Social (Conpes). (2010). *Documento Conpes 3640 de 2010: Lineamientos de política para el desarrollo del turismo de*

- convenciones y congresos*. Departamento Nacional de Planeación. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Económicos/3640.pdf>
- Corpoturismo. (s.f.). *Cartagena en cifras*. Corpoturismo. <https://cartagenadeindias.travel/cartagena-en-cifras/>
- Decreto 1728. Por el cual se reglamenta el [Título VIII de la Ley 99 de 1993] sobre la Licencia Ambiental. 6 de agosto de 2002.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2024). *Producto Interno Bruto (PIB) nacional trimestral*. DANE. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>
- Fuscus de Colombia S. A. S. (s.f.). *Fuscus de Colombia S. A. S. Directorio de Empresas en Colombia*. <https://www.informacolombia.com/directorio•empresas/informacion•empresa/fuscus•colombia•sas>
- Kotler, P. (2001). *Dirección de mercadotecnia: Análisis, planeación, implementación y control*. (8.<sup>a</sup> ed.). Pearson Educación. <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/DIRECCION-DE-MERCADOTECNIA-PHILIP-KOTLER.pdf>
- Las siete maravillas tecnológicas de los parques temáticos. (s.f.). *Las siete maravillas tecnológicas de los parques temáticos*. PACommunity. <https://www.pacommunity.com/articulos/las-siete-maravillas-tecnologicas-de-los-parques-tematicos>
- Los números del turismo en Cartagena. (s.f.). *Los números del turismo en Cartagena*. Donde. <https://donde.co/es/cartagena/articulos/los-numeros-del-turismo-en-cartagena-44214>
- Mercosur (2017). *Clasificación de Actividades Económicas*. Mercosur - CAEM. Mercosur. [https://issuu.com/matilez/docs/clasificacion\\_de\\_actividades\\_econom/48](https://issuu.com/matilez/docs/clasificacion_de_actividades_econom/48)
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2022). *Política de Tratamiento y Protección de Datos*. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2023/03/DS-E-GET-01.pdf>

Mora, M. (2018). *Parques temáticos de Colombia que quizás no conocías*. Colombia.com.

<https://www.colombia.com/turismo/noticias/parques•tematicos•de•colombia•que•quizas•no•conocias•204972>

Organización de las Naciones Unidas. (2022). *World Population Prospects 2022*. Organización de las Naciones Unidas.

Ortega, C. (s.f.). *Estudio de prefactibilidad. Qué es, ventajas y objetivo de su implementación*. QuestionPro.

<https://www.questionpro.com/blog/es/estudio•de•prefactibilidad/#:~:text=Los%20estudios%20de%20prefactibilidad%20son,o%20elegir%20entre%20posibles%20inversiones>

Portafolio. (2023). *Colombia crece como destino preferido de turistas extranjeros*. Portafolio.

<https://www.portafolio.co/economia/turismo-en-colombia-cifra-de-visitantes-extranjeros-en-mayo-de-2023-585373>

Project Management Institute (PMI). (2017). *Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos*. (4.<sup>a</sup> ed.). PMI.

Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag Puelma, J. M. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw Hill.

Torres, J. (2021). *Análisis del desarrollo del municipio de Arjona, Bolívar* [Trabajo de grado]. Universidad del Sinú.

<http://repositorio.unisinucartagena.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/758>