



**Propuesta de mejoramiento para el Parque Recreacional de
Caicedonia valle**

Andrés Felipe Valencia Duque
Katherine Cano Ruiz

Facultad de ciencias de la administración
Programa académico administración de empresas
Caicedonia, Valle del Cauca
9 de junio de 2021

**Propuesta de mejoramiento para el Parque Recreacional de
Caicedonia valle**

Andrés Felipe Valencia Duque
Katherine Cano Ruiz

Proyecto de grado presentado para optar al título de Administrador de
Empresas
Modalidad Proyecto de grado

Director
Ramiro Quintero González

Facultad de Ciencias de la Administración
Programa Académico Administración de Empresas
Caicedonia, Valle del Cauca
28 de septiembre de 2021

Nota de aceptación:

Firma Presidente Jurado

Firma Jurado

Firma Jurado

Caicedonia, Valle del Cauca; 28 de septiembre de 2021.

Dedicatoria

Mi dedicación primordial es para Dios, quien encamino mis pasos y bendijo mi futuro para lograr una meta más en la vida.

En segunda medida dedico este trabajo a mi esposa, compañeros y amigos por alentar con sus palabras y apoyarme en momentos de crisis.

Andrés Felipe Valencia Duque

Dedico este trabajo a mi esposo, hijo y amigos, quienes me alentaron por seguir y nunca rendirme en el proceso, aun, cuando pensaba que no lo lograría.

Katherine Cano Ruiz

Agradecimientos

Agradezco a la Universidad del Valle por garantizar espacios de aprendizaje de calidad, disponiendo de los mejores tutores y materiales didácticos para lograr los objetivos de aprendizaje y competencias en el programa administración de empresas.

Andrés Felipe Valencia Duque

Agradezco al profesor Ramiro Quintero González por su paciencia y guiarnos en este último momento de la carrera, compartiendo sus conocimientos para elaborar un buen trabajo y mejores futuros profesionales.

Katherine Cano Ruiz

RESUMEN

El presente trabajo académico se realizó con el enfoque metodológico de la investigación cualitativa con apoyo de los lineamientos del enfoque cuantitativo, realizándose un análisis sistemático de los diferentes componentes estratégicos y áreas del Parque Recreacional de Caicedonia, Valle del Cauca; el cual, tuvo como objetivo el proponer un plan de mejoramiento para el Parque Recreacional, planificando estrategias para optimizar procesos y hacerlo más competitivo, productivo y sostenible en la región. Además, se realizó diagnóstico organizacional (matriz FODA) y estudio de mercado, con apoyo de técnicas como la sesión de grupo, observación directa y entrevista al gerente.

Como resultados se dieron que el Parque Recreacional de Caicedonia no ha aprovechado eficientemente su imagen positiva en la comunidad, como realizar el diagnostico interno y externo de su sistema organizacional, además, le hace falta innovar y gestionar estrategias para ser más competitivo, en lo cual, se denota un deterioro de algunas áreas y el no uso de las redes sociales, como de las tecnologías para aumentar su posicionamiento en la web. De igual forma, se encuentra en considerable desventaja competitiva con otros parques de la región, siendo necesario y recomendable implementar cambios en el parque, establecer nuevo portafolio con una amplia gama de productos y servicios, al igual, de certificarse como promotor turístico.

Cabe señalar que el Parque Recreacional de Caicedonia paso por un monto de crisis generada por la pandemia de la Covid-19, ocasionando la reducción de la contratación y del ingreso por criterio de entradas, lo cual, derivó en menores ingresos para solventar los pagos a proveedores y servicios públicos básicos. Es, por ende, fundamental para el parque implementar las acciones propuestas en el plan de mejoramiento, diseñar nuevas áreas, realizar mantenimiento e innovar en las estrategias para llegar al cliente, fidelizando y atrayendo la atención de nuevos usuarios mediante campañas en redes sociales.

Palabras clave: *Áreas, estrategia, estrategia corporativa, procesos, plan de inversión, plan de mejoramiento.*

ABSTRACT

The present academic work was carried out with the methodological approach of qualitative research supported by the guidelines of the quantitative approach, carrying out a systematic analysis of the different strategic components and areas of the Recreational Park of Caicedonia, Valle del Cauca; which, had the objective of proposing an improvement plan for the Recreational Park, planning strategies to optimize processes and make it more competitive, productive and sustainable in the region. In addition, an organizational diagnosis (SWOT matrix) and market study were carried out, with the support of techniques such as the group session, direct observation and interview with the manager.

As a result, the Caicedonia Recreation Park has not efficiently taken advantage of its positive image in the community, such as making the internal and external diagnosis of its organizational system, in addition, it needs to innovate and manage strategies to be more competitive, in which , there is a deterioration in some areas and the non-use of social networks, such as technologies to increase their positioning on the web. In the same way, it is at a considerable competitive disadvantage with other parks in the region, being necessary and advisable to implement changes in the park, establish a new portfolio with a wide range of products and services, as well as become certified as a tourism promoter.

It should be noted that the Caicedonia Recreation Park went through a crisis amount generated by the Covid-19 pandemic, causing a reduction in hiring and income by entry criteria, which resulted in lower income to pay for payments to providers and basic public services. Therefore, it is essential for the park to implement the actions proposed in the improvement plan, design new areas, carry out maintenance and innovate in the strategies to reach the customer, creating loyalty and attracting the attention of new users through campaigns on social networks.

Keywords: *Areas, strategy, corporate strategy, processes, investment plan, improvement plan.*

CONTENIDO

	Pag.
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.1 ANTECEDENTES.....	14
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.3.1 <i>Sistematización de problema</i>	20
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	21
1.4.1 <i>Justificación practica</i>	21
1.4.2 <i>Justificación teórica</i>	23
1.4.3 <i>Justificación metodológica</i>	23
1.5 OBJETIVOS.....	25
1.5.1 <i>General</i>	25
1.5.2 <i>Específicos</i>	25
2. MARCO DE REFERENCIA	26
2.1 MARCO TEÓRICO	26
2.1.1 <i>Marco de antecedentes</i>	29
2.2 MARCO CONCEPTUAL	33
2.3 MARCO CONTEXTUAL	35
2.4 MARCO TEMPORAL.....	38
2.5 MARCO LEGAL	38
3. METODOLOGÍA.....	41
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	41
3.2 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	41
3.3 CRITERIOS DE LA INVESTIGACIÓN	42
3.4 CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO.....	42
3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	42
3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN	43
3.7 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	43
3.8 OBSERVACIÓN Y SESIÓN DE GRUPO.....	43
3.9 DELIMITACIÓN Y ALCANCE.....	44

	Pag.
3.10 FASES DE TRABAJO.....	44
3.10.1 <i>Diagnostico</i>	44
3.10.2 <i>Planificación</i>	45
3.10.3 <i>Ejecución</i>	45
3.10.4 <i>Aplicación</i>	45
3.11 CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	46
4. CRONOGRAMA	47
5. PRESUPUESTO	48
6. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	49
6.1 FORTALEZAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO	50
6.2 ESTUDIO DE MERCADO	61
6.2.1 <i>Contexto económico</i>	62
6.2.2 <i>Delimitación geográfica del mercado</i>	63
6.2.3 <i>Contexto socio-demográfico actual</i>	66
6.2.4 <i>Infraestructura</i>	68
6.2.5 <i>Análisis de la demanda</i>	69
6.2.6 <i>Análisis de la oferta</i>	71
6.2.7 <i>Análisis de la comercialización</i>	76
6.3 PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	81
6.4 PLAN DE INVERSIÓN	90
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	92
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95
VITA	98
ANEXOS	99
ANEXO A. MAPA DE PROCESOS PARQUE CREACIONAL DE CAICEDONIA.....	99
ANEXO B. ORGANIGRAMA PARQUE RECREACIONAL DE CAICEDONIA.....	106
ANEXO C. PLANO DE LAS NUEVAS ÁREAS FUNCIONALES	107
ANEXO D. NOMINA.....	108
ANEXO E. PROYECCIÓN PAGO CRÉDITO	109
ANEXO F. LISTADO DE REQUISITOS PARA ACREDITARSE COMO PRESTADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS.....	110

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Organigrama	19
Figura 2. Parque Recreacional de Caicedonia, Valle del Cauca	36
Figura 3. Camino al rio y piscina del Parque Recreacional de Caicedonia	36
Figura 4. Mapa de las instalaciones del Parque Recreacional de Caicedonia.....	62
Figura 5. Ubicación de Caicedonia en el departamento del valle del Cauca	64

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Cronograma	47
Tabla 2. Presupuesto	48
Tabla 3. Diagnóstico estratégico - análisis interno: auditoría organizacional, perfil de capacidad interna.....	51
Tabla 4. Análisis externo - Perfil de oportunidades y amenazas del medio	53
Tabla 5. Análisis externo – Perfil competitivo	57
Tabla 6. Diseño estratégico – Análisis DOFA.....	59
Tabla 7. Presentación de la empresa.....	62
Tabla 8. Empresas de Actividades de la recreación y turismo.....	65
Tabla 9. Proporción de la población por ciclo vital, Caicedonia, Valle del Cauca 2005,2017 y 2020	67
Tabla 10. Usuarios promedio en los últimos 4 años	69
Tabla 11. Tamaño de población objetivo	71
Tabla 12. Proyección de la oferta.....	71
Tabla 13. Registro nacional de turismo 2020, Caicedonia.....	74
Tabla 14. Análisis de proveedores	80
Tabla 15. Áreas críticas del parque recreacional.....	81
Tabla 16. Estrategias de mejoramiento en la gestión organizacional	83
Tabla 17. Acciones de mejoramiento de las instalaciones	85
Tabla 18. Acreditación como promotor turístico	86
Tabla 19. Estrategias de diseño y adecuación de nuevas áreas	87
Tabla 20. Estrategias de mercadeo, posicionamiento y reconocimiento de imagen corporativa	88
Tabla 21. Plan de inversión.....	90

Introducción

En el presente trabajo se propone el plan de mejoramiento en todas las áreas funcionales, donde se pretende mejorar las técnicas administrativas, estratégicas y plantear nuevas ideas de negocio, con una dinámica empresarial diferente en el Parque Recreacional de Caicedonia Valle, con el fin de atraer más turismo y generar empleo, ya que en estos últimos años el municipio se ha convertido en un sitio muy visitado por propios y turistas.

Cabe resaltar que el turismo se ha convertido en un fenómeno mundial que ha generado una fuerza económica importante, según la Organización Mundial del Turismo (OMT); Actualmente el turismo es uno de los sectores más golpeados, pero, también, las voces más importantes de la industria rescatan que es uno de los más resilientes. El secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, asegura que el turismo ha sido “un fiel aliado de la recuperación” en crisis pasadas, y que ha traído beneficios “muy amplios que han trascendido al propio sector”, por esto, desde ya toda la cadena productiva prepara las medidas para volver al trabajo. (ElTiempo.com, 2020, párr. 1)

El objetivo del presente trabajo es generar una propuesta de mejoramiento para todas las áreas funcionales del Parque Recreacional, ubicado en el municipio de Caicedonia, Valle del Cauca, enfocado en mejorar las estrategias competitivas, imagen corporativa del parque recreacional, innovación y utilización de técnicas empresariales, para que se fundamenten en el mercado y sea reconocido a nivel nacional e internacional, por su calidad en el servicio y productos ofertados.

Con este trabajo se pretende identificar falencias, desventajas, fortalezas y oportunidades de crecimiento en el Parque Recreacional, con el fin de establecer acciones que ayuden a optimizar los procesos y crear valor en la cadena de servicio.

La metodología utilizada es de tipo cualitativo con lineamientos de investigación cuantitativa, realizando un análisis sistemático de los diferentes componentes estratégicos y áreas de la empresa, y de estudio de mercado, logrando identificar el problema central que dificulte el reconocimiento local y nacional del Parque Recreacional, estableciendo posteriormente acciones que ayuden a mejorar los procesos, incrementar el cumplimiento de objetivos y metas institucionales, favoreciendo el crecimiento financiero y la nueva vinculación contractual, siempre en el cuidado del cumplimiento de los estatutos de seguridad, higiene y protección de los derechos laborales del trabajador.

El presente trabajo está organizado por capítulos, iniciándose por la definición del problema, demarcando los antecedentes, la formulación del problema y justificación práctica, técnica, académica y legal. En lo cual, se contiene los lineamientos generales del problema a resolver, objetivo general y específicos, identificando la necesidad del diseño de una propuesta de mejoramiento de las áreas funcionales y competitividad empresarial. Posteriormente, en el capítulo II, se presenta el contexto de la empresa, localización, actividades realizadas y tipo de población trabajadora, marco referencial en su orientación legal, teórico, conceptual, ayudando justificar el desarrollo practico, mediante la revisión de la literatura disponible en la web.

En el capítulo III, se define la metodología aplicada, procedimientos de trabajo, población objeto de estudio, variables, instrumentos aplicados y método de análisis de datos cualitativos y cuantitativos; de igual forma, se plantea cronograma y plan presupuestal con base en las fases de trabajo y recursos necesarios a utilizar.

Al final del documento se muestra las referencias bibliográficas, que hace parte de los estudios investigativos, material audiovisual consultados y comentarios tenidos en cuenta.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES

La base de toda empresa es el cliente, elementos esenciales, que si está satisfecho ayuda a progresar y expresar una buena imagen de los servicios y productos. Según Berry (2002), el servicio al cliente es el “Conjunto de estrategias de una empresa diseñada para satisfacer, siendo mejor que sus competidores, cumpliendo las necesidades y expectativas de sus clientes” (p. 365), los cuales deben ir enfocados a criterios de calidad, siempre implementando nuevas medidas diferenciales al de los demás.

Satisfacer al cliente, es una necesidad inmaterial y una obligación empresarial que se pretende acoger, siendo eminentemente perceptivo, de consumo instantáneo, continuo, que se produce o se dispone una y otra vez para proveer un buen servicio, que se integra a la calidad y responsabilidad de la empresa en ofrecer un producto y servicio a juicio crítico del cliente. Por ello, el capital humano, representado en sus trabajadores son parte fundamental en garantizar un ciclo de servicio de calidad, generando mayor satisfacción a los clientes y permitiendo así, que la empresa crezca, atraiga más clientes y esta sea reconocida, por el buen trabajo que se realiza en sus diferentes áreas.

De igual forma, como lo plantea Berry L., satisfacer al cliente implica cuatro metas claves que son: Satisfacción plena de las necesidades y expectativas a sus clientes, conseguir mayor satisfacción al cliente respecto a los competidores, conservar los clientes a largo plazo y llegar nuevos clientes, penetrando en el mercado mediante estrategias de marketing (Berry, 2002, p. 366). Para el logro de las metas, se entrega al cliente un servicio innovador, siempre con un valor creciente, donde, se relaciona los buenos precios, accesibles a toda la población de la región, siendo competitivos y en variedad de productos que gusten a los clientes, influyendo en la percepción del cliente y este lo diferencie de los demás competidores.

De igual forma, es importante para la empresa establecer el plan de mejoramiento continuo de sus procesos y organizacional (Estrategias), donde, Eduardo Deming (1996), citado por Calvopiña (2015), define al plan de mejoramiento como “La administración de la calidad total, requiriendo de un procesos constante, buscando la perfección, pero nunca se logra” (p. 35), el mejoramiento es la esencia de calidad y refleja el camino para la empresa para adquirir las competencias para desenvolverse en el mercado.

Desde este proceso de mejora, se desarrolla cambios positivos, resolviendo deficiencias y satisfaciendo necesidades del cliente, ahorrando dinero y previniendo la perdida de productos perecederos, en la correcta planificación de consumo.

Diseñar y ejecutar el plan de mejoramiento, aporta ventajas, como es el “concentrar esfuerzo en perfeccionar procesos organizacionales y procedimientos puntuales”, se logra metas y objetivos a corto plazo y se plantean nuevos a largo plazo, de igual forma, se reducen costos, “reducción de productos defectuosos y perdida de los mismo por deterioro”, incrementa la productividad, “adaptación de procesos” a las nuevas tecnologías y permite “eliminar procesos” y actividades repetidas. (Calvopiña, 2015, p. 39)

En este sentido, el Parque Recreacional de Caicedonia es reconocida por la población en general por su calidad en servicio y la excelencia de atención por parte de los colaboradores, siempre satisfaciendo las necesidades de recreación y espacios verdes, libre del ruido excesivo y área cuidadas, en orden y completa limpieza. De igual manera, el flujo de clientes antes de la pandemia era frecuente, con un promedio de 15 a 30 personas los días de semana, y de 150 a 300 personas los fines de semana, aumentando la presencia de clientes en temporada de vacaciones escolares (junio y diciembre), lo que representa un ingreso anual más o menos de \$648.000.000 para el parque; ingresos por ventas necesarios para suplir todas las necesidades para el manteamiento de áreas y tratamiento del agua para piscina.

No obstante, la emergencia social, sanitaria, ambiental y económica generada por la pandemia de la Covid-19, provocó de manera directa e indirectamente efectos negativos en el parque, ocasionando por meses el cierre definitivo, cesando todo servicio y obligando a terminar todo vínculo laboral con algunos colaboradores, y por ende, sus ingresos se redujeron a cero, situando la funcionalidad administrativa y operativa en riesgo debido a la iliquidez financiera para pagar proveedores, servicios públicos y compra de materia prima.

Cabe señalar que en los últimos meses del año 2020 el parque abrió sus puertas a la comunidad en general, siempre guardando cuidado por la protección y salud de las personas, haciendo eficiente la aplicación de los protocolos de bioseguridad y del especial acatamiento en la capacidad máxima de atención de clientes en tiempos de pandemia, como es el foro permitido en las instalaciones del parque, reducido a la atención de máximo 30 personas por día; además, esta situación de foro continua actualmente, y en el año 2021, la asistencia sigue siendo menor a lo esperando, por lo cual, el ingreso por criterio de entrada es insuficiente, lo que obliga a la gerencia a plantear una propuesta de pago por cuotas a la empresa prestadora del servicio público de energía eléctrica los meses atrasados en el pago.

Por las circunstancias de crisis económica deben cerca de cuatro millones de pesos en concepto de servicios públicos, los costos de uso de piscina oscilan entre el pago de caneca de cloro por un valor de cuatrocientos cincuenta mil pesos y pago de limpieza, llenar la piscina cuesta cerca de tres millones de pesos, razón por la cual al momento no se ha vaciado.

Considerando que la situación de emergencia sanitaria, social y económica continua actualmente, para el año 2021, el parque recreacional tiene planteado mejorar sus instalaciones, prestar nuevos servicios y productos que sean accesibles para la comunidad y de su preferencia, proyectando así obtener mayor flujo de clientes e ingresos.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Parque Recreacional está en funcionamiento hace 25 años, el cual, no ha tenido un progreso significativo que despierte el interés de los turistas, y la comunidad en general, debido a que no se han implementado planes de innovación y estrategias, que generen una mayor rentabilidad, y una buena acogida por la comunidad.

Es por esto que se requiere plasmar básicamente un plan de mejora e innovación que conlleve a la remodelación en cada una de las áreas del parque recreacional ya existente y la implementación de nuevas ideas de negocio dentro de mismo, sabemos que esto requiere de mucho tiempo y además de una buena inversión, por tanto en el momento el parque no cuenta con ella, además no genera muy buenos ingresos a pesar de los convenios que tiene con algunas instituciones educativas del municipio de Caicedonia, y esto hace que impacte en su sostenimiento. Asimismo, no ha desarrollado fases para identificar riesgos y oportunidades para el crecimiento empresarial, en lo cual, no se ha determinado situaciones de riesgo administrativo y funcional, tendiente a resolverlos y plantear acciones de mejora que ayude a proteger los recursos técnicos, financieros y protección de la población trabajadora ante eventuales situaciones negativas que se presenten a nivel local, nacional o mundial.

La administración de cualquier empresa, actualmente representa un vínculo con la innovación y la exploración con nuevas estrategias competitivas, dirección y de estabilidad en el mercado, con la finalidad de atraer más y nuevos clientes. Por lo tanto, la planeación estratégica y el diseño de un plan de mejoramiento se convierte en una herramienta eficaz de progreso de todas las actividades, servicios y productos ofertados, siempre ligado a los más altos estándares de calidad, promoviendo una cultura de autorregulación y control administrativa.

Esto permite, que la empresa se sostenga a través del tiempo, crezca y renueve su imagen competitiva, siendo reconocido por sus servicios y ubicándose en el mercado sobre los demás competidores. Es por ello, que en la práctica se conlleva riesgos que afecta la capacidad para que las empresas ejecuten adecuadamente sus proyectos, logren objetivos y metas, mostrando resultados negativos en la evaluación de indicadores.

De igual forma, se busca el convencimiento desde el nivel gerencial a lo operativo, optimizando el trabajo y el desarrollo de acciones vinculantes entre áreas, que involucra el trabajo en equipo y su retroalimentación, consiguiendo el logro de metas propuestas a corto, mediano y largo plazo.

Para el Parque Recreacional su mayor reto es la satisfacción del cliente, cumpliendo a cabalidad con sus expectativas y necesidades, favoreciendo la percepción del cliente y la buena imagen que este manifiesta del sector turismo a amigos y personas en general.

En el Parque Recreacional de Caicedonia, Valle, desde su dirección gerencial, no han realizado estudios o análisis de diagnóstico empresarial, revisión de la estructura organizacional como misión, visión, objetivos estratégicos, metas, valores y principios, descripción de clientes potenciales, identificación de factores críticos de éxito (Peligros críticos e imaginario critico), definición de estrategias competitivas, valorización del entorno interno y externo, y evaluación de factores internos y externos en relación a la planeación estratégica.

La estructura organizacional del Parque Recreacional se divide de la siguiente manera: Asamblea de socios, junta directiva, dirección administrativa y operativa dividida en gerente general, secretaria, auxiliar de guarda de ropa de usuarios, auxiliar de control de ingreso y persona de oficios varios. En la figura 1 se presenta la propuesta de organigrama planteada para la gerencia, debido que no han formalizado y estructurado gráficamente oficialmente su sistema organizacional.

Actualmente, debido a la pandemia y al cese de toda actividad comercial en la proclamación de la emergencia sanitaria, social, ambiental y económica, algunas personas contratadas fueron desvinculadas temporalmente, quedando solo el gerente general y la persona de oficios varios.

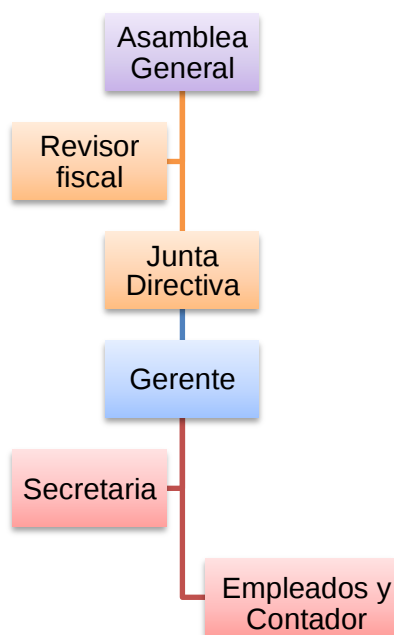


Figura 1. Organigrama

Fuente: Propuesta de organigrama para la gerencia del Parque Recreacional, 2020

En el transcurso de la pandemia y en la facilitación de la reapertura económica, el Parque Recreacional sufrió una fuerte disminución de sus ingresos económicos, adeudando a la fecha varios meses en los servicios públicos básicos, y no han podido cancelar a cabalidad las obligaciones financieras y el pago de materia prima que se encuentra en bodega. Como principales factores o elementos que inciden en la problemática se encuentran la falta de implementación de estrategias, de planificación de sus procesos y de su comercialización dado por el desconocimiento de las necesidades y nuevas formas de consumo por parte de la demanda real, ya que no se ha realizado un estudio a fondo relacionado con el mercado de turismo.

En efecto, la empresa viene perdiendo mercado, especialmente por la falta de visitantes al lugar y de competidores en la región que tienen tienda online y un variado portafolio a precios competitivos.

El Parque Recreacional, hoy en día cuenta con clientes fidelizados los cuales son los que actualmente cubren los gastos de la organización, carece de un área de mercadeo sólida y aun no se ha desarrollado una página web que ofrezca el servicio y productos en línea.

Es una empresa que se caracteriza por su compromiso social, pertenencia y el trato con los clientes, generando así seguridad y fidelidad. Si la empresa no resuelve esta situación de amenaza por la falta de innovación, perfeccionamiento en los procesos y no se hace un plan de mejora para poder estar al nivel competitivo de su entorno se quedará cada vez más atrás frente a sus competidores generando así una disminución considerable de su porción del mercado. Por esta razón el Parque Recreacional de Caicedonia Valle debe identificar sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas para así poder implementar las estrategias necesarias para competir en este entorno que ha tenido tantos cambios en la última década.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Teniendo en cuenta el problema mencionado anteriormente se tiene como idea iniciar un plan de mejoramiento para dar solución a la siguiente pregunta

¿Cuáles son los elementos claves a incluir en el diseño del plan de mejoramiento para el Parque Recreacional del Municipio de Caicedonia, Valle del Cauca?

1.3.1 Sistematización de problema

- ¿Cuáles son las fortalezas, debilidades, oportunidades de crecimiento empresarial del Parque Recreacional de Caicedonia, Valle del Cauca?

- ¿Cómo realizar un estudio de mercado y que fases se deben de plantear en la metodología para su desarrollo?
- ¿Como elaborar una propuesta de mejoramiento y qué criterios se deben tener en cuenta para su planteamiento?
- ¿Cuáles son los recursos humanos, técnicos, financieros y actividades a implementar en las estrategias de mejoramiento que permita optimizar las actividades y hacerlas más eficientes en el Parque Recreacional de Caicedonia?

1.4 JUSTIFICACIÓN

1.4.1 Justificación practica

Actualmente, el sector turismo se integra a las nuevas tendencias y el uso de la tecnología, permitiendo que se disfrute y permita nuevas experiencias para el cliente, favoreciendo que se vinculen acciones como el turismo de aventura, deporte, actividades de esparcimiento, cultura y gastronomía en un mismo lugar, en lo cual, los clientes prefieren visitar con sus familias para pasar un buen momento y compartir en familia.

El diseño del plan de mejoramiento para el Parque Recreacional de Caicedonia Valle, con enfoque al crecimiento como un sitio turístico, ofrece un innovador avance con las diversas actividades que se puede desarrollar en esta zona, mejorando en la planificación y excelencia de los servicios prestados.

Así mismo, es muy importante satisfacer las necesidades a los turistas ya sea nacionales o internacionales y la población local, la misma que puede desarrollar actividades económicas, microempresas, mejorar su infraestructura y sobre todo que los turistas puedan valorar la cultura, la calidad de los servicios y que tengan una aventura inolvidable que posee dicho sitio.

De manera correlacional se permite el progreso económico con la contratación de nuevos puestos de trabajo y nuevos convenios comerciales con pequeñas empresas y agricultores de la región para adquirir sus productos a buenos precios y de calidad.

En este sentido, el Parque Recreacional, opera hace más de 25 años en el municipio de Caicedonia como una empresa dedicada a la recreación, deporte y turismo.

Su dirección administrativa manifiesta que inicialmente hubo un periodo de crecimiento y estabilización en el mercado, obteniendo excelentes ganancias, brindando la posibilidad de contratación en algunas temporadas de alta afluencia, sin embargo, por las crisis económicas, cambios sociales, despliegue de los medios virtuales y redes sociales, se tuvo decrecimiento, disminuyendo los ingresos, reduciendo la contratación y la desvinculación de trabajadores que tenían años en la empresa.

Lo que estimula, para que el Parque Recreacional, aproveche las herramientas tecnológicas para innovar, logrando un mayor posicionamiento y reconocimiento en la región. Así mismo, con la identificación de necesidades y deficiencias, y el diseño de un plan de mejoramiento se podrán tomar decisiones y proponer lineamientos encaminados a implementar acciones para que se fomente el turismo, permitiendo mayor contracción y vinculo comercial con pequeñas empresas y campesinos, con el fin de optimizar procesos, delimitar áreas y procedimientos para reducir sobre costos y perdida de materia prima.

Es por ello, que este trabajo es de gran importancia e interés, para el Parque Recreacional y trabajadores, con el fin de proveer soluciones pertinentes a cada necesidad de crecimiento empresarial, organizacional y operativo, afianzando un trabajo de calidad, para que el turismo se reconozca como un foco de empleo, innovación, progreso, crecimiento económico, social y cultural.

1.4.2 Justificación teórica

El presente trabajo “Propuesta de Mejoramiento en el Parque Recreacional de Caicedonia”, generara un espacio nuevo para las actividades de campo académicas y la realización de actividades tendientes al crecimiento empresarial y posicionamiento en el mercado de la empresa, empleando la difusión de conocimiento y de soporte teórico para investigaciones futuras, enriqueciendo el marco conceptual referente en como diseñar un plan de mejoramiento.

De igual forma, sirve para la empresa como elemento de estudio y análisis para mejorar sustancialmente las competencia administrativas y operativas, garantizando servicios con enfoque de calidad y productos que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes como personas de la región, turistas nacionales e internacionales, planificando acciones para que los procesos y áreas se innoven a las nuevas tendencias y el uso de recurso tecnológico de comunicación e información, así mismo, se plantea garantizar un trabajo seguro y mejorando las condiciones laborales.

1.4.3 Justificación metodológica

Con base en lo anterior, se planteó el desarrollo de trabajo investigativo con enfoque académico, en el cual, se observa la necesidad que el Parque Recreacional identifique y evalúe nuevos métodos para el mejoramiento de los procesos y áreas, planificando acciones que permita que se crezca en el sector turismo, se brinde nuevas experiencias, productos y servicios para atraer nuevos visitantes y fidelizar a los antiguos clientes (Barrera, 2018).

Por lo tanto, la empresa debe enfrentar retos constantes para adaptarse a los cambios tecnológicos, de comunicación y de información, como del aspecto económico, geográfico y político, siendo factores que inciden positivamente y negativamente sobre la toma de decisiones, convergiendo a las nuevas tendencias del mercado para entender las necesidades básicas de los clientes y así, determinar pautas que permita innovar y ser competitivas en el entorno.

En suma, para dar cumplimiento al objetivo general del presente trabajo académico es necesario proponer el plan de mejoramiento idóneo y que tengan total relación con la necesidad del parque recreacional para posicionarse y obtener mayor posicionamiento; por ende, el plan será una herramienta para la empresa que proba aplicar y mejorar.

Este documento va a servir de guía para el análisis y reflexión en el tema de mejoramiento continuo y aprovechamiento de los recursos, ya que brinda información y recomendaciones para dar respuesta a la problemática detectada en el parque, partiendo de la generación de conclusiones generales y específicas.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 General

Diseñar plan de mejoramiento para el Parque Recreacional del Municipio de Caicedonia, Valle del Cauca, que permita optimizar las actividades y hacerlas más eficientes, con la finalidad de generar mayor productividad, competitividad y sostenimiento en la región.

1.5.2 Específicos

- Identificar fortalezas, debilidades, oportunidades de crecimiento empresarial mediante diagnóstico interno y externo de la empresa (análisis FODA).
- Realizar un estudio de mercado, estableciendo las necesidades de innovación y crecimiento, favoreciendo su posicionamiento en el sector económico turismo, utilizando la guía propuesta por el Instituto de Promoción Económica (IGAPE).
- Proponer un plan de mejoramiento, con el fin de que la empresa objeto de estudio tome las mejores decisiones empresariales, definiendo estrategias que ayuden a optimizar las áreas y diseño de nuevas.
- Elaborar plan de inversión para la implementación de estrategias propuestas en el plan de mejoramiento, refiriendo los responsables de ejecución, fuentes de financiación y tiempo.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO TEÓRICO

La propuesta de mejoramiento es un proceso utilizado para alcanzar la calidad y excelencia de las organizaciones de una manera continua, logrando que se cumplan metas y objetivos establecidos, para así obtener resultados eficientes y eficaces, donde el interés particular es la relación entre los procesos y el personal, contribuyendo al progreso administrativo, operativo y crecimiento económico de la empresa. (Villavicencio, Soler, & Bernabéu, 2017, p. 2)

Consecuentemente, la planeación estratégica tiene por objetivo la definición de acciones, estableciendo los principios para lograr coordinar las operaciones en la empresa, previniendo fallas o pérdidas por la falta de planificación, siendo funcionalmente administrativa, permitiendo la fijación de objetivos, metas, políticas, procedimientos, programas y planes para ejercer el control sobre la empresa. Por tal motivo, la planeación estratégica para el Parque Recreacional ayuda a crear ventajas competitivas, tomando como referencia la gerencia, la organización, operación, que ayudara a tomar mejores decisiones, desarrollando actividades eficientes y alcanzando los objetivos. Para Arévalo (2011), el proceso de planeación “consiste básicamente de cinco etapas, las cuales son: La definición de objetivos, formulación de estrategias con base en las necesidades, desarrollo de planes de acción operacional, precisar el presupuesto financiero anual y la ejecución de operaciones”. (p. 5)

Según Barraza & Dávila (2008), citado por Arévalo (2011), la metodología para el diseño del plan de mejoramiento, consiste en la tercera esfera concéntrica de Kaizen, que tiene como finalidad eliminar incertidumbres operaciones y coordinar eficientemente los proceso y productos, con enfoque de calidad y obteniendo mejores resultados efectivos y rápidos.

De igual forma, en el 2001, Damelio habla de la importancia de aplicar diagrama de procesos, permitiendo definir procedimientos concretos de trabajo, identificar rápidamente los problemas y realizar un análisis objetivo entre clientes y proveedores, siendo las bases fundamentales de mejora para la empresa. (Arévalo, 2011, p. 23)

En la ISO 9000, Yáñez (20012), indica que la importancia de la mejora continua consiste en resolver las exigencias del cliente en relación a la calidad de los productos, implementando auditorías a los procesos para identificar retos y oportunidades de crecimiento, convirtiéndose en factores claves de cambio y éxito para las organizacionales. (p. 3)

Un plan de mejoramiento consiste en un análisis riguroso de las áreas, proceso y de las diferentes actividades realizadas, satisfacción laboral y el cumplimiento de las expectativas del cliente, en el cual, se define el problema a solucionar, en relación a estructurar planes de acciones, formados por objetivos claros, actividades, responsables e indicadores de gestión, permitiendo una evaluación constantemente, siendo un proceso alcanzable en un periodo determinado.

Por lo tanto, en relación a lo manifestado por Villavicencio, Soler, & Bernabéu, expresan que el plan de mejoramiento debe seguir los siguientes pasos: “El análisis de causas que generan el problema, propuesta y planificación del plan, y evaluación” (2017, p. 4), el cual, debe de desarrollarse en un proceso sistémico, siguiendo siempre el ciclo de mejora continua en calidad, como la planificación, ejecución, verificación y actuar de manera oportuna a las necesidades, siendo un proceso dinámico y permanente.

Este debe ser viable, flexible y medible, permitiendo la integración de acciones a corto, mediano y largo plazo, para lo cual, puede contener acciones concretas como: Definición de objetivos; Análisis de probables soluciones con apoyo de lluvia de ideas, diagrama de flujo, matriz de relación, diagrama de comportamiento, etc.; Estableciendo acciones de solución que se rigen bajo los principios de planificación estratégica y operativa, análisis y rediseño de procesos, cuadro de control integral y aprender de los errores; Verificar la aplicación, especificar indicadores y documentar el plan de mejora. (Báez, 2020)

El plan de mejora continua representa una herramienta muy útil para las empresas que desean mejorar sus servicios, productos o procesos, permitiendo permanecer en el mercado más tiempo, crecer y ser competitivos, superando las expectativas en comparación con otras empresas. Su ejecución es muy útil y fácil e involucra a todos los niveles de la organización dependiendo del área o proceso a mejorar, lo importante para lograr los éxitos esperados en la aplicación de esta técnica es definir de manera exacta el área a mejorar, definiendo claramente los problemas a solucionar, y en función de estos estructurar el plan de acción a seguir definiendo objetivos claros, actividades, responsables e indicadores que permita evaluar el proceso de mejora todo esto dentro de un periodo determinado y bien definido. (Villavicencio et al., p. 6)

Hay que mencionar que en esta investigación se aplica estudio de mercado, el cual, según Tobar (2019) es un proceso que permite recopilar, validar, analizar e interpretar datos con la finalidad de obtener información que proporcione una visión general de la empresa, permitiendo tomar decisiones con base en lo obtenido, facilitando el planteamiento de estrategias y tácticas en la empresa para ser mejor competitivas, identificar los gustos del cliente, tendencias de consumo y de acciones convergentes para posicionamiento en el mercado, crecer competitivamente y obtener mayor reconocimiento en la comunidad, como en redes de comunicación e información.

En complemento, este proceso de estudio de mercado se fortalece mediante un análisis profundo de las características internas y externas de la empresa (FODA), lo que contribuye a generar un conocimiento específico de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, lo que fortalece el plantear estrategias aumentar, disminuir, aprovechar y neutralizar todos los factores evaluados y tenidos en cuenta como propios de la empresa. Estas estrategias se convierten en un elemento para mejorar la calidad del servicio, reducir riesgos y optimizar procesos, siendo cada vez más competitivos y logrando las metas propuestas por la gerencia, siendo rentable la operación y obteniendo mayor flujo de dinero en caja, es decir, mayores ganancias netas para la empresa. (Villagómez et al., 2014)

Por lo tanto, todo plan de mejoramiento necesita un plan de inversión, y este último es entendido por Andía y Paucara (2013) como la proyección de inversión, en el cual. Se termina todos los recursos necesarios económicos para atender y solucionar una problemática concreta, y que incluye, objetivos claros y de la planificación de recursos propios o de crédito para su ejecución. La proyección en la inversión está intrínsecamente relacionado con los recursos de la empresa y su capacidad de pago para comprar tecnología, pagar asesoría u obtener servicios básicos.

2.1.1 Marco de antecedentes

En la revisión bibliográfica sobre investigaciones relacionadas con el objetivo general del presente trabajo, se hallaron documentos como tesis, trabajos de trabajo y artículos científicos que plantean un problema de intervención similar, todas encaminadas a crear planes de mejora y el desarrollo de estrategias que ayude a optimizar los procesos.

En este orden de ideas, a continuación, se destaca las partes de algunas investigaciones tomadas como referencia de antecedentes:

En el trabajo de investigación **“propuesta de mejoramiento de procesos para la planta central del Ministerio de Educación Nacional”**, realizado por Silvia J., y Osorio Calvopiña en el año 2015; como problema abordado, plantearon el porte a la institución el mejoramiento de los procesos, que compone la Subsecretaria de la calidad, con la finalidad de desarrollar una nueva estructura organizacional, siguiendo las recomendaciones del Ministerio de Relaciones Laborales.

La metodología aplicada es el método inductivo, empleándose como instrumento de trabajo, siguiendo pautas claves como la formación de equipos, identificación de usuarios de los procesos y sus necesidades, identificación de procesos, descripción y análisis de los procesos, difusión de los procesos, aplicación y control de los procesos y mejoramiento continuo de los procesos. Tomaron como población a la planta central del Ministerio de educación Nacional.

En sus resultados se denota el desarrollo de las recomendaciones establecidas por el Ministerio de Relaciones laborales y se mejoró los procesos, rediseño las áreas e innovo en el uso de las nuevas tecnologías como soporte técnico. Además, se identificó la importancia del control de los procesos es un valor agregado, mejorando el desarrollo de las actividades y en cumplimiento de las eficiencia, eficacia y oportuna atención.

Por lo tanto, denota la importancia de realizar una distribución organizacional y de responsabilidades eficientes, para el presente proyecto, definiendo procesos y los responsables de verificar que las actividades se realicen de forma eficiente, al igual de utilizar las tecnologías para facilitar la ejecución de procesos y comercialización virtual.

En la investigación **“Plan de mejoramiento empresarial de unidades de servicio de la comunidad ubicada en el asentamiento luz de salvación II del municipio de Bucaramanga”**, realizado por Rodríguez A. (2018), buscando identificar las características que tiene las famiempresas de la comunidad para plantear métodos de mejoramiento o procedimientos que ayuden a las personas a tener un mejoramiento continuo en sus negocios. Como instrumento se utilizó el “diagnostico”, que busca identificar y conocer las principales falencias que presentaban las famiempresas. las empresas son de criterio familiar, tanto su capital como el nivel de las personas que la lideran son de clase media o baja, en el cual, no aplican un proceso adecuado en las áreas, por lo tanto, se establece las necesidades del mejoramiento continuo en el servicio al cliente para los negocios, donde, se descubren gracias a las quejas y reclamos de los clientes, siendo competitivos disponiendo de gran variedad de productos y tener buena atención al cliente, cumpliendo sus necesidades.

Con base en los resultados del diagnóstico se encontró que no manejan contabilidad de compra de materia prima, ventas y ganancias, etc., no cumplen con las necesidades de los clientes, tienen y manejan una publicidad digital y tradicional, con apoyo de las redes sociales; No tienen una imagen clara y definida del tipo de negocio; No cumplen con implementos de seguridad e higiene. Por lo tanto, se definen diferentes estrategias de acuerdo a las unidades productivas y de servicio, con el propósito de mejorar la oferta y el servicio en el mercado actual y potencial. Se encontraron debilidades en cada uno de las “famiempresas”, en los aspectos tales como: manejo contable, costos de producción, elaboración y presentación de productos, nivel de asepsia en la presentación y elaboración de los productos, legalización de los negocios comerciales.

En el proceso de intervención en la comunidad se capacito a la comunidad sobre temas como: Economía empresarial, manipulación de alimentos, servicio al cliente, ampliación del mercado y se diseñó un plan de mejoramiento. Estas capacitaciones se realizaron con el acompañamiento de los docentes del semillero de investigación, seguidamente se orientó a la comunidad, para que llevaran a cabo los temas que se capacitó, y se dieran resultados.

Con base en lo anterior, en la investigación citada, se toma elementos claves de estudio como el análisis de oportunidades, ventajas, amenazas y riesgos, con el fin de estructurar estrategias competitivas, cumpliendo con la normatividad vigente en la ejecución de la actividad comercial, mejoramiento de la atención al cliente y aspectos como orden, aseo, seguridad, confiabilidad de los productos y reconocimiento de marcas, permitiendo competitiva leal, manejando precios competitivos, productos, servicios y demás elementos con criterios de legalidad.

León A. (2019), en su proyecto de investigación titulado **“Plan de mejoramiento para la empresa Juan Carlos Llano”**; diseño de un plan de mejora para la empresa, permitiendo mejorar con el tiempo los procesos, estableciendo un plan estratégico, liderando las competencias empresariales para establecerse sólidamente en el mercado, cumpliendo las exigencias del usuario y los cambios dinámicos del mercado. La metodología utilizada es de tipo cuantitativo con enfoque descriptivo, utilizando entrevista y sección de grupo como instrumento para la recolección de la información. Además, se plantea el trabajo por etapas. Se toma como referencia a la empresa y su población trabajadores que consta de tres personas. En sus resultados se destaca que en la empresa no se encuentra establecido un área administrativa, por lo tanto, se define las áreas de Contabilidad, Talento Humano, Procesos Comerciales (Mercadeo, ventas), definiéndose los procesos de producción como infraestructura (Taller) y la tercerización de algunas actividades.

La empresa tiene factores resaltantes los cuales son el Know how, el conocimiento del sector y la claridad de cómo se de llevar los procesos, cuyo enfoque es artesanal y en cuanto al contexto externo no existe una alta demanda comercial y debe mejorar el orden de las áreas, organización y aseo.

En relación con lo anterior, en el estudio planteado se refiere la importancia de dividir las áreas, definiendo rangos, niveles, obligaciones y responsabilidades, estableciendo un sistema de mando y como se correlaciona las funciones entre sí, siendo más eficientes y reduciendo la duplicidad de actividades y responsabilidades, elementos esenciales para definir en la propuesta de mejoramiento para la presente investigación.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

En el presente trabajo se fundamentan conceptos bases para el estudio y necesarios en el diseño del plan de mejoramiento para el Parque Recreacional de Caicedonia, Valle del Cauca. A continuación, se relaciona los conceptos más relevantes:

De acuerdo con la definición establecida por Torres, un **proceso** es una “secuencia de tareas que se realizan de forma concatenada, es decir de forma seguida una detrás de la otra para alcanzar un objetivo o un fin concreto” (Torres, 2018). Estos procesos se pueden clasificar en operativos, de apoyo o de gestión.

Los procesos que se deben definir en una empresa son: Proceso comercial, en el cual un cliente solicita un servicio o producto a la organización; Proceso de producción, en el cual se prepara el servicio o producto que se va a entregar al cliente; Proceso entrega del producto/servicio, en el cual se entrega el servicio o producto al cliente; Proceso postventa: en el cual se ofrece un soporte para las dudas, sugerencias, quejas o reclamaciones que puedan existir una vez entregado el servicio/producto.

Para Hernández (2020), las **áreas** de una empresa agrupaciones de actividades, de carácter homogéneo y coordinado, que se realizan para alcanzar los objetivos organizacionales. También la define como los conglomerados de actividades, tareas, labores y procesos que se realizan de manera conjunta y coordinada con el fin de alcanzar los objetivos de una organización en todos los niveles, satisfaciendo las necesidades de sus clientes, generando bienestar para sus empleados, produciendo utilidades para sus propietarios y creando beneficios sociales para su comunidad y su entorno (párr. 3). Fred Nichol, citado por Riquelme (2018), define la **estrategia corporativa** como “una compleja red de ideas, pensamientos, experiencias, objetivos, memorias y expectativas que proporcionan una guía general para emprender acciones en la búsqueda de fines particulares”. (párr. 4)

Para Flor (2019), precisa el **plan de mejora** como es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar su rendimiento, pueden ser de muchos tipos: Organizativas, operacionales, etc. Las medidas de mejora deben ser sistemáticas, no improvisadas ni aleatorias y deben planificarse cuidadosamente, llevarse a la práctica y constatar sus efectos (p. 23). La estructura organizacional, según Guevara (2001), “Corresponde a los diferentes patrones de diseño para organizar una empresa, con el fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo deseado. Es la distribución formal de los empleos dentro de una empresa”. (p. 115)

La Planeación es la función que tiene por objetivo fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrá de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y las determinaciones de tiempo y números necesarios para su realización. Es una función administrativa que permite la fijación de objetivos, políticas, procedimientos y programas para ejercer la acción planeada. (Chases, 2008, p. 220)

Un **Procedimiento** es una forma específica de llevar a cabo una actividad. En muchos casos los procedimientos se expresan en documentos que contienen el objeto y el campo de aplicación de una actividad; Que debe hacerse y quien debe hacerlo; cuando, donde y como se debe llevar a cabo; Que materiales, equipos y documentos deben utilizarse; Y como debe controlarse y registrarse. (Gonzales, 2003, p. 300)

Según Andía y Paucara (2013) el **plan de inversión** tiene una finalidad de uso organizacional, de proyección para la eficiencia, partiendo de la definición de una necesidad, de objetivos claros y de la estructura para su ejecución, analizando el monto necesario y de la identificación del origen de los recursos.

2.3 MARCO CONTEXTUAL

El presente trabajo está planteado para ejecutarse en el Parque Recreacional del municipio de Caicedonia, ubicado en la calle 10 No. 17-54, al norte del departamento Valle del Cauca. Se dedica actividades de recreación, deporte y turismo, fundada el 10 de diciembre de 1994, por 48 socios precursores de instituciones públicas y privadas como Univalle, Club de Leones y algunos comerciantes del norte del Valle, al año 2020, han muerto diez de los fundadores originarios; El municipio dio el terreno para la construcción en el año 1998.

Cuenta con acceso a servicios publico básicos de agua potable, energía eléctrica y recolección de basuras, además de una variedad de aves que son el pilar de entretenimiento de los usuarios. La asamblea de socios nombra la junta directiva, la cual se compone de nueve personas; La administración del parque recreacional está a cargo del gerente general y secretaria, disponiendo responsabilidad y oficios para los trabajadores en los diferentes puestos como: Auxiliar de guarda ropa de usuarios, auxiliar de control de ingreso al área de piscina y personal de oficios varios. Cuenta con varios convenios con instituciones como Univalle, Comfenalco, Niño Jesús de Praga, etc.

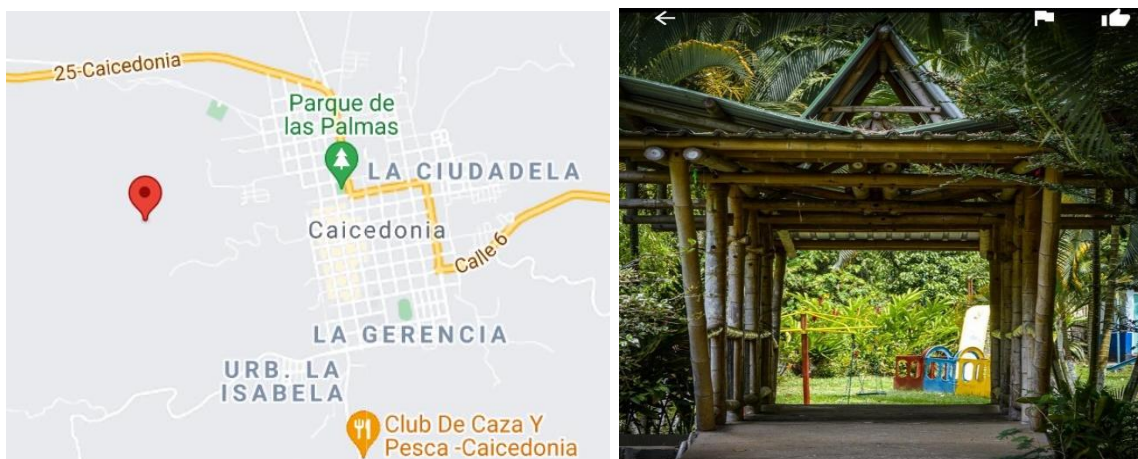


Figura 2. Parque Recreacional de Caicedonia, Valle del Cauca

Fuente: Obtenido de Google, maps.com, parque recreacional de Caicedonia.

En circunstancias de la pandemia por la COVID-19 (Virus SARS Cov y MERS Cov), y declaratoria de emergencia en todo el territorio nacional, se encuentra en una situación de vulnerabilidad, expuesta a diferentes riesgos sociales, económicos y ambientales, se recomendó el aislamiento preventivo obligatorio de las personas en sus lugares de residencia, y cese de toda actividad comercial, académica, política y cultural; Actualmente, solo desarrolla funciones contractuales el gerente general y el piscinero, encargado de la limpieza de la piscina y otros oficios varios, trabajando a medio tiempo, siendo la piscina y áreas del parque visitada por personas de la región.



Figura 3. Camino al río y piscina del Parque Recreacional de Caicedonia

Fuente: Registro fotográfico de Parque Recreacional, piscina y camino en guadúa

Además, se cuenta con restaurante los días domingos, y tiene proyectado a futuro la construcción y disposición de cancha sintética, es de denotar, se implementaron lagos de pesca, pero no dieron resultado por varias circunstancias económicas y sociales.

Se maneja una tarifa estandarizada, para los niños, la entrada tiene un valor de tres mil pesos y adultos de cinco mil. Una de las estrategias para controlar el acceso de las personas es de mallas limitadoras, reduciendo así el ingreso sin pago y no autorizado de algunas personas.

En respuesta a la contingencia y aplicación de los protocolos de bioseguridad y plan de emergencia por la COVID-19, el señor Pedro Nel Pinzón G., dispuso el ingreso máximo por visita de 10 personas, acatando las recomendaciones de bioseguridad, como el uso de tapabocas, zona de desinfección y área para disponer de desechos contaminados con elemento biológico. La situación financiera del parque es alarmante en este momento, sin embargo, la gestión de varias instituciones ha permitido que se sostenga hasta permitir mayor afluencia de visitantes, propios, connacionales y extranjeros.

Con base en los datos suministrados por el Centro Grancolombiano del Paisaje Cultural Cafetero (2019), el municipio de Caicedonia está ubicado al norte en el departamento del Valle del Cauca, denominado como la “Ciudad Centinela del Valle”, reconocido por su variedad en fauna, flora y paisajes (Centro Grancolombiano del Paisaje Cultural Cafetero, 2019, párr. 1), siendo el municipio más joven del departamento, es un territorio montañoso y bañado por los ríos La Vieja, Pijao y Barragán.

La principal actividad económica del municipio es la agricultura, sobresaliendo el cultivo de café, plátano y banano, siendo diverso en los cultivos de yuca, caña panelera, maíz, sorgo, soya, aguacate, actividades de ganadería y comercio.

Es de resaltar que el municipio intenta destacarse e innovarse en el sector turismo, ya que cuenta con balnearios naturales en el río Barragán y la Vieja o Cerro de Cubides, con un bosque natural diverso, donde se puede observar mayormente la población.

2.4 MARCO TEMPORAL

El presente trabajo se ha planteado para desarrollarse en un periodo de seis meses, que consiste en el primer semestre del año 2021, en el cual, se planifica el desarrollo teórico y metodológico, realizando visitas y aplicando el instrumento de consulta, con el fin de diseñar plan de mejoramiento de los procesos y optimización de actividades en el Parque Recreacional de Caicedonia, Valle del Cauca.

2.5 MARCO LEGAL

Las empresas pueden dividirse en micro, medianas y grandes empresas, y según la Ley 590 del 10 de julio de 2010, el Parque Recreacional, se clasifica como una MiPymes, pequeña empresa, ya que cuenta con menos de 10 trabajadores y los activos totales no superan 501 salarios mínimos mensuales vigentes.

De igual forma, por ser una empresa que su actividad económica consiste en actividades recreativas, esparcimiento, deporte y operaciones relacionadas con el turismo, y su deseo por ser reconocido como centro turístico de la región aplica la reglamentación normativa en materia del sector turismo en Colombia, destacándose las siguientes:

Artículo 52 de la Constitución Política: El turismo, es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades.

Ley 1558 de 2012: por la cual se modifica la ley 300 de 1996 -ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones, esta ley realiza modificaciones y dicta otras disposiciones en materia de objeto, importancia y principios de la actividad turística; definiciones y clases de turismo; determinación de zonas de desarrollo turístico prioritario.

Resolución 2534 de 2006 (Ministerio de comercio industria y turismo): "por la cual se crean y organizan unos grupos internos de trabajo en las direcciones de calidad y desarrollo sostenible del turismo y de análisis sectorial y promoción del ministerio de comercio, industria y turismo, se determinan sus tareas y responsabilidades y se adoptan otras disposiciones".

Artículo 67, Constitución política de Colombia: la recreación, como derecho fundamental, integrado de la educación.

La normatividad en Seguridad y Salud en el trabajo refiere a: Ley 9 de 1979, Ley 1562 de 2012, Decreto 1072 de 2015 y Resolución 0312 de 2019, y demás en relación a la SST.

Otras normatividades en recreación: Ley 724 (diciembre de 2001), día de la niñez y de la recreación último sábado del mes de abril. Ley 912 (octubre de 2004), día nacional del deporte, la recreación y la educación física tercer domingo de septiembre

Los centros de recreación interesados en ofrecer servicios de turismo deben de cumplir con el registro ante el MINCIT, para formalizarse como prestadores, siguiendo los lineamientos definidos en el manual de proceso de formalización de prestadores de servicios turísticos.

De conformidad con lo dispuesto en el Artículo 62 de la Ley 300 de 1996, modificado por el Artículo 62 de la Ley 1101 de 2006; Titulo 4 Capítulo 1 Sección 1. Artículo 2.2.4.1.1.14, del decreto 1074 de 2015, los siguientes prestadores de servicios turísticos están obligados a inscribirse en el Registro Nacional del Turismo:

Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas; las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras; las oficinas de representaciones turísticas; los guías de turismo; los establecimientos de gastronomía y bares, etc.

Decreto 355 de 2017, por el cual se modifican los artículos 1, 3, 5 y 7 del decreto 945 de 2014, el cual reglamentó la Conformación y el funcionamiento del consejo nacional de seguridad turística y los comités Departamentales de seguridad turística de que trata el art Decreto 229 de 2017, por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el registro nacional de turismo y se modifican en su integridad las secciones 1,2 y 3 del capítulo 1 del título 4 de la parte 2 del libro 2 del decreto 1074 de 2015, decreto único reglamentario del sector comercio, industria y turismo, artículo 11 de la ley 1558 de 2012.

Ley 1225 de 2008, por la cual se regulan el funcionamiento y operación de los parques de diversiones, atracciones o dispositivos de entretenimiento, atracciones mecánicas y ciudades de hierro, parques acuáticos, temáticos, ecológicos, centros interactivos, zoológicos y acuarios en todo el territorio nacional y se dictan otras disposiciones.

Resolución 880 de 2017, funcionamiento, instalación, operación, uso y explotación de los parques de diversiones, parques acuáticos, temáticos, zoológicos y acuarios privados y públicos.

Resolución 0543 de 2017, reglamento técnico para parque de diversiones, atracciones, exhibición educativa, recreativa o científica.

3. METODOLOGÍA

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo posee un diseño metodológico de la investigación cualitativa con lineamientos del enfoque cuantitativo, realizando un análisis sistemático de los diferentes componentes estratégicos y áreas de la empresa, lo que permite el desarrollo práctico y consulta de referentes teóricos en cada una de las fases de trabajo.

3.2 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

En la investigación cualitativa, es importante señalar que es genérica y con un propósito de indagar las ideas, comprendiendo el fenómeno que se explora desde la mirada de los participantes en relación con su contexto (Sampieri, Collado & Lucio, 2017, p. 378).

Así mismo, en el desarrollo de la presente investigación con lineamientos cualitativos y cuantitativos se planifica plan de trabajo en relación con los objetivos estratégicos, en lo cual, se utiliza técnicas como visita, consulta de información, encuestas, entrevistas, análisis de factores y estudio del sector económico turismo, trazando lineamientos para el diseño del plan de mejoramiento y estrategias que ayuden a optimizar los recursos, generar mayor rentabilidad y obtener un mejor reconocimiento y posicionamiento en el mercado.

Se escogió esta metodología por su facilidad práctica, análisis e interpretación de información, permitiendo tomar información de múltiples elementos de la empresa y de su contexto externo, identificando amenazas y oportunidades de crecimiento, contribuyendo en general que es el diseño de un plan de mejoramiento, definiendo actividades, recurso técnico, tiempo, personal y capital necesario para su ejecución.

Los instrumentos aplicados son de tipo descriptivos, exploratorio e informativos, favoreciendo identificar características propias del mercado, población (cliente potencial), necesidades, canales y recursos que ayuden al parque recreacional a ser competitivo, cumplir con la normatividad legal en el sector turismo y se refleje una imagen positiva, en criterios de eficiencia y eficacia en la prestación de sus servicios y garantía de productos.

3.3 CRITERIOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación cuantitativa se caracteriza por medir fenómenos, utilizar datos, estadísticas, prueba de hipótesis y de realizar un análisis profundo y minucioso de causas y efectos con base en datos obtenidos con cálculo numérico. Por ende, este tipo de investigaciones en general es deductiva, utilizada comúnmente en estudios como probabilidad de mercado, descripción de riesgos, análisis de variables, etc., que se relaciona con el objetivo de la presente investigación (Sampieri et al., 2017, p. 4).

3.4 CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO

El presente trabajo posee un diseño metodológico con enfoque cualitativo y de investigación cuantitativa, partiendo del análisis y la recolección de datos subjetivos mediante la aplicación cuestionarios, entrevistas y diagnóstico empresarial (Análisis DOFA y estudio de mercado), con el fin de diseñar propuesta de mejoramiento para las áreas del Parque Recreacional de Caicedonia, definiendo tácticas para incentivar la motivación en los trabajadores, mejora y rendimiento de los procesos, ampliando su portafolio de servicios en campo de recreación, esparcimiento y turismo.

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

Se toma como referencia al Parque Recreacional de Caicedonia, sus áreas y trabajadores. La carga ocupacional se divide de la siguiente manera: Gerente general, secretaria, ayudante de guarda ropa, ayudante en el control de ingreso a la piscina y personal de oficios varios.

3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Como fuentes de información primaria en el presente trabajo se tendrá en cuenta: Guía de observación, diagnóstico organizacional, cuestionarios, entrevistas y sesión de grupos.

Además, se tendrá en cuenta fuentes secundarias como: Registro fotográfico, observación directa, comunicación simétrica y asimétrica entre trabajadores e investigadores, videos, fuentes bibliográficas y consultas en internet. De igual forma, se tomará datos históricos de otras investigaciones, análisis y opiniones referentes al tipo y objetivos similares al trabajo que se desarrolla. Además, teniendo en cuenta los conocimientos en informática y el manejo en las gráficas se manejará el paquete de Microsoft Office Profesional plus 2019.

3.7 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos en el proceso de diagnóstico, identificación de necesidades y estudio de las dificultades se analizará teniendo en cuenta lineamientos teóricos de otras investigaciones y el uso de tablas y figuras para resumir los datos obtenidos y así establecer mediante análisis reflexivo las acciones de mejora que ayude al parque a perfeccionar sus estrategias, se posicione en el mercado y tenga mayor reconocimiento en el sector turístico.

A continuación, se muestra las fases como se analizarán los datos obtenidos.

3.8 OBSERVACIÓN Y SESIÓN DE GRUPO

Para facilitar la toma de la información necesaria para el trabajo académico, se tendrá en cuenta la observación y sección de grupo, lo que abrirá la puerta, para que la persona objeto de estudio responda con mayor confianza y proporcione datos reales, de igual manera, se busca eliminar barreras y contestar todas las dudas de las personas al momento de la aplicación de los instrumentos de acogida de datos.

3.9 DELIMITACIÓN Y ALCANCE

La finalidad del presente trabajo académico va enfocada al planteamiento de acciones de mejora para las áreas del Parque Recreacional, haciendo uso de entrevistas, observación, diagnóstico organizacional (FODA), estudio de mercado; Contribuyendo a que el parque mejore el desarrollo de sus actividades administrativas y operativas, defina estrategias, políticas y acciones, ayudando al reconocimiento por parte de los clientes el buen servicio y calidad de los productos ofertados, enmarcando en la eficiencia y eficacia en cada uno de los trabajadores, cumpliendo con los estatutos de seguridad, higiene y compromiso social.

3.10 FASES DE TRABAJO

Se tendrá en cuenta la metodología cualitativa y de la investigación cuantitativa, en relación con la aplicación de entrevistas, observación y diagnóstico de dificultades y oportunidades de crecimiento empresarial. En las fases de trabajo se busca realizar el planteamiento al problema, del objetivo general y de los objetivos específicos, proponiendo situaciones que aborden y solucionen algunas características propias del contexto de la población objeto de estudio.

Estas fases de trabajo, muestra los resultados y las etapas propuestas para generar estrategias y plan de mejora para el parque, siguiendo los objetivos trazados a alcanzar, respondiendo a la pregunta de investigación plasmada en el planteamiento del problema. Donde, se tendrá en cuenta las siguientes fases de trabajo, detalladas a continuación:

3.10.1 Diagnostico

Como objetivo inicial, se identifica el contexto del trabajo y se determina su localización, analizando las necesidades, deficiencias y oportunidades de crecimiento, permitiendo el desarrollo óptimo de las actividades en cada una de las áreas y procesos de trabajo.

3.10.2 Planificación

En esta fase se consulta y se toma antecedentes teóricos en relación con el objeto de estudio del presente trabajo, resaltando algunos apartes y opiniones que ayuden a generar una explicación profunda de los datos examinados, resultado de la aplicación de técnicas e instrumento de valoración.

3.10.3 Ejecución

Con base en los resultados obtenidos y en la revisión de antecedentes conceptuales y normativos que favorezcan al diseño de una propuesta de mejoramiento de las áreas y optimización de actividades, aplicando instrumentos de consulta a la población trabajadora que participan de manera voluntaria e identificación de fortalezas y debilidades en la organización del Parque Recreacional.

3.10.4 Aplicación

En la fase de aplicación, se emplea los instrumentos y técnicas de medición definidos, contando con un espacio libre y ameno, permitiendo que los datos suministrados por los participantes sean reales y objetivos, de igual manera, se cuenta con la disposición de gerencia para suministrar datos básicos de la organización, rendimientos y estrategias aplicadas para mejorar su portafolio y atraer más clientes al parque.

Consecuentemente, con los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos y las técnicas, estos permiten plantear recomendaciones pertinentes para mejorar los procesos, realización de actividades y garantía de las condiciones, personales, laborales y sociales de los trabajadores, de igual forma, se satisface y cumple las expectativas de los clientes.

Finalmente, con los datos suministrado por los participantes y diagnóstico de necesidades, se tabulará y analizará, reconociendo las diferentes deficiencias y oportunidades de mejora, postulando el plan de mejoramiento, recomendaciones y conclusiones.

3.11 CONSIDERACIONES ÉTICAS

Toda la información suministrada por los trabajadores y gerencia, así mismo, documentos o registros, será estrictamente confidencial, a lo cual, no se dará información a terceros que los pueda afectar directa e indirectamente la privacidad administrativa y operativa del Parque Recreacional de Caicedonia, Valle del Cauca.

4. CRONOGRAMA

Tabla 1. Cronograma

No	Objetivos específicos y/o Actividades	Mes 1		Mes 2		Mes 3		Mes 4		Mes 5		Mes 6	
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Planteamiento de la propuesta de investigación													
01	Planteamiento del problema	X											
02	Observación inicial en el contexto real		X										
03	Revisión de la literatura			X									
04	Diseño del marco teórico				X								
05	Diseño de la metodología					X							
06	Definición de la muestra y fases de trabajo					X							
07	Aplicación de técnicas e instrumentos de medición						X	X	X				
08	Análisis de resultados												X
09	Elaboración del informe												X
10	Presentación del informe												X
Análisis interno y externo de la empresa (fortalezas, debilidades, oportunidades)													
01	Identificación de fortalezas y oportunidades					X							
02	Identificación de debilidades y amenazas							X					
03	Definición de estrategias							X					
Estudio de mercado y análisis técnico													
01	Análisis de la propuesta e involucrados								X				
02	Estudio de mercado y técnico (plan de ventas y compras)								X				
03	Análisis de las estrategias								X				
04	Análisis del sector y de mercado								X	X			
05	Diseño de propuesta de mejoramiento									X	X		
Plan de inversión													
01	Definición de fuentes de financiamiento y presupuesto										X		

Fuente: Elaboración propia, 2020

5. PRESUPUESTO

El presupuesto aproximado es de \$3.551.000 para este proyecto, lo cual, incluye costos de transporte, en el desarrollo de trabajo de campo, donde se visita a la empresa objeto de estudio. De igual manera existen gastos relaciones con consumo de internet hogar, datos móviles y minutos. Los gastos en papelería están sustentados en impresiones, cuaderno de notas, lápiz, etc., y corrección de estilo que está relacionado con el ajuste de normas de presentación.

Tabla 2. Presupuesto

Ítem	Descripción	Un.	Cantidad	V. Unitario	Costo directo
1	Personal				\$ 2.250.000
1,1	Honorario grupo investigador	Día	90	\$ 25.000	\$ 2.250.000
2	Equipos				\$ 384.000
1,2	Internet	Mes	6	\$ 30.000	\$ 180.000
2,0	Material y refrigerios				\$ 572.000
1,1	Tinta para impresora (cartucho)	Unid	3	\$ 55.000	\$ 165.000
1,2	Hojas resma tamaño carta (resma)	Unid	3	\$ 10.000	\$ 30.000
1,3	Lápices	Unid	3	\$ 1.000	\$ 3.000
1,4	Lapiceros	Unid	3	\$ 1.000	\$ 3.000
1,5	Borrador	Unid	3	\$ 500	\$ 1.500
1,6	Tabla para encuesta	Unid	2	\$ 5.000	\$ 10.000
1,7	Refrigerio	Unid	90	\$ 4.000	\$ 360.000
3	Transporte				\$ 120.000
1,1	Combustible para motos	Semana	12	\$ 10.000	\$ 120.000
4	Imprevistos				\$ 250.000
4,1	Servicios de mantenimiento y otros	Suceso	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Total					\$ 3.551.000

Fuente: Elaboración propia, 2020

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Realizado el proceso de visitas y entrevistas al gerente del Parque Recreacional de Caicedonia, se puede establecer lo siguiente: El parque no ha realizado un plan estratégico diferencial de sus productos o servicios, a lo cual, planteo y diseño un área de pesca, teniendo baja demanda y visita por partes de usuarios antiguos; por ende, a consecuencia de la pandemia por la Covid-19, las visitas redujeron considerablemente en relación al año 2019. Se resalta la falta de diseño de un plan de marketing para lograr llegar a nuevos clientes, fidelizando los antiguos, incluso cuenta con redes sociales que no maneja adecuadamente para el posicionamiento y reconocimiento del parque, además, puede apoyarse en el enfoque de Social Media para diseñar campañas de incentivos para los clientes.

De igual forma, se observó la necesidad del diseño de un plan de mejoramiento para el parque Recreacional del Municipio de Caicedonia, Valle del Cauca, buscando optimizar actividades, haciéndolas más eficientes, agregando un valor diferencial en sus servicios e innovación en las áreas funcionales del parque, siendo así, se analiza variables como capacidad del talento humano, servicios, demanda y competidores en el sector de parque recreacional y turismo.

Es de resaltar, que el parque recreacional de Caicedonia no se encuentra avalado como centro turístico, por lo cual, se plantea propuesta para acreditarse ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; siendo necesario adaptación, mejora y diseño de nuevas áreas que estén acorde a los requerimientos de seguridad y calidad que estipule los entes competentes para la acreditación.

A continuación, se muestra los resultados y análisis de los mismos, derivados del desarrollo del proyecto.

6.1 FORTALEZAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

Para la identificación de debilidades, fortalezas y amenazas se analiza aspectos como Capacidad Directiva, Capacidad Competitiva, Capacidad Financiera, Capacidad Tecnológica, Capacidad Talento Humano, al igual de variables económicas, políticas, gubernamentales, legales sociales, culturales, demográficas y ambientales.

Es de resaltar que el diagnóstico estratégico, mediante el análisis interno y auditoría organizacional de la capacidad interna de la empresa se hace mediante la ponderación de factores claves identificados en la empresa, y que esta ponderación se da mediante un valor entre los 0 (no importante) y 1 (muy importante), indicando el grado de importancia con relación al éxito de cada factor, independiente de las fortalezas o debilidades. Es decir, cada valor da una referencia de influencia positiva o negativa en el desempeño organizacional, donde, la suma total ponderada de estos factores debe ser igual a 1.

Por consiguiente, cada factor identificado se le da una calificación de fortaleza con un valor de 3 (fortaleza menor) o 4 (fortaleza mayor), y para las debilidades se da una calificación de 1 (debilidad menor) o 2 (debilidad mayor). Estas calificaciones dadas a las fortalezas y debilidades se multiplican por la ponderación inicial que se dio a cada factor, por ende, los factores con mayor valoración en cada rango de fortaleza o debilidad son tomados como los mayores influenciadores en el desempeño organizacional, ya la suma total de la ponderación indica un rango de debilidad o de fortaleza en la organización.

Para generar conclusiones específicas se tiene en cuenta los siguientes niveles: Si la puntuación ponderada total es inferior a la media (2,5) significa que es una organización con serias debilidades. Es necesario analizar exhaustivamente las categorías y variables críticas. Si puntuación ponderada está entre (3,5 y 4), significa que es una organización con más fortalezas que debilidades. Es necesario identificar las fortalezas más altas para apalancar debilidades.

A continuación, se muestra las tablas: Diagnóstico estratégico - análisis interno: auditoría organizacional, perfil de capacidad interna; diagnóstico estratégico - análisis externo, perfil de oportunidades y amenazas del medio; diagnóstico estratégico - análisis externo, matriz de perfil competitivo.

Tabla 3. Diagnóstico estratégico - análisis interno: auditoría organizacional, perfil de capacidad interna

Capacidad	Ponderación	Fortaleza		Debilidad	
		Calificación	Ponderada (p*c)	Calificación	Ponderada (p*c)
1. Capacidad directiva					
1. Imagen corporativa.	0,09	4	0,36	1	0,09
Responsabilidad social					
2. Orientación empresarial	0,06	3	0,18	1	0,06
3. Sistemas de coordinación	0,08	3	0,24	1	0,08
2. Capacidad competitiva					
1. Fuerza de producto, calidad, exclusividad	0,06	3	0,18	2	0,12
2. Lealtad y satisfacción del cliente	0,06	4	0,24	1	0,06
3. Portafolio de productos	0,06	3	0,18	1	0,06
3. Capacidad financiera					
1. Habilidad para competir con precios	0,06	3	0,18	1	0,06
2. Estabilidad de costos	0,06	3	0,18	2	0,12
3. Liquidez, disponibilidad fondos internos	0,05	3	0,15	2	0,10
4. Capacidad tecnológica					
1. Capacidad de innovación	0,06	3	0,18	2	0,12
2. Nivel tecnológico	0,06	3	0,18	1	0,06
3. Nivel de coordinación e integración con otras áreas	0,06	3	0,18	2	0,12
5. Capacidad talento humano					
1. Experiencia técnica	0,06	3	0,18	2	0,12
2. Estabilidad	0,09	4	0,36	1	0,09
3. Motivación	0,09	3	0,27	1	0,09
Total, parcial:	1,00		3,2		1,4
Ponderación Total: 4,6					

Fuente: Elaboración propia, 2021

Con base en la matriz análisis interno, para el parque recreacional se considera un aspecto importante el factor *imagen corporativa y responsabilidad social*, dada que la puntuación de la calificación es la más alta, con un valor ponderado de 0,36; que se identificó como una fortaleza mayor muy importante, a lo cual, la comunidad de Caicedonia tiene una percepción positiva, donde, su representación dada por los clientes se representa en criterios de eficiencia, cumplimiento de funciones, calidad, garantía, servicios y productos acorde al gusto del cliente.

Asimismo, se considera una ventaja la lealtad y satisfacción del cliente (ponderación de 0,24), permitiendo que la población usuaria no se reduzca considerablemente, incluso en tiempos de crisis o emergencias sanitarias; sin embargo, el parque debe apoyarse en campañas de fidelización, socialización y concientización con apoyo de las redes sociales y la ejecución de un plan de marketing digital estratégico.

La habilidad para competir con precios, como la planificación en algunos costos es una ventaja financiera para la empresa, por lo contrario, la comunicación y control gerencial, es considerada una debilidad. Además, la capacidad de innovación es otra debilidad considerable, debido a la falta de identificar estrategias y necesidades, teniendo en cuenta la opinión del cliente, cuando se desarrolla otra área dentro del parque.

Por lo tanto, la capacidad del talento humano, en cuanto a su experiencia técnica, es una debilidad, a lo cual, debe de desarrollar un plan de capacitación de los trabajadores en relación a la estructura organizacional de la empresa, funciones y responsabilidades; incluso, buscar que se eduquen en un nivel técnico o profesional.

La ponderación total del análisis de la capacidad interna de la empresa es de 4.6, indicando que tiene mayor valor es sus fortalezas. No obstante, algunas capacidades como la de talento humano requiere un esfuerzo importante, para asegurar la permanencia en el tiempo de la herramienta, enfrentando cambios y retos que a través del mismo se presenten, además, debe adaptarse e innovarse a las nuevas tecnologías, haciendo uso de las redes sociales para lograr un mayor reconocimiento y posicionamiento en el sector de recreación.

Tabla 4. Análisis externo - Perfil de oportunidades y amenazas del medio

Factor	Ponderación	Oportunidad		Amenaza	
		Calificación	Ponderada (p*c)	Calificación	Ponderada (p*c)
1. Económicos					
1. Disponibilidad de créditos	0,09	3	0,27	1	0,09
2. Nivel de ingresos disponibles	0,06	3	0,18	3	0,18
3. Patrones de consumo	0,06	3	0,18	2	0,12
2. Políticos					
1. Regulaciones y desregulaciones gubernamentales	0,05	2	0,10	3	0,15
2. Aranceles especiales	0,05	2	0,10	3	0,15
3. Leyes locales, estatales y federales especiales	0,05	2	0,10	3	0,15
3. Sociales					
1. Hábitos de compra	0,08	3	0,24	1	0,08
2. Actitudes hacia el ahorro	0,08	3	0,24	1	0,08
3. Actitudes hacia el tiempo libre	0,06	4	0,24	1	0,06
4. Tecnológicos					
1. Acceso a la tecnología	0,08	3	0,24	2	0,16
2. Flexibilidad de procesos	0,06	3	0,18	2	0,12
3. Automatización y sistematización de procesos	0,07	3	0,21	3	0,21
5. Geográficos					
1. Ubicación de competidores	0,07	2	0,14	3	0,21
2. Competidores	0,07	2	0,14	2	0,14
3. Vías de acceso	0,07	3	0,21	2	0,14
Total, parcial:	1,00		2,8		2,0
Ponderación total: 4,8					

Fuente: Elaboración propia, 2021

Los criterios de valorización para el análisis externo, relacionado con el perfil de oportunidades y amenazas del medio, es similar al empleado para el análisis interno, en su componente auditoría organizacional y perfil de capacidad interna. Sin embargo, el rango de calificación de las oportunidades esta entre un valor de 1 y 4, igual, para la calificación de las amenazas, además, con esta calificación y ponderación total, se trata de dar respuesta preguntas como: ¿Qué tan eficazmente responden las estrategias de la empresa a ese factor? y ¿Qué tan veloz y efectiva son sus estrategias frente a esta oportunidad o amenaza?

Los criterios de calificación tienen el siguiente significado: 4: Eficiencia excelente. Es una compañía que tiene estrategias muy eficientes en este aspecto, lo cual le permite responder muy rápido. Se adelanta al cambio o se adapta muy rápido. Sus estrategias van al ritmo de su entorno, de su industria. 3: Eficiencia buena. Estrategias menos proactivas que la 4, sin embargo, se adaptan con un poco más de tiempo, inversión y algunos cambios. 2: Eficiencia moderada. Usualmente los sorprende el cambio y no alcanzan a aprovechar las oportunidades, ni a contrarrestar las amenazas. Se quedan obsoletas en algunos aspectos, frente a su industria. 1: Eficiencia deficiente. Estrategias débiles en este aspecto. No alcanzan a reaccionar ante el cambio. Incluso podrían no tener estrategias para este factor. Definitivamente sus estrategias deben redefinirse.

Para generar conclusiones específicas se tiene en cuenta los siguientes niveles: 4 indica que la organización está respondiendo muy bien frente a las oportunidades y amenazas del sector o la industria, sus estrategias aprovechan las oportunidades existentes y minimizan los posibles efectos adversos de las amenazas externas. 1 indica que las estrategias de la empresa **No** aportan a la capitalización de oportunidades, ni evitando las amenazas externas.

Por ende, una oportunidad de crecimiento y de aporte a capital para transformación locativa identificada es la adquisición de créditos y la inversión de personas en el crecimiento de la empresa, debido que es el factor mejor valorado (ponderación de 0,09 y calificación de 3, eficiencia buena), con una ponderación total de 0,27; el cual, tiende a garantizar una eficiencia de los servicios y rentabilidad por ventas en general, mejorando paulatinamente los servicios (mayor gama de servicios) y áreas del parque. Sin embargo, la tasa de impuestos puede generar un riesgo en las utilidades debido a reformas tributarias y pago de impuestos especiales.

Por consiguiente, los cambios en las tendencias y posicionamiento político pueden considerarse un riesgo, ya que las regulaciones y desregulaciones gubernamentales, y aranceles especiales, puede repercutir en las ganancias y financiación administrativa y operativa en el tiempo, a lo cual, el interés por pertenecer al sector turismo puede limitarse debido a los requisitos y exigencias técnicas.

Las tendencias de Hábitos de compra, actitudes hacia el ahorro y actitudes hacia el tiempo libre, se considera una oportunidad fuerte, debido a la visita y participación de la población local en las diferentes áreas, como disfrutar de los diferentes servicios y productos que presta el parque.

Una amenaza identificada para el parque es la automatización y sistematización de procesos, con apoyo de la tecnología, debido a que obtuvo una ponderación total de 0,2; a lo cual, su disposición de tecnología de vanguardia es deficiente, incluso, del aprovechamiento de las tecnologías de comunicación e información para generar ventaja en el mercado virtual, por lo que debe de organizar y diseñar procedimientos de trabajo, definición de roles, mapa de proceso y niveles de mando.

Conjuntamente, el aspecto geográfico representa un riesgo para el parque recreacional, debido que el municipio no cuenta con buenas vías de acceso, y la situación se agudiza en temporadas de lluvias, cuando el tránsito es más reducido y limitado por los derrumbes y pérdida de banca frecuente; este factor es crítico hacia la zona del Valle del Cauca, entre Sevilla y Caicedonia, aunque las vías en dirección al Quindío siempre se encuentran en óptimas condiciones. En síntesis, una oportunidad es el acceso a crédito y la posible participación de capitalistas, a lo cual, la accesibilidad a la tecnología y hábitos de compra en la sociedad es un elemento positivo. Aunque una amenaza importante a considerar en el corto y mediano plazo al crecimiento o expansión que se tiene proyectado, está asociada a los cambios en las regulaciones y desregulaciones gubernamentales y retroceso del crecimiento de la economía (posibles recepciones o situaciones de emergencia sanitaria, social y ambiental).

En el análisis externo con base en los competidores se identifica al Parque Recreacional de Sevilla Valle del Cauca, Parque Tayrona del Café y Centro Vacacional Comfenalco de la Tebaida, Quindío, aclarando que en la parte sur y centro del departamento del Quindío y Risaralda, se encuentra gran variedad de parque recreativos, esparcimiento, educativos y turísticos, los cuales, cuentan con excelentes instalaciones y servicios que los diferencia de los demás, como son las piscinas termales en Pereira, parque del café y campesino y servicios relacionados con la flora y fauna en el Quindío.

A nivel competitivo y diferencial, el parque recreacional de Caicedonia se ubica en un nivel medio bajo, cuenta con bonitas instalaciones, pero no con servicios que lo diferencie a los demás, incluso la calidad y eficiente de los servicios es resaltada por los usuarios. Por ende, para posicionarse y ser reconocido en el sector turismo, debe de crear un factor diferencial a los demás, por lo cual, debe de apoyarse con la opinión del cliente mediante la aplicación de una encuesta de deseos e intereses para la población del municipio.

Tabla 5. Análisis externo – Perfil competitivo

Factor clave de éxito (FCE)	Parque recreacional de Sevilla valle del cauca			Parque Tayrona del café		Centro vacacional COMFENALCO (tebaida, Quindío)	
	Ponderación (p) [0 y 1]	Calificación (c) [1, 2, 3, o 4]	Puntuación ponderada (p*c)	Calificación (c) [1, 2, 3, o 4]	Puntuación ponderada (p*c)	Calificación (c) [1, 2, 3, o 4]	Puntuación ponderada (p*c)
Categoría #1							
Economías de escala	0,06	2	0,12	3	0,18	3	0,18
Lealtad del cliente (o "de marca")	0,06	3	0,18	3	0,18	4	0,24
Requerimientos de capital	0,09	2	0,18	3	0,27	3	0,27
Categoría #2							
Calidad del producto	0,09	2	0,18	3	0,27	4	0,36
Experiencia y efectos de aprendizaje	0,08	2	0,16	3	0,24	3	0,24
Direccionamiento estratégico	0,09	2	0,18	3	0,27	3	0,27
Categoría #3							
Alianzas estratégicas	0,1	2	0,2	3	0,3	3	0,3
Talento humano	0,1	2	0,2	3	0,3	3	0,3
Eficiencia en procesos	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Categoría #4							
Acceso a la tecnología	0,08	3	0,24	3	0,24	3	0,24
Diferenciación de producto	0,07	2	0,14	3	0,21	3	0,21
Política gubernamental	0,08	2	0,16	3	0,24	3	0,24
	1		2,24		3		3,15

Nota: la ponderación se asigna con un valor entre 0 (no importante) y 1 (muy importante). Y representa la relevancia de la variable para alcanzar el éxito en la industria donde participa la empresa. La suma de todas las ponderaciones debe ser igual a 1. A lo cual, las calificaciones se asignan con un valor entre 1 y 4. Los FCE en una MPC incluyen variables internas y externa, donde, 4 = fortaleza mayor, 3 = fortaleza menor, 2 = Debilidad menor y 1 = Debilidad mayor. Fuente: Elaboración propia, 2021

Con base en los resultados de la matriz perfil competitivo, el parque recreacional de Caicedonia, se encuentra en evidente desventaja competitiva con Parque Tayrona del Café (puntuación ponderada 3) y Centro Vacacional Comfenalco (Tebaida, Quindío, puntuación ponderada de 3,15), debido a que su ponderación total fue menor en comparación con los demás referentes analizados, con una puntuación ponderada de 2,24; con una calificación menor en los factores claves como Economías de escala, diferenciación de producto y política gubernamental. A lo cual, se debe resaltar aspectos positivos en los parques analizados como servicios, calidad, innovación, adaptación y gestión para el aprovechamiento de los recursos naturales, además, su ubicación es estratégica, permitiendo que sean visitados por propios y personas de los departamentos vecinos. Por ende, se menciona que el departamento del Quindío y Risaralda apoyan la política de turismo, enmarcado en un camino de recreación y turismo definidas para las personas, pudiendo visitar de manera ordenada, cronológica y sistemática.

Es de resaltar que el departamento del Valle apoya el turismo y ha creado un plan y política para fomentar esta actividad en el departamento, aunque su ejecución es un poco lenta, pero los avances son considerables y siguen en su ejecución para establecer un cordón de turismo y recreación en el departamento, donde, propios y extranjeros disfruten de las múltiples maravillas de la región. En ese sentido, el parque recreación igualmente pretende apoyarse en un programa de emprendimiento y cobertura ampliada a los clientes, con una progresiva modernización de los procesos, sistematización de las actividades en apoyo con los recursos de las tecnologías de la información y la comunicación, realizando alianzas estratégicas con empresa y de nuevos inversionistas.

En las Matriz DOFA se coloca los cinco factores más representativos de las tablas anteriores, que parte de su calificación y ponderación total.

Tabla 6. Diseño estratégico – Análisis DOFA

	Oportunidades	Amenazas
Dimensiones internas VS Dimensiones externas	O1. Disponibilidad de créditos O2. Actitudes hacia el tiempo libre O3. Hábitos de compra O4. Motivación O5. Orientación empresarial	A1. Automatización y sistematización de procesos A2. Automatización y sistematización de procesos A3. Aranceles especiales A4. Competidores A5. Nivel de ingreso disponibles
Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias FA
F1. Imagen corporativa. Responsabilidad social	E1. F1O1. A través de la mejora de productos y/o servicios actuales, o el desarrollo de nuevos productos y/o servicios Aumentar las ventas. Requiere grandes inversiones en investigación, desarrollo e innovación.	E10. F1A1. Reforzar la imagen y responsabilidad social en el desarrollo de una campaña de marketing digital, logrando mayor reconocimiento y posicionamiento en el sector. Innovar y mejorar los procesos, para la inversión en tecnología que facilite las tareas y los clientes gocen de múltiples opciones para el pago de la entrada al parque.
F2. Lealtad y satisfacción del cliente	E2. F2O2. Buscar una mayor participación de mercado para los productos o servicios presentes a través de mayores esfuerzos de marketing, campañas de fidelización y socialización. Incluye: identificación de proveedores, nuevos clientes, aumentar inversión en publicidad, aumentar promociones	E11.F2A2. Innovar en nuevos productos o servicios (consulta previa), pero relacionados con los actuales.
F3. Motivación	E3. F3O3. Diseñar un programa de bienestar laboral, planes y políticas integrales en seguridad y salud en el trabajo.	E12. F3A3. Reorganización a través de la identificación de los costos y activos primarios con el propósito de establecer las mejores medidas para actuar ante modificaciones en las regulaciones gubernamentales. Mejoramiento de las áreas actuales y diseño de nuevas.
F4. Disponibilidad de Crédito	E4. F4O4. Diseñar Plan de incentivos y reconocimiento de la labor del trabajador. Solicitud de crédito para financiar adecuación y construcciones de nuevas áreas.	E13. F4A4. Identificar a que normatividad está obligado cumplir, pago de IVA, impuestos y retenciones especiales acorde a la actividad económica desempeñada.
F5. Patrones de consumo	E5. F5O5. Realizar estudio de mercado con la finalidad de reconocer los gustos, necesidades y servicios preferenciales del cliente.	E14. F5A5. Ahorrar en costos y motivar hacia el uso y aprovechamiento de recursos disponibles (reducir consumo de energía y agua).

Fuente: Elaboración propia, 2021

El parque recreacional de Caicedonia se enfrenta a desafíos de adaptación, innovación y mejora en aspectos organizacionales, funcionales y sobre todo en la gestión de nuevos servicios y áreas, siendo adaptativas y acorde a la necesidad del cliente, brindando calidad y eficiencia en todo lo ofertado.

Tabla 6-1: (Continuación)

Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA
D1. Fuerza de producto, calidad, exclusividad	E5. D1O1. Agregar productos o servicios nuevos, pero relacionados con los actuales.	E15. D1A1 Buscar una mayor participación de mercado para los servicios prestados, donde se destaque la atención al cliente y la calidad del servicio de manera eficiente y confiable. Incluye: Aumentar inversión en capacitaciones, para fomentar la atención al cliente y capacitación técnica en nuevas tecnologías.
D2. Capacidad de innovación	E6. D2O2. Buscar una mayor participación de mercado para los productos o servicios presentes en los mercados actuales, a través de mayores esfuerzos de marketing. Incluye: Aumentar medios de captación, aumentar inversión en publicidad, aumentar promociones.	E16. D2A2 Incluye fusión, adquisición, asociación, absorción, consorcio, alianzas estratégicas, entre otras; para favorecer las economías de escala y mejorar la transferencia de recursos y habilidades al mercado.
D3. Nivel de coordinación e integración con otras áreas	E7. D3O3. Desarrollar caracterización de los procesos, en cuanto a desarrollo, operación, mantenimiento y servicios que ofrece el parque. Estas tareas se vinculan a la gestión documental como: Mapa de procesos, procedimientos y manuales.	E17. D3A3 Aumentar las ventas a través de la mejora de productos y/o servicios actuales, o el desarrollo de nuevos productos y/o servicios. Requiere grandes inversiones en investigación, desarrollo e innovación.
D4. Fuerza de producto, calidad, exclusividad	E8. D4O4. Realizar campañas para que usuarios visiten las instalaciones del parque y gocen de espacios naturales y verdes	E18. D4A4. Diferenciar los productos de demás competidores, manejando precios competitivos, con enfoque a atención al usuario (eficiencia), atendiendo sus necesidades y reclamos, empleando diferentes canales de comunicación cliente y empresa.
D5. Estabilidad de costos	E9. D5O5. Planificar costos y gastos, llevando un plan presupuestal (asesoría contable).	E19. D5A4 Cotizar productos esenciales para garantizar los servicios, seleccionando los de menor costo y calidad, disponibilidad y entrega (compra al por menor y al por mayor).

Fuente: Elaboración propia, 2021

Teniendo en cuenta las necesidades de la empresa, estrategias de adaptación y ponderación en la matriz perfil de capacidad interna y oportunidades y amenazas del medio, se plantean los siguientes retos estratégicos:

- R1. Crear un plan de fidelización de clientes.
- R2. Introducir nuevos servicios de acuerdo a necesidades del cliente, desarrollando a su vez propuestas atractivas de marketing digital.
- R3. Identificar e implementar cambios y diseño de nuevas áreas, y establecer un estratégico para la certificación nacional como parque recreacional y turístico
- R4. Buscar alianzas con sectores gremiales y/o profesionales, donde se desarrollen propuestas que permitan ganancia para todos los involucrados.
- R5. Realizar campañas para que usuarios visiten las instalaciones del parque y gocen de espacios naturales y verdes

6.2 ESTUDIO DE MERCADO

El parque recreacional de Caicedonia cuenta con 32mil/m2 de terreno, en el cual, ofrece como piscina para adulto, piscina para niños, cancha de futbol, sendero ecológico, y cuenta con un parque (necesita realizar mantenimiento y mejora).

De igual forma, cuenta con servicio de tienda, pero al momento se está alquilada a un tercero que atiende de manera independiente, proporcionando bebidas y mecató a los clientes.

Al año 2021, en consecuencia, por la pandemia sanitaria, social y ambiental (Covid-19), el personal directo y demás de apoyo se ha reducido considerablemente, contando con solo 4 trabajadores, siendo el administrador, secretario, personal de oficios varios y piscinero, siendo este último el encargado de la limpieza y cuidado del área, como la atención a los usuarios que acceden a este servicio.



Figura 4. Mapa de las instalaciones del Parque Recreacional de Caicedonia

Fuente: Registro fotográfico del parque, mapa de las áreas funciones y zonas verdes, 2021.

6.2.1 Contexto económico

Como se ha mencionado anteriormente, el parque recreacional de Caicedonia se encuentra ubicado en el municipio de Caicedonia, Valle del Cauca, en la calle 10 No. 17-54; tiene una capacidad instalada para atender 300 personas aproximadamente, donde, niños, niñas, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad visitan el parque para disfrutar de las piscinas, canchas, camino verde, zona de esparcimiento y cafetería.

Tabla 7. Presentación de la empresa

Nombre de la empresa	Parque Recreacional de Caicedonia
Ingresos anuales	\$648.000.000*
Localización	Caicedonia, Calle 10 No. 17-54
Instalaciones	2 piscinas (niños y adultos), cancha de futbol, camino verde y cafetería
Personal (directo e indirecto):	4 trabajadores
Clientes:	Particulares, promedio día de 20 personas
Servicios o productos:	Acceso a piscina, recreación y deporte.
Costo entrada:	Niños \$3.000 (tres mil pesos) y adultos \$5.000 (cinco mil pesos)

Fuente: Elaboración propia, 2021

*Cálculo del promedio anual del ingreso de usuarios, tarifa estándar de \$3.000 niños y \$5.000 adultos.

Se resalta que, en los últimos tres años, con base en cifras proporcionada por la gerencia del parque, tuvieron un promedio de asistencia por día de 40 personas de lunes a viernes, además, los fines de semana y días festivo alrededor de 200 personas.

En contraste, a partir del 17 de septiembre del 2020 se inició de nuevo el ingreso a la población debido a la pandemia, y es por este motivo el parque ya no cuenta con convenios y actualmente en promedio atiende a 20 personas por día, de lunes a domingos.

6.2.2 Delimitación geográfica del mercado

El municipio de Caicedonia se encuentra ubicado en el norte del departamento del Valle del Cauca, limitando con el municipio de Sevilla y los departamentos de Risaralda y Quindío; al año 2005 tenía una población aproximada de 29.824 habitantes, resaltándose una tasa de crecimiento poblacional del 1,5%, marcando a la baja en los años próximos, para lo cual, en el año 2020, su proyección poblacional es de 29.325 personas (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), 2015).

En complemento, de la población de Caicedonia, el 50,6% son hombres y las 49,4% mujeres; además, en relación con las actividades comerciales desempeñadas en el municipio, el 10,5% se dedica a la industrial, el 55,2% al comercio (ropa, artículos, calzado, etc.), el 33,6% a servicios, donde, el 6,6% de los hogares en Caicedonia, desarrollan una actividad económica. (DANE, 2015, p. 3)

Se resalta que la población del Valle del Cauca para el año 2020 es de 4.476.000 habitantes, y para la proyección de la oferta el parque recreacional tiene una capacidad instalada para atender a 300 personas por día, equivalente al 0,01% de la población del municipio de Caicedonia, sus metas de ampliación y proyección de atención a usuarios para los próximos cinco años es atender eficientemente al 1,5% aproximadamente (500 personas, población objetivo a conseguir, entre clientes fidelizados y temporales).



Figura 5. Ubicación de Caicedonia en el departamento del valle del Cauca

Fuente: Obtenido de Google, maps.com, Caicedonia y piscina del parque recreacional de Caicedonia, 2021.

La principal actividad económica en el municipio es la agricultura; sin embargo, el sector turismo y recreación tiene un leve crecimiento en los últimos años, en lo cual, los sitios de turismo y recreación se están convirtiendo en un puente para el crecimiento económico.

Consiguientemente, con datos de la Cámara de comercio de Sevilla, en el municipio del Caicedonia al año 2020, existen alrededor de 893 empresas, aunque, la proyección económica y crecimiento del sector es desfavorable, empresas y la administración local, enfocan un trabajo dinámico para invertir en nuevas ideas de comercio, siendo adaptivas, exploratorias y con enfoque al uso de las tecnologías de la información y la comunicación. (Cámara de comercio de Sevilla, 2020, p. 20).

Las actividades comerciales en el municipio de Caicedonia se dividen de la siguiente forma, según registros Cámara de comercio al año 2020: El 10,5% de los establecimientos productivos se dedica a la industria, el 55,2% al comercio y el 33,6% a los servicios, donde, la actividad de comercio es la tercera fuente generadora de empleo en el municipio. De igual forma, 4 (0,45%) empresas se dedican las actividades recreativas y de esparcimiento.

A continuación, se resalta algunas empresas que se relaciona con los servicios de recreación y turismo:

Tabla 8. Empresas de Actividades de la recreación y turismo

No.	Empresas	Aspecto innovador, gestión de turismo	Capacidad de usuarios
1	Parque Recreacional de Sevilla, Valle del Cauca	Visitado por población lugareña, no enmarca ningún cambio considerable, sin embargo, necesita una mejora en sus instalaciones y estrategias de comercio.	Indefinido
2	Parque Tayrona del Café	Clima y paisaje natural, con ambientes diversos, espacios como piscina y zona verde.	Indefinido
3	Centro Vacacional Comfenalco (Tebaida, Quindío)	Actividades de recreación y deporte, cuenta con un centro de acondicionamiento físico y preparación física.	Indefinido
4	Ecoparque de las Garzas	Reserva natural, con amplios espacios y frondosos, tiene un lago, variadas especies de animales y área de pícnic.	50 personas, en dos jornadas
5	Finca Alejandría "El Paraíso de los Colibríes"	Avistamiento de aves, ruta de caminata, fauna y flora, asados, alojamiento y alquiler de cabañas	Indefinido
6	Finca la Chapolera "Recuca"	Todo lo referente al cultivo del café, herramientas, locación originaria, proceso del café y sus variedades.	Indefinido
7	El parque de los arrieros	Parque temático y cultural, variedad de experiencias divertidas	Indefinido
8	Paisaje cultural cafetero	Cordón turístico conformado por ciertas zonas cafeteras de los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca, ubicadas en las estribaciones Central y Occidental de la cordillera de los Andes.	Indefinido
9	Jardín botánico del Quindío	Mariposario del Quindío, en el municipio de Calarcá, en un área de 600 metros cuadrados, es un espacio de conservación, ciencia y diversión. Además de ser el refugio de más de 1500 mariposas, alberga diversas especies de la fauna y la flora colombiana.	Indefinido
10	Club de Fauna y Pesca	Piscina, lago para la pesca, zona de creación y deporte, prestando servicio de restaurante y bar	50 personas

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En el sector de la recreación, turismo y esparcimiento, existen muchas empresas identificadas como innovadoras y gestores de la cultura y el arte de sus regiones, por ende, en el norte del valle, sur y centro de armenia, existe una red de instituciones del turismo y la recreación que prestan servicios de calidad, y que son reconocidas a nivel nacional.

Existen otros parques como Filandia, el Museo de Oro en Quimbaya, el alumbrado de Quimbaya, Salento, el Valle del Cócora, parque Nacional del Café, reconocidos por su gestión del turismo, cuidado del medio ambiente, innovación y desarrollo a una arquitectura amigable con la naturaleza, fomentando la cultura cafetera e incluso son visitados por personas de cualquier parte del país, norte, centro y sur.

Asimismo, se resalta que las empresas con mayor representación en el municipio de Caicedonia, es la de comercio de bebidas alcohólicas y tabaco con 72 (8,85%) empresas, seguidamente se encuentra las empresas dedicadas al comercio de prendas de vestir y accesorios con 63 unidades (7,05%). A nivel departamental, el Valle del Cauca, al año 2014 registró 1.409 nuevas empresas dedicadas a la actividad de recreación, esparcimiento, cultura y otras actividades relacionadas.

6.2.3 Contexto socio-demográfico actual

Según la proyección poblacional realizado por el DANE (2005), el municipio de Caicedonia tiene una población aproximada de 29.325 habitantes, en su zona rural y urbana, aunque su estimación de crecimiento para los próximos años es favorable; de igual forma, Duque (2017), en el informe “análisis de situación de salud” enuncia que para el año 2020, la población de Caicedonia es de 29.333 personas. Asimismo, el grupo población con mayor porcentaje es la que va entre los 17 a 59 años de edad, representando el 57% (población adulta, 16.742) del total poblacional del municipio, siguiéndole la población adolescente (entre los 11 a 18 años, 2.965).

Por lo tanto, la población con menor representación es la infantil, con el 9%, siendo los índices más bajos entre todos los grupos, marcando siempre una tendencia a la baja, debido a factores socioeconómicos, desplazamientos a otros municipios, buscando mejores condiciones.

La población adulta marca el mayor peso porcentual, entre 17 a 59 años (16.742), seguido de la población juvenil con el 20% (entre los 14 a 26 años), el 18% son personas con más de 60 años, el 10% entre los 11 a 18 años (adolescencia, 2.965), el 9% se encuentra entre los 6 a 11 años (infancia, 2.593) y el 9% de la población es de primera infancia (0 a 5 años, 2.752).

La población de Caicedonia en su grupo étnico, el 1,90% (754 personas) pertenecen a la etnia Afrodescendiente, el 0,10% a la población indígena y el 98% no pertenece a ningún grupo étnico, y se destaca que su cultura local está muy influenciada por los departamentos del eje cafetero y del interior del país.

Tabla 9. Proporción de la población por ciclo vital, Caicedonia, Valle del Cauca 2005,2017 y 2020

Grupo poblacional	2005		2017		2020	
	Número absoluto	Frecuencia relativa	Número absoluto	Frecuencia relativa	Número absoluto	Frecuencia relativa
Primera infancia (0 a 5 años)	3224	10%	2792	9%	2752	9%
Infancia (6 a 11 años)	3685	12%	2629	8%	2593	9%
Adolescencia (12 a 18 años)	4296	14%	3110	10%	2965	10%
Juventud (14 a 26 años)	6575	21%	6254	21%	5806	20%
Adulthood (17 a 59 años)	17328	56%	17259	58%	16742	57%
Persona mayor (60 años y más)	3717	12%	4760	16%	5145	18%
Total	31110		29629		29333	

Fuente: Departamento Administrativo y de Estadística (DANE, 2005)

Con base en información proporcionada por el gerente, este comunica que en los últimos tres años la asistencia de usuarios era casi constante, con 40 personas por día, a lo cual, los días sábados, domingos y festivos asistían aproximadamente 200 personas, haciendo uso de las diferentes áreas y servicios del parque. Sin embargo, a partir del 17 de septiembre de 2020, dando inicio y acatando las recomendaciones de cuidado y distanciamiento físico, ingresa 20 personas en promedio, además se refleja la reducción de usuarios porque ya no cuenta con convenios con el municipio.

6.2.4 Infraestructura

El parque recreacional de Caicedonia se encuentra ubicado en la Calle 10 # 1754 del municipio de Caicedonia, departamento Valle del Cauca, su principal entrada al parque recreacional es por la calle 10, y se encuentra cerca Tiendas ARA, Parque las Palmas, Ferretería Cristalería Campeón (norte), parque principal de Caicedonia, Restaurante Pollo Listo, Casa de la Cultura (sur este), etc. Distancia con las principales ciudades por carretera:

- Sevilla, Valle del Cauca: 3,6 km.
- Cartago, Valle del Cauca: 47 km
- Montegrande, Quindío: 9,5 km
- Calarcá, Quindío: 35,8 km
- Montenegro, Quindío: 44,4 km
- Quimbaya, Quindío: 54,7 km
- Armenia, Quindío: 35,8 km.

El municipio solo cuenta con una línea de acceso vial, que conecta el departamento del Valle del Cauca y Quindío, es una vía angosta que se encuentra en malas condiciones y en temporadas de fuertes lluvias, se limita el paso vehicular por pérdida de banca, caída de árboles o deslizamiento.

Además, cuenta con vías terciarias destapadas que no garantiza el tránsito rápido y seguro. Se resalta la alta circulación de transporte público y privado entre el municipio de Sevilla, Caicedonia, Armenia y Pereira, contando con línea directa entre los municipios, además, circulan vehículos de carga, interdepartamental y de mensajería. Aunque la vía que comuniquen los municipios no se encuentre en óptimas condiciones, sirve de enlace con el cordón turístico entre los departamentos del Valle del Cauca, Quindío y Risaralda.

6.2.5 Análisis de la demanda

Los últimos años la demanda ha tenido una variación casi constante, manteniendo en porcentajes de asistencia estables; por lo cual, los hábitos deportivos, estilos y vida saludable ha permitido que mayor población, entre niños, jóvenes y adultos accedan a las diferentes áreas y servicios que brinda el parque recreacional de Caicedonia.

De igual forma, el grupo población con mayor asistencia es de niños, niñas y jóvenes entre los 7 a 25 años de edad, manejando siempre precios accesibles al bolsillo de la comunidad y con alzas mínimas en el transcurso de los años.

Tabla 10. Usuarios promedio en los últimos 4 años

Periodo	Demanda*	Precio por entrada	
		Niños	Adultos
2020	150	\$3.000	\$5.000
2019	800	\$3.000	\$5.000
2018	790	\$3.000	\$5.000
2017	800	\$2.500	\$4.000

*La atención de usuario se calcula ponderando la asistencia de 40 personas por día en los años 2017, 2018 y 2019, y para el año 2020, este promedio de asistencia, al igual al año 2021 es de 20 personas por día.

Se estima que la demanda aumente 1% al año 2021 y 2,3% anualmente para los próximos 4 años.

6.2.5.1 Segmentación del mercado

En relación con la actividad comercial desempeñada y a la ubicación del parque recreacional de Caicedonia, la segmentación principal del mercado es de tipo geográfica.

- Segmentación geográfica: La oferta se localiza esencialmente en el municipio de Caicedonia, sin embargo, el servicio se le brinda a la población en general y residentes en los municipios circunvecinos como Sevilla, Calarcá, Carmelita, Ceilán, Montegrande, etc.
- Segmentación demográfica: Población en nivel socioeconómico 1 y 2, jóvenes beneficiarios de convenios y personas con poder adquisitivo.
- Segmentación por actividad económica: Empresas que se relaciona directamente con la actividad económica del parque recreacional y que se podrían considerar posibles competidores.
- Segmentación psicográfica: Se basa en los interés y percepciones de los usuarios, población joven con interés en la práctica deportiva y familias con hijos menores de 14 que desean disfrutar tiempo de calidad.

6.2.5.2 Tamaño de mercado

El tamaño del mercado fue calculado con base en la asistencia de los últimos 3 años, contando con la participación de grupo familiar, jóvenes, adultos y niños que realizan actividad física y deportiva.

En la siguiente tabla de muestra la población objeto de estudio, y que es calculada con base en la población total del municipio de Caicedonia.

Tabla 11. Tamaño de población objetivo

Población objetivo								
Usuarios	Año 2018	%	Año 2019	%	Año 2020	%	Año 2021	%
Población en general entre los 5 y 59 años, y mayores de 60 años	790	2,6	800	2,8	650	2,4	600	2,0

Fuente: Elaboración propia, 2021.

En este sentido, se puede afirmar que la población objetivo corresponde al 3% de la población total del municipio de Caicedonia, y por lo cual, la capacidad instalada para atención a usuarios es de 300 personas por día.

6.2.6 Análisis de la oferta

La capacidad instalada actualmente del parque recreacional de Caicedonia es de 200 personas por día, atendiendo eficientemente, sin embargo, acorde se mejore las instalaciones, se brinde nuevos servicios y se disponga el enfoque de turismo, se proyecta atender a 300 personas, sin generar inconvenientes y exceder el límite de usuarios por área.

Tabla 12. Proyección de la oferta

Parque Recreacional	2021	2022	2023	2024	2025
Usuarios					
Población, entre los 5 y 59 años y mayores de 60 años	880	900	921	942	963
Demanda	810	828	847	866	885
Diferencia	10	72	74	76	78

*La oferta se calcula con base en los usuarios de los años anteriores, con un aumento anual del 2,3%.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

La proyección de la oferta para el año 2021 es de 880 usuarios, con una estimación del aumento porcentual de 2,3; por lo tanto, para el año 2022 se aprecia a atender a 900 personas, y para los años 2024 y 2025 es de 942 y 963 usuarios respectivamente.

La diferencia entre la oferta y la demanda se cataloga como una oportunidad de crecimiento y atención a los usuarios, dependiendo de la mejora de las instalaciones y la capacidad para atender nuevos usuarios.

Además, entre los planes del parque es acreditarse como referente turístico en el municipio, permitiendo así mayor seducción a clientes, tanto nacionales como extranjeros. En tiempo de pandemia, los usuarios han reducido considerablemente, sin embargo, el parque emplea una estrategia tradicional, haciendo llamado a los usuarios fidelizados a que hagan uso de las instalaciones y servicios, permitiendo obtener un balance entre los datos e ingresos mensuales.

De igual forma, teniendo en cuenta el apartado anterior, todas las personas con poder adquisitivo pueden acceder al parque recreacional, manejando precios bajos y estables que son accesible a toda la población de Caicedonia, entre los estratos 1, 2 y 3.

Los cambios obligados por la pandemia (emergencia económica, sanitaria, social y ambiental por la Covid-19) y adaptación a nuevas medidas de salubridad, genera que se atiende actualmente al 20% de la capacidad del parque recreacional, intentando contribuir en la prevención y control del contagio. De igual forma, se provee de protocolo de bioseguridad y otras medidas de seguridad que garantiza al usuario el riguroso aplicado de las pautas de limpieza y recomendaciones de autocuidado.

Tomando como referencia la demanda en los servicios y acceso a las áreas del parque, actualmente se registra una disminución del 50% de usuarios, que también se vincula al acatamiento de recomendaciones de cuidado establecidas por el gobierno nacional, por lo tanto, se estima sobresalir de las circunstancias limitantes, recuperar el número de usuarios y tener un aumento representativo en los años próximos, tanto en temporadas altas y bajas.

Por otro lado, según lo expresado por el gerente, tiene definido para el año 2021 y 2022 mejorar en sus instalaciones, ampliando y adecuando a las nuevas necesidades de la población, además, de acreditarse ante el Ministerio de Comercio y Cultura, como centro turístico, enfocado a un trabajo de reconocimiento de la identidad cultural e histórica del municipio.

Es de resaltar, acorde se amplíe las instalaciones, diseñe nuevas y se ofrezca nuevos servicios, la necesidad de contratación de personal comercial y técnicos en turismo, apoyando el fomento del crecimiento económico, cultural y social de la región.

6.2.6.1 Estructura del sector

En el municipio de Caicedonia no existe un referente de servicios turísticos, de cultura y recreación integrados, a lo cual, se encuentra en un punto de inercia con el departamento del Quindío y Risaralda que han invertido, generado y apoyado a promotores culturales y turísticos, donde, el departamento del Valle, también le invierte a convertir en camino turístico para el recorrido de propios y visitantes, favoreciendo crear una ruta entre estos tres departamentos, y crucial para el parque adaptarse a esta nueva necesidad, siendo una estrategia innovadora y de posicionamiento de la economía local.

Tabla 13. Registro nacional de turismo 2020, Caicedonia

Numero Registro Nacional de Turismo Renovados						
Año	Tipo de personería			Categoría		
	Natural	Jurídica	Total	Agencia de viajes	Alojamiento	Total
2015	5	1	6	3	3	6
2016	6	1	7	3	4	7
2017	7	1	8	4	4	8
2018	6	1	7	4	3	7
2019	6	2	8	5	3	8
2020	5	3	8	5	3	8

Fuente: Cámara de Comercio de Sevilla, 2020

Al año 2020, en el municipio de Caicedonia existe ocho (8) empresas que se relacionan legalmente como prestadores de servicios turísticos, de las cuales, 5 (62%) son de tipo natural y 3 (38%) empresas jurídicas, a lo cual, 5 (62%) son agencias de viajes y 3 (38%) de servicios de alojamiento, estas empresas son las que renovaron su registro ante cámara de comercio de Sevilla.

Las empresas que tiene mayor reconocimiento por parte de la comunidad son: Instituto municipal del deporte y recreación, Comfenalco Valle con sede en Caicedonia, Club de Campo y Pesca, Club de Leones Caicedonia Monarca, Fundación Deportiva Recreativa y Cultural Angelillos, Asociación Musáceas del Valle del Cauca, estas se relacionan con las actividades de recreación, deporte y turismo, y que en su mayoría son catalogadas como microempresas.

En complemento, las empresas que prestan servicios en actividades artísticas, de entretenimiento y recreación son 18 y 50 que se dedican a otras actividades de servicios. (CCS, 2020).

Con base en lo anterior, las empresas abarcan muchos de los proceso productivos en el municipio, es decir, prestando servicios en recreación, esparcimiento, deporte y convivencia, contando con una gama diferencial de servicios y productos, sin embargo, no relacionan directamente los servicios de recreación, deporte y turismo, situando de una manera competitiva y favorable al parque recreacional, contando con usuarios fidelizados y la planeación en el mejoramiento de su infraestructura y servicios.

El volumen de facturación dependerá de factores como la entrada de los usuarios, ya que es el único ingreso de dinero para el pago de materia prima y otros servicios fundamentales. La cifra de facturación del parque recreacional se sitúa entre \$1.800.000 y \$3.000.000 de pesos mensuales, y en promedio \$21.600.000 pesos anuales.

6.2.6.2 Características de los principales competidores

Considerando las empresas del sector como las principales competidoras, a continuación, se describen brevemente algunas de sus características:

- Número de empleados: en general no presenta diferencia, muy pocas empresas manejan más de 5 personas, incluso contratan personal por temporada, cuando la demanda es alta, especialmente en días de festividades.
- Localización: se ubican estratégicamente en el municipio, contando con acceso vial, en óptimas condiciones y con garantía a parqueadero. Sus áreas son funcionales, dinámicas e innovadoras.
- Cartera de productos: Ofrecen gran variedad de productos y servicios, por lo cual, el Club de Fauna y Pesca, es uno de los mejores establecimientos del municipio que cuenta con variedad de servicios, destacándose su restaurante que estimula al consumo de alimentos de la región.

- En este orden de ideas, el parque recreacional se encuentra en desventaja competitiva, ya que, no cuenta con servicios diferenciales, productos o áreas, incluso, el parque necesita realizara tareas de mantenimiento y mejora de algunas de sus áreas.

6.2.7 Análisis de la comercialización

El parque recreación al no ofrecer productos, solo dispone de sus áreas como canchas, zona de juego para niños y piscina, dirigido a toda la población en general, sin embargo, las personas que asisten frecuentemente pertenecen a los estratos socioeconómicos 1 y 2.

6.2.7.1 Cartera de productos y descripción

Los servicios propuestos por el parque recreacional se encuentra el acceso a las áreas del parque, el cual, garantiza lo siguiente:

- Piscina para adultos: Uso para adultos, en el cual, puede disfrutar de un momento de sano esparcimiento.
- Piscina para niños: garantiza las dimensiones adecuadas donde los niños aprende a nadar o ejercitan su capacidad locomotora y físico psicológica.
- Canchas de futbol: Los niños, niñas, jóvenes y adultos disfrutan de las canchas de futbol, para la recreación deportiva.
- Sendero ecológico: camino verde, en el cual, personas y grupos familiares disfrutan del aire libre, avistamiento de aves y de espacio vegetal.
- Área de juegos para niños: Dispone de columpios y un espacio para que niños y niñas disfruten de su tiempo libre en familia.

El parque dispone de un área para cafetería, sin embargo, en el momento la alquila a un tercero para uso, quien generalmente la abre los fines de semana cuando hay mayor asistencia de usuarios.

6.2.7.2 Análisis del precio

La gerencia siempre ha manejado la política de precios bajos, siempre accesibles a la comunidad local, barrios cercanos y de jóvenes de estratos socioeconómicos vulnerables; sirviendo de un lineamiento sociocultural para que niños, niñas y jóvenes disfruten de las instalaciones del parque.

El costo de la entrada al parque es de tres mil pesos (\$3.000) para niños y de cinco mil pesos (\$5.000) para adultos. Estos precios han tenido un aumento mínimo en los últimos cinco años.

Con las ganancias obtenidas, suple necesidades principales como la compra de insumos que son cloro, cristalina, soda caustica, sulfato de aluminio, y piedra lumbre. En promedio se van 2 millones mensuales en la compra de los insumos. A continuación, se detalla el precio para cada servicio dispuesto por el parque:

- Piscina: Materia prima para la desinfección del agua y mantenimiento como sulfato de aluminio \$3.500 kilo (compra cada 2 días), cloro 3 kilos \$33.000 (compra diario), clarificador para piscina en botella \$10.0000 (cada 8 días)
- Canchas: mantenimiento \$10.000 (semana)
- Camino ecológico: mantenimiento \$10.0000 (semanal)
- Servicios básicos como agua, energía y telecomunicaciones: pago de internet \$51.000, energía eléctrica \$1.656.000 (promedio) y agua \$1.300.000 (promedio)

El costo de administración y pago de salarios es el siguiente: Administrador, secretario, persona de oficios varios y piscinero.

Los gastos generales en promedio son de \$4,049,000 y de pago en salarios de \$4.200.000, para un total de \$8.249.000. se resalta que, al 11 de abril de 2021, la gerencia reporta disminución considerable de usuarios, a lo cual, los ingresos son menores a los egresos, planteando soluciones de pago de servicios públicos por cuotas a las empresas prestadoras de los mismos, de igual forma, envía solicitud de apoyo y alivio económico a alcaldía y banco.

6.2.7.3 Análisis de la distribución

El sistema de comercialización de servicios del parque recreacional es muy básico, no emplea intermediarios o grupo de trabajos para establecer campañas promocionales o de publicidad, su mecanismo eficiente es la voz a voz en la comunidad, reflejado en la fidelización de sus clientes frecuentes. La contratación del personal es por prestación de servicios, pagando lo requerido en seguridad social y parafiscales.

El parque no dispone de canales de comercialización, sin embargo, desde la gerencia, se está desarrollando sistemas de comunicación en dos formas, uno digital y otro directo con el cliente. Aspectos claves para la comercialización y comunicación, se encuentra definido:

- Mercado potencial, municipio de Caicedonia, población del norte del valle y municipios circunvecinos del departamento del Quindío.
- Público objetivo: población con capacidad de pago, en el cual, los precios no son muy altos y garantiza que mayor parte de la población pueda acceder a sus instalaciones, siempre guardando no superar la capacidad de usuarios en todas las áreas.

- Competencia: En el municipio de Caicedonia existe varias empresas que se caracteriza por sus servicios y calidad, siendo superiores al parque en el enfoque culinario, áreas de esparcimiento y cultural; no obstante, ninguna empresa cuenta con un reconocimiento de prestador turístico integral.

La campaña de publicidad se convierte en una estrategia para atraer clientes, cuando se mejora, adapte y construye nuevas áreas de interés para los usuarios, destacando que se enfoca en lo cultural y turístico, atrayendo mayor población local y de extranjeros.

Entre los planes de mejora se proyecta disponer de canales digitales, en el cual, las personas puedan conocer del parque, visitar virtualmente las áreas, cotizar y crear una solicitud de alquiler de alguna dependencia, que se integra al uso de las redes sociales y pagina web, incluso, se podría facilitar el pago digital por transferencia bancaria o PayPal.

Para el enfoque de calidad, se recomienda la disposición de canales de sugerencias y reclamos, atendiendo todas sus dudas o dificultades presentadas. De esta forma, para garantizar la eficiente comunicación con cliente y empresa, como viceversa, se emplea los siguientes medios de comunicación:

- Publicidad física y digital: Entrega de información en carteleras, pancartas, campañas digitales (redes sociales), tarjetas de presentación, radio, televisión, prensa, etc.
- Tarjetas de presentación: siendo entregadas a los clientes cuando acceden a los servicios o desean cotizar.
- Página web y redes sociales: esencial para las estrategias y planes de fidelización del cliente, haciendo énfasis en las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, etc.

Las estrategias de comercialización se enfocan en: beneficios a los usuarios (nuevos y antiguos), motivar e incentivar las interacciones en las redes sociales, campañas y planes para lograr mayor reconocimiento, posicionamiento y estabilidad en el mercado.

6.2.7.4 Análisis de proveedores

En este aspecto el parque recreacional para la selección y aprobación de proveedores tiene en cuenta los siguientes criterios: a) rendimiento, b) calidad y garantía c) precios (economía), d) adaptación y c) cumplimiento de requerimientos legales. A continuación, se muestra los principales proveedores de elementos de materia de prima con que cuenta el parque:

Tabla 14. Análisis de proveedores

Nombre del proveedor: Distri aseo		
Servicio / producto	Cantidad	Precio
Purificación del agua	Sulfato de aluminio	\$3.800
	Cloro	\$33.000 (3 kilos)
	Clorificador botella	\$10.000
	Alcohol	\$6.000
Nombre del proveedor: Supermercado		
Servicio / producto	Cantidad	Precio
Elementos de aseo	Jabón en liquido	
	Jabón el polvo	\$15.000
	Detergente	
Nombre del proveedor: Papelería Amaranta		
Recursos de oficina (palería en general)	Resma	\$10.000
	Lapiceros, lápiz, cuaderno, etc.	\$5.000

Nota: A las áreas generales, parque y zonas verdes, se le realiza mantenimiento cada mes, las zonas comunes, piscina, vestuario, bodega de ropa, baño y corredores se realizan mantenimiento todos los días, en la mañana y en la tarde. La compra de recursos como elementos de aseo lo hacen en cualquier supermercado, siempre teniendo en cuenta precio y calidad. Fuente: Elaboración propia, 2021.

6.3 PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

Con base en el diagnóstico estratégico y estudio de mercado realizado, es de resaltar que el parque recreacional de Caicedonia, no cuenta con servicios diferenciales, procesos documentados, incluso, algunas de sus áreas están en malas condiciones, necesitando tareas de mantenimiento y reparación, además, no aprovecha las redes sociales eficientemente. Antes de hacer énfasis en las estrategias de mejoramiento, es necesario resaltar las áreas y procesos del parque recreacional, los cuales se muestra a continuación:

Tabla 15. Áreas críticas del parque recreacional

No.	Área	Registro fotográfico	Observaciones
1	Piscina adultos		La piscina se encuentra en óptimas condiciones estructurales, necesita mantenimiento y se proyecta alargar la dimensión del tobogán.
2	Piscina niños		Presenta falla estructural en la parte externa de la piscina requerimiento proceso de reparación y mantenimiento

Fuente: Elaboración propia, 2021.

El plan de mejoramiento tiene la finalidad de mejorar la capacidad competitiva (debilidad: fuerza del producto y exclusividad), capacidad tecnológica (deficiencia: innovación, coordinación e integración con otras áreas), reducir el factor de riesgo económico (amenaza: ingresos) y factor político (amenaza: regulaciones y desregulaciones gubernamentales) del parque recreacional.

Tabla 15-1: (Continuación)

No.	Área	Registro fotográfico	Observaciones
3	Camino verde		El camino verde representa un valor de sano esparcimiento, sin embargo, requiere adecuación para evitar posibles accidentes
4	Juegos		En general, se encuentran en buenas condiciones, lo cual, requiere mantenimiento de los juegos, poda o adecuación de terreno
5	Canchas		Requiere mantenimiento y adecuación, al igual de construir separadores de las canchas
6	Otras		Algunas áreas, recurso y elementos se encuentran en mal estado, abandonado sin hacer uso aprovechable de los mismos, donde, es necesario su recuperación o ajustes para otras actividades

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Las actividades se enfocan en los cinco retos estratégicos que se plantea el parque recreacional, logrando así, reconocimiento, y posicionamiento en el mercado, identificado como un promotor turístico y de cultura cafetera en el norte del Valle del Cauca.

Tabla 16. Estrategias de mejoramiento en la gestión organizacional

Objetivo general		Adoptar medidas de mejora en el aspecto organizacional del parque recreacional de Caicedonia						
Presupuesto		\$295.290 (se estima la dedicación en tiempo de 78 horas, y cada hora de trabajo tienen un valor de \$3.785).						
Procesos	Objetivos	Estrategia	Hito		Responsable	Recursos	Fecha de ejecución	Tiempo
			Indicador	Meta				
Divulgación	Comunicar los resultados obtenidos a la empresa	Socializar los resultados y acciones de mejora	Gerencia y trabajadores conocen de los resultados y las acciones de mejora	100% de la población trabajadora conocen de los resultados	Líderes de la investigación	Auditorio, portátil y videobeam	26 de abril de 2021	2 horas
	Diseñar nueva estructura organizacional	Revisar y reestructurar los aspectos organizacionales como misión, visión, políticas, valores, organigrama	Numero de Estructura organizacional (misión, visión, organigrama)	Uno de Mapa organizacional (Nueva estructura organizacional)	Gerencia y asesor externo en administración	Portátil, papelería y conexión a internet	01 de mayo de 2021	8 horas
Gestión organizacional	Diseñar nuevo mapa de proceso y programas	Diseño de la gestión documental y de procedimientos de trabajo: Programas, planes, reglamentos, manuales y guías de trabajo, protección y seguridad de la integridad del trabajador (inducción y reintroducción)	Número de Nuevos planes, programas, reglamentos, guías y manuales (Matriz de documentos)	Un organigrama. Un Mapa de procesos. Una matriz de direccionamiento o estratégico. Planes y programas.	Gerencia y asesor externo en administración	Portátil, papelería y conexión a internet	03 de mayo de 2021	48 horas

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 16-1: (continuación)

Procesos	Objetivos	Estrategia	Hito		Responsable	Recursos	Fecha de ejecución	Tiempo
			Indicador	Meta				
Gestión organizacional	Definir canales de comunicación (interna y externa)	Diseñar portal web y sistema de PQRS (comunicación, socialización y retroalimentación, en el cual, se vincule clientes – empresa, y viceversa (buzón de quejas redes sociales)	Número de Procedimiento de comunicación interna y externa	Un procedimiento de comunicación interna	Gerencia y asesor externo en administración	Portátil, papelería y conexión a internet	09 de mayo de 2021	4 horas
	Diseñar mecanismo para la evaluación del desempeño (manual de funciones y responsabilidades)	Diseñar mecanismo para la evaluación del desempeño (cumplimiento de metas)	Número de Procedimiento de evaluación del desempeño	Un procedimiento documentado	Gerencia y asesor externo en administración	Portátil, papelería y conexión a internet	10 de mayo de 2021	4 horas
	Motivar a los trabajadores	Reconocer la eficacia de la labor desempeñada	Número de Plan de bienestar laboral	Un plan de bienestar laboral	Gerencia y asesor externo en administración	Portátil, papelería y conexión a internet	11 de mayo de 2021	8 horas
	Capacitar a los trabajadores en la estructura organizacional del parque	Socializar los nuevos Programas actividades de capacitación en estructura organizacional, calidad, medio ambiente, Seguridad y Salud en el trabajo y otros sistemas aplicables en el parque.	Número de actividades programadas / Numero de actividades realizadas * 100%	90% de ejecución de las actividades dispuestas	Gerencia y asesor externo en administración	Portátil, papelería y conexión a internet	Continuo (mensual)	8 horas

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 17. Acciones de mejoramiento de las instalaciones

Objetivo general		Realizar tareas de reparación y mantenimiento de las instalaciones del parque.						
Presupuesto		\$208.175 (se estima la dedicación en tiempo de 55 horas, y cada hora de trabajo tienen un valor de \$3.785).						
Procesos	Objetivos	Estrategia	Hito		Responsable	Recursos	Fecha de ejecución	Tiempo
			Indicador	Meta				
Diseño, mejora y mantenimiento de las Instalaciones	Planificar tareas de inspección, mantenimiento y reparación de las piscinas (adultos niños)	Realizar inspección del área de piscina, para identificar falla estructural	Número de inspecciones planificadas / Número de inspecciones realizadas *100%	90% Inspección, mantenimiento y reparación de fallas	Gerencia, coordinador SST y técnico en construcción	Papelería y formatos de inspecciones Material de construcción y otros materiales directos	12 de mayo de 2021 Continuo	1 hora (inspección) 12 horas (trabajos de mantenimiento)
	Mejorar la ruta de camino verde	Adecuar la ruta del camino verde, mejorar los separadores	Número de Actividades planificadas /Numero de actividades realizadas *100%	90% de adecuación la ruta del camino verde, colocación de separadores	Gerencia, trabajador y asesor externo en administración	Equipo de jardinería, madera y otros elementos	12 de mayo de 2021 Continuo	1 hora (inspección) 12 horas de mantenimiento
	Mejorar el área de juegos (parquecito)	Realizar manteniendo y reparación	Número de Actividades planificadas /Numero de actividades realizadas *100%	90% Mantenimiento y reparación	Gerencia, coordinador SST y técnico en construcción	Material de construcción y otros materiales directos	12 de mayo de 2021 Continuo	1 hora (inspección) 12 horas (trabajos de mantenimiento)
	Realizar tareas de mantenimiento Canchas	Realizar manteniendo y reparación	Número de Actividades planificadas /Numero de actividades realizadas *100%	90% Mantenimiento y reparación	Gerencia y trabajador	Podadora y guadaña	13 de mayo de 2021	8 horas
	Limpiar otros espacios	Limpiar, ordenar y asear áreas comunes y sin aprovechamiento	Numero de Cronograma de actividades de orden y aseo	Un Cronograma de Limpieza, orden y aseo de áreas comunes	Gerencia y trabajador	Elementos de aseo, bolsas, canecas, etc.	14 de mayo de 2021	8 horas

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 18. Acreditación como promotor turístico

Propuesta de mejoramiento								
Objetivo general		Buscar la acreditación como prestador de servicios turísticos en el municipio de Caicedonia.						
Presupuesto		\$2.500.000 (Pago de asesoría por 6 meses a profesional idóneo en conocimiento de certificación promotor turístico)						
Procesos	Objetivos	Estrategia	Hito Indicador	Meta	Responsable	Recursos	Fecha de ejecución	Tiempo
Acreditación como promotor turístico Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Contratar	Coordinar con el profesional las acciones en cada una de las etapas de acreditación	Profesional en administración de empresas	Contar con profesional para realizar los procesos para acreditación	Gerencia y administrador de empresas	Papelería de oficina y conexión a internet	01 de junio de 2021	6 meses
		Personal técnico en turismo						
		Certificar la actividad e identificación de la empresa (tipo de empresa, uso de suelos, consulta de actividad económica)	Número de certificación Cámara de comercio	Un certificado de validación de datos Cámara de Comercio	Gerencia y administrador de empresas	Conexión a internet	Continuo	-
	Seguir las pautas y fases del proceso de acreditación	Solicitar registro de solicitud (persona jurídica)	Número de Solicitud de registro	Un código y correo validando el registro realizado	Gerencia y administrador de empresas	Conexión a internet	Continuo	-
		Registrar matrícula mercantil (visita luna)	Número de Registro mercantil	Un Registro ante cámara de comercio	Gerencia y administrador de empresas	Conexión a internet	Continuo	-
		Certificar sostenibilidad turística (NTS-TS 02 de 2014 y NTS-TS 04 de 2007), Link: www.certificacioncalidadturistica.com	Numero de certificación Sostenibilidad Turística	Una Certificación en la norma técnica	Gerencia y administrador de empresas	Conexión a internet	Continuo	-
		Realizae Inscripción en el registro nacional (El Decreto 229 de febrero de 2017). Requisitos específicos: Alojamiento y hospedaje, gastronomía y parque temático	Numero de inscripción	Una Inscripción y Cumplimiento de requisitos y certificación final	Gerencia y administrador de empresas	Conexión a internet	Hasta recibir certificación	-

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 19. Estrategias de diseño y adecuación de nuevas áreas

Propuesta de mejoramiento								
Objetivo general		Diseño de nuevas áreas y juegos lúdicos en el Parque Recreacional de Caicedonia.						
Presupuesto		\$40.000.000 (inversión estimada en pago de materiales, técnico, construcción y dotación de restaurante y casetas)						
Procesos	Objetivos	Estrategia	Hito Indicador	Meta	Responsable	Recursos	Fecha de ejecución	Tiempo
Diseño y adecuación de nuevas áreas	Diseñar, rediseño y aprovechamiento de espacios	Adecuar tobogán en la piscina de adultos y niños	Número de toboganes	Nuevo tobogán para piscina de adultos y niños	Gerencia y técnico en construcción	Los definidos por el técnico en construcción	15 de mayo de 2021	Indefinido
		Adecuar nuevos juegos mecánicos en el área de parquecito infantil	Número de juegos mecánicos	Nuevos mecanismos de juego para niños	Gerencia y técnico en construcción	Los definidos por el técnico en construcción	15 de mayo de 2021	Indefinido
		Construir alojamientos para turistas (prefabricada), para cocinar y hacer fogatas	Número de alojamiento para turistas	Dos casas de alojamiento para turistas, con capacidad para 5 personas	Gerencia y técnico en construcción	Los definidos por el técnico en construcción	16 de mayo de 2021	indefinido
		Construir y dotar Restaurante	Número de restaurantes	Un restaurante con capacidad para 50 personas	Gerencia y técnico en construcción	Los definidos por el técnico en construcción	16 de mayo de 2021	indefinido
		Construir y dotar caseta (esparcimiento y recreación)	Número de casetas	Dos casetas con capacidad para 5 personas, mesa y sillas	Gerencia y técnico en construcción	Los definidos por el técnico en construcción	17 de mayo de 2021	indefinido

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 20. Estrategias de mercadeo, posicionamiento y reconocimiento de imagen corporativa

Propuesta de mejoramiento								
Objetivo general		Diseñar plan de marketing y de comunicación con el cliente.						
Presupuesto		\$170.325 (se estima la dedicación en tiempo de 45 horas, y cada hora de trabajo tienen un valor de \$3.785).						
Procesos	Objetivos	Estrategia	Hito	Meta	Responsable	Recursos	Fecha de ejecución	Tiempo
			Indicador					
Plan de marketing, nuevos productos y servicios	Diseñar plan de marketing digital	Plantear plan de marketing digital con énfasis al uso de las redes sociales	Número de Plan de Marketing	Un Plan de marketing digital	Gerencia y asesor externo en administración	Conexión a internet	18 de mayo de 2021	32 horas
	Diseñar plan de fidelización de clientes	Plantear plan de fidelización con descuentos especiales	Número Plan de Fidelización de Clientes	Un Plan de fidelización	Gerencia y asesor externo en administración	Conexión a internet	19 de mayo de 2021	8 horas
	Programar campaña de socialización y de cultura	Realizar campaña de socialización (redes sociales, radio y televisión local)	Número de actividades programadas / Número de actividades realizadas * 100% (Reconocimiento de los aspectos culturales, étnicos y sociales del municipio)	80% de las actividades programadas realizadas (Socialización de la población)	Gerencia y asesor externo en administración	Alianzas con empresas de telecomunicaciones	20 de mayo de 2021	5 días
	Definir nuevos productos y servicios	Diseñar y/o actualizar portafolio de servicios documentado	Número de Portafolio de productos y servicios	Un portafolio con nuevos productos y servicios	Gerencia y asesor externo en administración	Mobiliario, registro fotográfico y figuras en cristal, barro o cera	21 de mayo de 2021	No definido

Fuente: Elaboración propia, 2021.

El presupuesto necesario para la inversión en las estrategias de gestión organizacional, se desarrolló teniendo en cuenta la hora de trabajo, con base en el salario mínimo mensual vigente para el año 2021 (\$908.526, costo día \$30.284 – hora de trabajo \$3.785).

Las estrategias de mejoramiento se enfocan en actividades de prevención, control, mejoramiento e ingeniería, con la finalidad de aprovechar los espacios y diseñar nuevas áreas funcionales para el parque, como la oferta de servicios que relaciona el aspecto cultural, étnico y gastronomía. Por ende, el plan de trabajo a futuro del parque recreación de Caicedonia con visión desde la gerencia es acreditarse como prestador de servicios turísticos, siendo reconocido y logrando mayor posicionamiento en el sector.

En complemento, se ha definido actividades de capacitación, promoción y sensibilización del trabajador, con la finalidad de motivar y crean un ambiente de trabajo optimo, siempre en el cumplimiento de las metas y servicio eficiente al cliente. El costo general de las actividades anteriormente planteadas es de \$43.173.790, el cual, será asumido en su totalidad por el Parque Recreacional de Caicedonia. La eficacia de las actividades depende del compromiso de la gerencia, por lo tanto, estas acciones son propuestas para ser modificadas, adoptadas y reprogramación en su ejecución.

De igual forma, se ha definido actividades para la gestión de riesgo laborales y sociales, en lo cual, la empresa debe diseñar:

- Plan de prevención, respuesta y recuperación ante emergencias.
- Plan de contingencias.
- Plan Control de plagas.
- Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo.

A continuación, se presenta el plan de inversión y financiamiento.

6.4 PLAN DE INVERSIÓN

Tabla 21. Plan de inversión

Calculo capital de trabajo		Cantidad	Tiempo	Monto	Origen presupuesto	
					Fondos propios	Financiamiento
Gastos de nomina	Asesor	1	12 meses	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 0
Gastos generales	Servicios públicos y otros insumos	No aplica	12 meses	\$ 800.000	\$ 80.000	\$ 0
Imprevistos	5%	No aplica	No aplica	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 0
Gastos y costos requeridos						
Gestión organizacional	Documentación, procesos, canales de comunicación, etc.	6	1 mes	\$ 208.175	\$ 208.175	\$ 0
Acreditación: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Promotor turístico 5 etapas	1	6 meses	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 0
	Piscina adultos y niños	2	1 mes			
Adecuación y mantenimiento	Canchas de futbol	2	1 mes	\$ 5.000.000	\$ 1.000.000	\$ 4.000.000
	Camino verde y otros espacios	1	1 mes			
	Juegos mecánicos	1	1 mes			
Construcción	Restaurante	1	2 meses	\$ 8.000.000	\$ 0	\$ 8.000.000
	Tobogán piscinas	3	1 mes	\$ 2.000.000	\$ 0	\$ 2.000.000
	Casetas	3	1 mes	\$ 5.000.000	\$ 0	\$ 5.000.000
	Alojamientos	3	3 meses	\$ 20.000.000	\$ 5.000.000	\$ 15.000.000
Estrategias de comunicación	Plan de marketing	1	6 meses	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 0
Planes estratégicos	Campaña de socialización	1	1 mes	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 0
	Plan de fidelización	1	1 mes	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 0
Nuevos productos / servicios	Presentación de los aspectos culturales y platos típicos de la regio	1	3 meses	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 0
Total				\$ 55.008.175	\$ 21.008.175	\$ 34.000.000

Fuentes de financiación	% participación	Valor inversión
Capital propio	38%	\$ 21.008.175
Préstamo bancario 1	62%	\$ 34.000.000
Interés	25%	\$ 8.500.000
Tiempo	5 años	
Total	100%	\$ 63.508.175

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Como se ha dicho anteriormente, se destaca que el parque recreacional tiene proyectado mejorar sus instalaciones, utilizando recursos propios y crédito con banco para construir cancha sintética, gimnasio didáctico, pista de trote y pista de patinaje, apoyando la cultura para la práctica deportiva y de ejercicio manteniendo óptimos índices de salud física y psicológica en la población.

Teniendo en cuenta todos los costos, gastos y pago de un asesor para realizar el proceso de acreditación como prestador de servicios turísticos, el parque recreacional necesita proyectar el presupuesto por \$62.788.175, de los cuales, 38% (\$20.288.175) financia con recursos propios y el 62% (\$34.000.000) mediante solicitud de crédito, pagando el 25% de interés a cinco años con cuota fija.

En complemento, el crédito proyectado para el financiamiento se pagará mes vencido, cuota fija (tasa del 1,5%) y pago del 25% de interés, a cinco años, pagando en su totalidad \$62.496.048, donde, la cuota a pagar en el primer año es de \$1.092.372 y para el quinto año es de \$980.967.

El trabajo de acreditación consiste en un trabajo por etapas, por lo cual, el parque recreacional debe validar que está registrado en la cámara de comercio en la actividad comercial que desea ser acreditado, por ende, debe de pagar el costo que dependerá de las tarifas establecidas por la Cámara de Comercio de Sevilla, después, gestionar toda la documentación, mejoramiento y diseño del sistema documental para certificarse en la norma técnica aplicable (alojamiento y hospedaje, gastronomía y parque temático), todo el proceso en su mayoría es virtual y no necesita de intermediarios.

Sin embargo, la gerencia establece el trabajo coordinado con asesor externo que le ayude a desarrollar todas las etapas y del cumplimiento de requisitos para acreditarse como prestador de servicios turísticos.

6.5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta los resultados y realizado el análisis de información y datos, en respaldo con la teoría, enfoques, métodos y antecedentes, se puede concluir lo siguiente:

- a) El parque recreacional no cuenta con servicios y productos diferenciados, encontrándose en desventaja competitiva con otras empresa e instituciones como el Club de Fauna y Pesca, parque recreativos y culturales de la región (Quindío y Risaralda), los cuales tiene un proceso, políticas y estrategias muy definidas, sin embargo, cuenta con la fidelización de los clientes, resaltado en la alta asistencia a las canchas y piscinas en días valle o pico (fines de semana).
- b) Algunas instalaciones del parque se encuentran en mal estado, necesitando tareas de mantenimiento, reparación o aprovechamiento de espacios no utilizados con la finalidad de crear espacios de entretenimiento y de sano esparcimiento familiar.
- c) La política del parque, planteada desde la gerencia es de siempre manejar precios bajos, accesibles a la comunidad, y que la población de los barrios aleñados pueda usar las canchas para el entretenimiento y deporte de niños, niñas y jóvenes.
- d) El parque no cuenta con una estructura organizacional y funcional plenamente definida, requiriendo plantear nueva gestión documental encaminada al diseño de procedimientos, manuales, políticas, reglamento, nivel de mando, mapa de procesos y protocolos de trabajo, por ende, se acompaña de la definición de responsabilidades y obligaciones (empleador y trabajador), y de acciones que ayuden a mejorar la motivación y cambio de percepción de los trabajadores hacia la formalización y la acreditación de aspectos como calidad de servicios, medio ambiente, seguridad y salud en el trabajo, y de acatar de manera voluntaria a normas técnicas para acreditarse como prestador de servicios turísticos.
- e) Se identifica la necesidad de contratar a profesional en administración de empresas, con interés de la gerencia, para dar seguimiento y cumplimiento a las etapas como de los requisitos exigidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Cultura para recibir la certificación de sus servicios y la acreditación de la empresa como prestador de servicios turísticos.

- f) Realizadas todas las fases de estudio y análisis, se resalta que, en el estudio de mercado, el parque recreacional tiene un reto estratégico de usar las redes sociales y la opinión de los usuarios para el diseño de un plan de marketing digital, tendiente a fidelizar, motivar y lograr mayor reconocimiento, posicionamiento y estabilidad en el mercado.
- g) Con base en el objetivo general y específicos planteados, estos se cumplieron a cabalidad, logrando el análisis interno y externo de la empresa en relación con el análisis estratégico de la capacidad técnica y factores de riesgo u oportunidad de crecimiento, identificándose que debe aprovecharse las nuevas tecnologías, innovación y gestión a estrategias diferenciales que le ayuden el reconocimiento de parque y oferente de servicios turísticos; además, el análisis de mercado destaca la oportunidad de crecimiento, adaptación y mejoramiento hacia la creación de nuevos servicios y productos, que ayuden al logro del reconocimiento y posicionamiento en el mercado a nivel nacional.
- h) En complemento, las acciones de mejora se enfocan en la innovación, mejora y diseño de áreas como restaurante autóctono, casas amigables con el medio ambiente para atender a propios y visitantes, y del aprovechamiento de espacios para disponer de una sala para vitrina del aspecto cultural como el café, étnicos, vehículos y herramientas utilizadas en el municipio.
- i) En relación con la pregunta principal ¿Cuáles son las estrategias a implementar para que el Parque Recreacional fomente el turismo en el municipio de Caicedonia, Valle del Cauca? Se puede inferir con base en la teoría, resultados y estudios previos que las estrategias planteadas para el parque recreacional se enfocan con mejorar su estructura organizacional, gestión documental, aprovechamiento, innovación y mejora de los espacios, diseñar espacios para el descanso y la recreación de turísticas como habitaciones y chozas, identificación de requisitos y las etapas por las cuales el parque debe cumplir para acreditarse como prestador de servicios turísticos, y que estos sean reconocidos por la amabilidad de sus trabajadores, atención, productos y servicios de calidad, siempre pensando en las necesidades y gustos del cliente.

Para el fortalecimiento de las estrategias competitivas y de posicionamiento del parque recreación de Caicedonia, se establecen las siguientes recomendaciones:

- Implementación de la tri norma de manera voluntaria en los aspectos de calidad, medio ambiente y seguridad y salud en el trabajo, dando mayor reconocimiento a la eficiencia de los servicios.
- Capacitación del personal en los aspectos de cultura, turismo y gastronomía de la región.
- Cuando el parque obtenga la certificación como prestador de servicios turísticos debe de contratar personal capacitado en el Sena u otra institución avalada por el ministerio de educación nacional referente a la atención al cliente en el campo del turismo.
- Desarrollar un plan de construcción y mejoramiento de las áreas, con la finalidad de identificar que materiales garantiza el cuidado el medio ambiente y que las nuevas estructuras no afecten considerablemente al medio ambiente.
- Crear alianzas con personas, empresas e instituciones que presten servicios en turismo, se garantice el recorrido por el municipio y sus lugares naturales representativos.
- Continuar con la evaluación de su diagnóstico organizacional con la finalidad de establecer acciones de mejora para lograr ser más competitivos.
- Seguimiento y reconocimiento al trabajo eficiente, permitiendo el crecimiento personal y profesional de sus trabajadores.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andía Valencia, W., & Paucara Pinto, E. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 16(1), 80-84.
- Ahmed, P. K., Shepherd, C. D., Garza, L. R., & Garza, C. R. (2012). *Administración de la Innovación*. Mexico D.F.: Pearson Always Learning.
- Andrade, Y. D. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, Vol. 80, 59-72.
- Arevalo, D. M. (2011). *Diseño y ejecución de un plan de mejoramiento para la empresa Creaciones las Dos MM*. (Trabajo de grado). Administración de Empresa, Universidad Autonoma de Occidente, Santiago de Cali.
- Avella, M. E. (2020). Relaciones entre cultura y desempeño organizacional en una muestra de empresas colombiana: Reflexiones sobre la utilización del modelo Denison. *Cuaderno Administración*, Vol. 23 (40), 163 - 190.
- Báez, E. A. (2020). Valores personales de los empresarios, cultura organizacional y clústers: impacto en la innovación de las pymes en Paraguay. *Dialnet*, Vol. 2 (3), 32-81, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=233281>.
- Barrera, S. A. (2018). *La influencia de social media como herramienta para el incremento de recordación de marca de las empresas colombianas*. (Monografía). Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales UDCA, Bogota, D.C.
- Bejarano, M. A., & Siu, D. R. (2017). La Cultura Organizacional, su importancia en el desarrollo de las empresas. *INNOVA Research Journal*, Vol 2 (3), 110-115.
- Berry, L. L. (2002). *Un buen servicio ya no basta: Cuatro principios del servicio excepcional al cliente*. Bogotá: Grupo editorial norma.
- Calvopiña, S. J. (2015). *Propuesta de mejoramiento de procesos para la planta central del ministerio de educación*. (Proyecto de grado). Escuela Politécnica Nacional, Bogotá, D.C.: Faculta de ciencias administrativas.
- Camara de comercio de Sevilla. (2020). *Plan estratégico: tejido empresarial subregión nor-oriental del valle del cauca 2020*. Sevilla: Empresarios Sevilla y Caicedonia.
- Centro Grancolombiano del Paisaje Cultural Cafetero. (2019). Municipio de Caicedonia. *Reseña histórica*. Universidad de la Gran Colombia, Seccional Armenia.
- Chases, J. (2008). *Administración de producción y operaciones*. 10 ed. Bogotá, D.C.: Mc Graw Hill.
- Cruz, M. P., & Calderón, H. G. (2006). Cambio y generación de capacidades competitivas. Un estudio en las empresas medianas y grandes de confecciones del eje cafetero. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, Vol. 10 (57), 27-43.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (03 de 06 de 2015). *Boletín informativo*. Obtenido de Censo General 2005 Perfil Caicedonia – Valle del Cauca: obtenido de www.dane.gov.co

- Duque, M. C. (2017). *Análisis de situaciones de salud con el modelo de los determinantes sociales de Salud*. Cali: Secretaria Departamental de Salud del Valle del Cauca, Área de Epidemiología, Grupo ASIS.
- ElTiempo.com. (2020). El turismo después del coronavirus: previsiones para la industria en el 2020, Viajar - Vida. *Diez claves para entender el turismo después de crisis*. Colombia. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/el-turismo-despues-del-coronavirus-previsiones-para-la-industria-en-el-2020-495018>
- Flor, D. M. (2019). *Propuesta de mejora a la gestión ambiental en la producción sostenible de café, en la finca el "Nilo" ubicada en el corregimiento de Pance, Santiago de Cali, Valle del Cauca*. (Pasantía Institucional). Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali:
- Fondo de Promoción Turística Colombia. (2018). Guía Turística. *Valle del Cauca*.
- Gobernación de Valle del Cauca. (2020). Plan de Desarrollo Departamental 2020 - 2023. *Plan estratégico*.
- Gonzales, L. (2003). *Luis. Conceptos de Administración Estratégica*. 5 ed. México: Prentice Hall.
- Guevara, C. D. (2001). *Teorías organizacionales y administración*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Hernández, N. L. (2020). GestioPolis: Áreas funcionales de la empresa. *Qué son, cuáles son, su importancia, su origen, actividades que las componen*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/areas-funcionales-de-una-empresa/>
- Lemus, K. C., & Saiz, V. I. (2020). Estrategias organizacionales y sistema de trabajo en tiempos de la COVID-19: experiencias desde un centro de estudios cubano. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, Vol. 9, No. 1, 2308-0132.
- León, A. F. (2019). *Plan de mejoramiento para la empresa Juan Carlos Llano*. (Trabajo de grado). Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali.
- Maldonado, E. A., & Llanos, M. R. (2014). *Propuesta para mejorar la satisfacción laboral en una institución educativa a partir de la gestión del clima laboral*. (Tesis). Universidad del Pacífico, escuela de posgrado, Buenaventura.
- Melo, G. E. (2020). Tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) como factor determinante del éxito competitivo en la micro, pequeña y mediana empresa (MiPymes). *Dialnet*, Vol. 7, 15-66.
- Ministerio de industria, Comercio y Turismo. (2017). Decreto 220 de 2017. *Por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo*. Bogotá, D.C.
- Riquelme, M. (2018). Web y Empresas: *Estrategia corporativa (concepto, autores y tipos)*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/estrategia-corporativa/>
- Rodríguez, A. L. (2018). *Plan de mejoramiento empresarial de unidades de servicio de la comunidad ubicada en el asentamiento luz de salvación II del municipio de Bucaramanga*. (Trabajo final de Maestría). Universidad Santo Tomás, Bucaramanga.

- Ruiz, C. Z. (2016). *Plan de marketing digital y su relación con el posicionamiento de la empresa Gargano Mt SAC de la provincia de San Martín, periodo 2016*. (Tesis de grado). Universidad Cesar Vallejo, Taratopo.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2017). Metodología de la Investigación. En *Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias*. 6 ed. Mac Graw Hill Education.
- Sanmartín, M. C., & Martínez, A. A. (2013). Estrategias comunicativas en redes sociales. Estudio comparativo entre las universidades de España y México. *Historia y Comunicación Social*, Vol. 18 (Esp), 423-435.
- Serrano, A. M., Tiuzo, S. C., & Martínez, M. S. (2019). Estrategias Empresariales para una Población Vulnerable en Colombia. Información tecnológica. *Centro Internacional de Investigación y Desarrollo*, Vol. 30(6), 147-156.
- Torres, I. (2018). Liveconsultores: *Definición y tipos de procesos de una empresa*. Obtenido de <https://liveconsultores.com/ejemplos-de-procesos-de-una-empresa/#:~:text=Un proceso es una secuencia, producto o servicio al cliente.>
- Tobar, L. A. (2019). La investigación aplicada en los estudios de mercado. Instituto de Ciencia, Tecnología e Innovación (ICTI), *Revista Realidad y Reflexión*, 19(5), 19-30.
- Tripadvisor. (2 de marzo de 2020). Parques y atracciones naturales de Departamento de Valle del Cauca: *10 mejores parques y atracciones naturales de Departamento de Valle del Cauca*. Obtenido de https://www.tripadvisor.co/Attractions-g2021548-Activities-c57-Valle_del_Cauca_Department.html
- Vega, Y. C. (2016). *Elaboración de un Plan Estratégico de Marketing orientado al posicionamiento de la marca Anaflex de la empresa Laboratorio Bagó*. (Trabajo de grado). Universidad Nacional Mayor De San Marcos, Lima (Peru).
- Villagómez Cortés, J. A., Mora Brito, Á. H., & Barradas Troncoso, D. (2014). El análisis FODA como herramienta para la definición de líneas de investigación. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 35, 1121-1131.
- Villavicencio, D. X., Soler, V. G., & Bernabeu, E. P. (2017). Metodología para la elaboración de un plan de mejoramiento. *3C Empresa (Edición Especial)*, Vol. 1(7), 50-56. Doi: <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2017.especial.50-56>
- Yáñez, R. J. (2012). Auditorías, mejora continua y norma ISO. *Redalyc*, Vol. 9, 83-92.

VITA

Cita:

Ruiz, K. C., & Duque, A. F. (2020). *Propuesta de mejoramiento para el Parque Recreacional de Caicedonia Valle*. (Trabajo de grado). Universidad del Valle, Caicedonia.

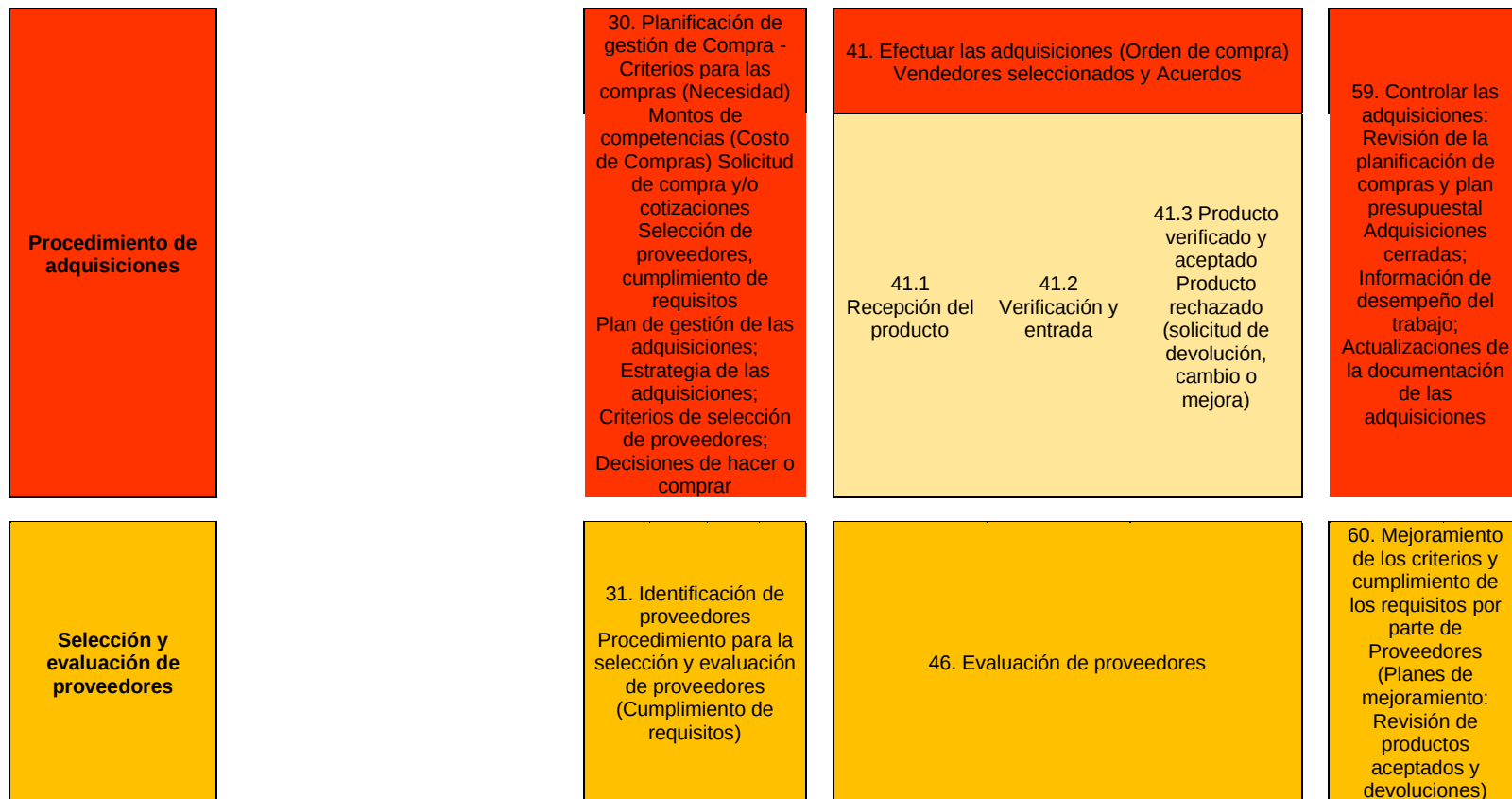
ANEXOS

ANEXO A. MAPA DE PROCESOS PARQUE CREACIONAL DE CAICEDONIA



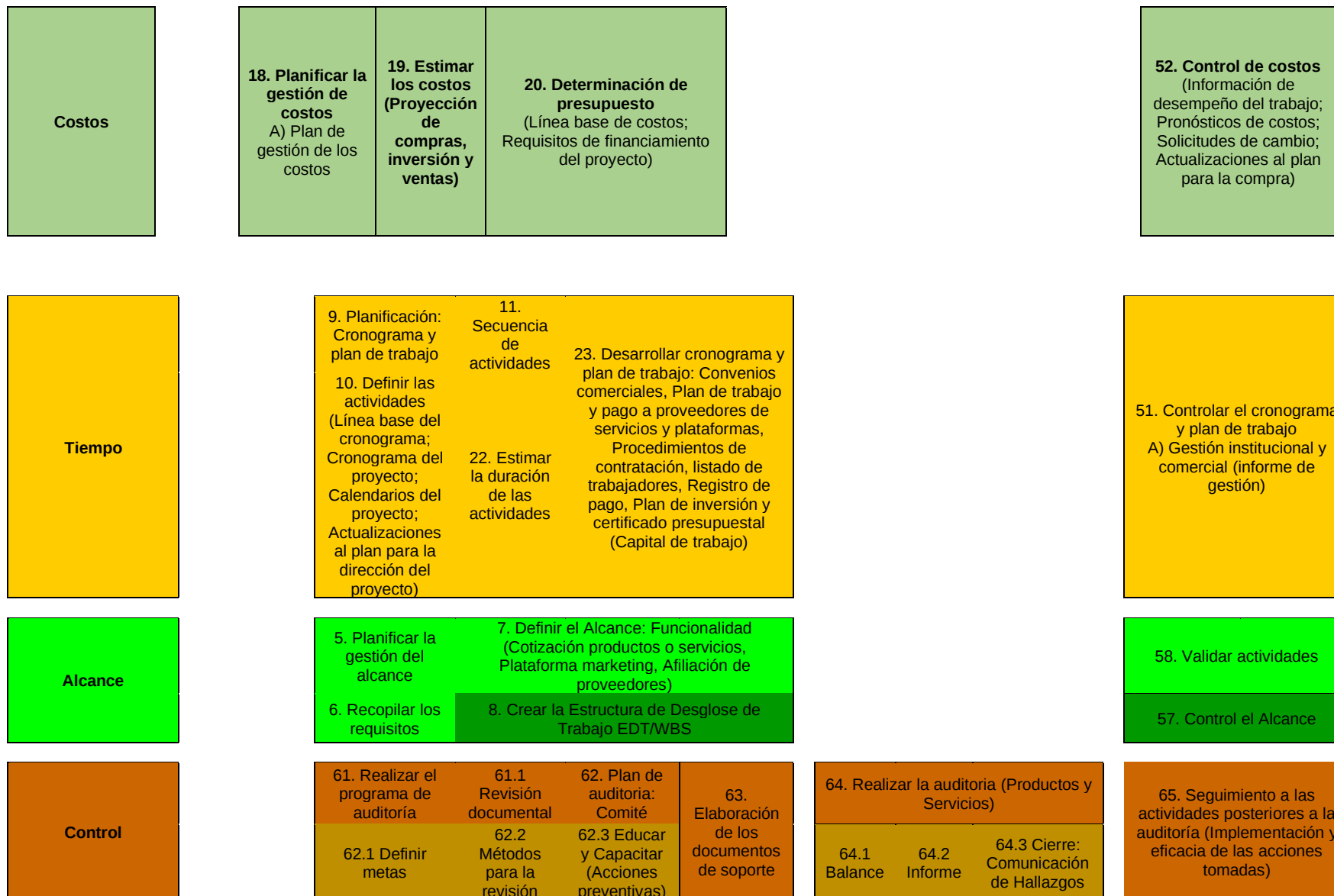
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

ÁREA DEL CONOCIMIENTO	INICIO	PLANEACIÓN	EJECUCIÓN			MONITOREO Y CONTROL	CIERRE
Gestión de interesados	2. Identificación de interesados: Registro de interesados (Acta de constitución del proyecto; Análisis de precios, demanda y experiencia; Reuniones)	4. Planificar el involucramiento de los interesados (Recopilación de datos; Toma de decisiones; Representación de datos; Plan de involucramiento de los interesados)	34. Gestionar la participación de los involucrados (Plan para la dirección del proyecto)			50. Monitorear el involucramiento de los interesados (Gestión institucional y comercial, informe de gestión; Reconocimiento de oportunidades y mejora) (Análisis de datos, Toma de decisiones; Representación de datos; Habilidades de comunicación; Reuniones) Información de desempeño del trabajo	
	2.1 Cooperante A) Proveedores de productos y servicios B) Inversionistas	2.2 Beneficiario Grupos de interés: Población en general; Micro, Pequeñas, medianas y Grandes Empresas del Área Pública o Privada de los Sectores	4.1 Exposición: Área Temática, Potencialidades, Limitaciones, Problemas A) Beneficiarios directos: Población en general	35. Plan de socialización del proyecto 36. Plan de Mercado digital 37. Campañas de sensibilización y fidelización	A) Posicionamiento y reconocimiento de la empresa.		



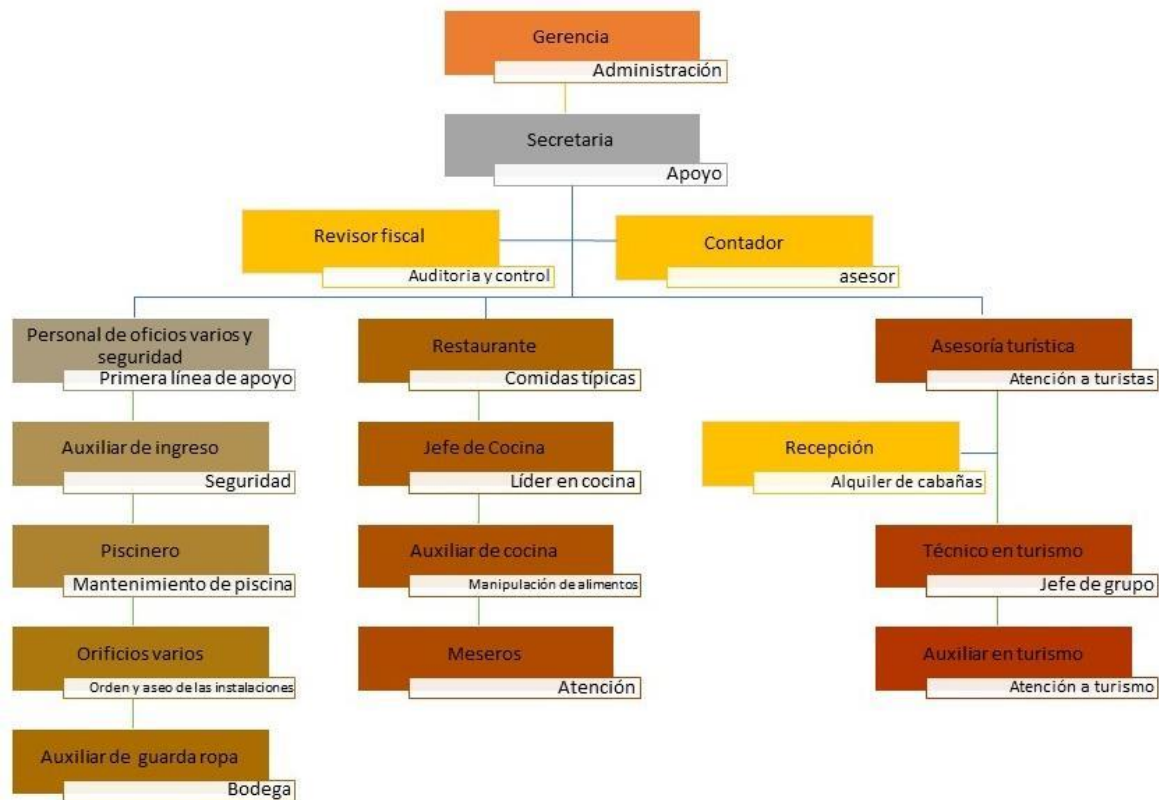
Gestión del Riesgo	12. Planificar la gestión del Riesgo (Diseño de procedimiento Identificación, evaluación y estimación de los riesgos)			43. Implementar las respuestas a los riesgos	54. Monitorear los riesgos (Gestión del Cambio)
	13. Identificación del riesgo (Administrativos, laborales (SST)) 15. Realizar el análisis cualitativo y cuantitativo del riesgo	14. Variables y manejo de la Información, Mecanismos de Comunicación, Valorización de Riesgos internos y Externos en el Trabajo, Integridad y Valores Ético, Compromiso y competencias laborales, Mecanismos de Vigilancia y Control	16. Evaluación y Estimación del riesgo Matriz IEER	44. Actividades de prevención, mitigación y control de los riesgos (Priorización de necesidades) 45. Evaluar la eficacia de los controles y desarrollo de las recomendaciones	54.1 Identificar el cambio propuesto 54.2 Planes de mejoramiento y revisión de indicadores 54.3 Documentar y ejecutar
Comunicaciones	29. Planificar la gestión de comunicaciones Diseño Procedimiento y plan de comunicación:			40. Gestionar las comunicaciones	53. Monitorear las comunicaciones
	29.1 Interna	29.2 Externa		47. Promover la participación, consulta y motivación: Pro actividad, responsabilidad e implementación de canales	53.1 Seguimiento y control

	A) Trabajadores B) Clientes C) Proveedores D) Asesores, visitantes, gobierno, etc.			47.1 Plan de comunicaciones 47.2 Canales: Circulares informativas, E-mail, Capacitación, Reunión de comités, Reunión Sub Comités, Inducción personal nuevo, Inducción de campo especifica por puesto, Video de inducción			Métodos: Capacitaciones, cursos, talleres, etc. Verificar la eficiencia de los canales de comunicación
Recursos	17. Planificar la gestión de los recursos			38. Adquirir recursos	39. Desarrollo de servicios	40. Dirigir el equipo de trabajo	56. Controlar los recursos
	21. Estimar los recursos de las actividades						
Calidad	24. Planificar la gestión de Calidad Plan de gestión de la calidad Métricas de calidad; Actualizaciones al plan para la dirección del proyecto			42. Gestionar la Calidad			55. Controlar la Calidad (Realizar seguimiento y la medición de procesos y productos) Planes de Mejora Mediciones de control de calidad; Entregables verificados; Información de desempeño del trabajo; Solicitudes de cambio; Actualizaciones al plan para la dirección del proyecto
	25. Diseño de Sistema de Gestión de Calidad	26. Definición de recursos y organización	27. Gestión y Operación (Requisitos del cliente)	28. Establecimiento de metas, técnicas, métodos y políticas	42.1 Implementar procesos y liderazgo	42.2 Acciones de mejora continuamente: Evaluación de desempeño	
					42.1.1 Satisfacción del cliente	42.1.2 Cumplimiento de requisitos	55.1 Monitoreo



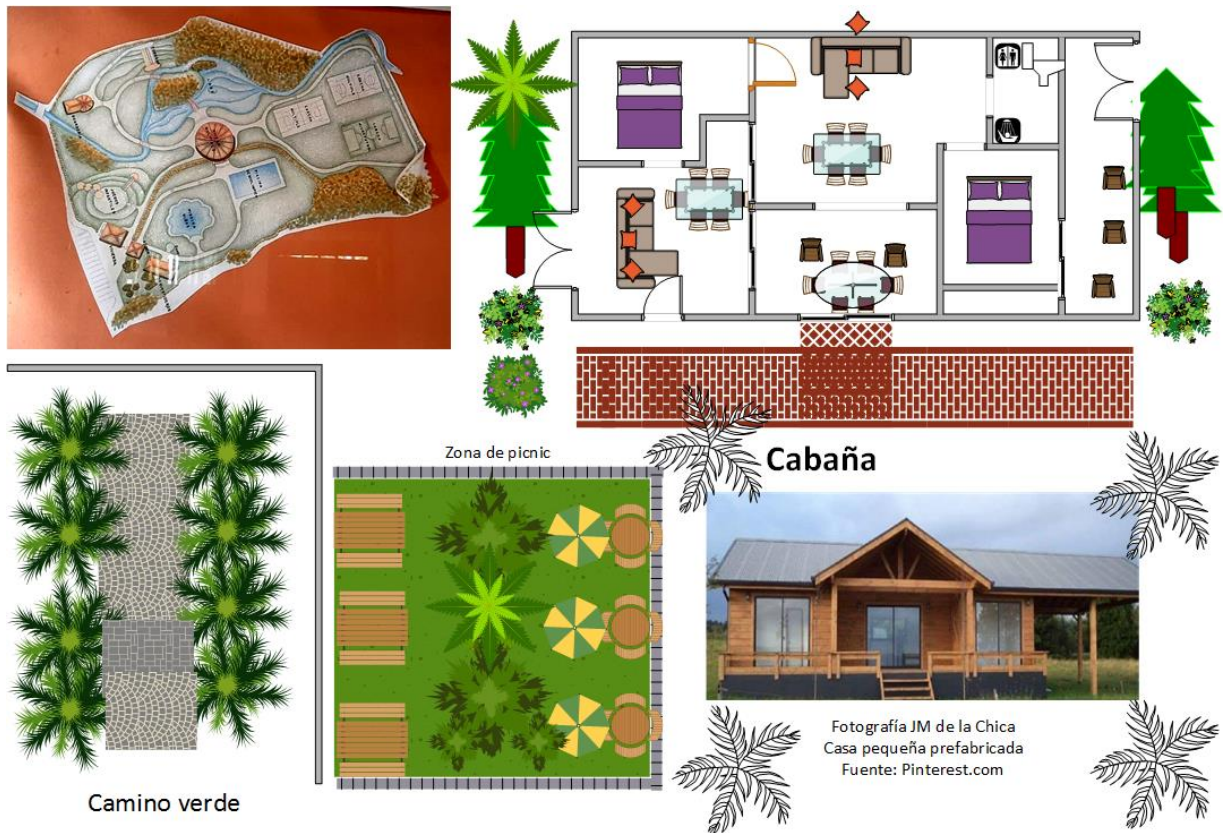
Integración	1. Desarrollar el acta de constitución del proyecto (Documentos de negocio; acuerdos; factores ambientales de la empresa; activos de los procesos de la Organización	3. Desarrollar el plan para la dirección del proyecto (Plan para el direccionamiento del proyecto)	32. Dirigir y gestionar el trabajo del proyecto (Datos de desempeño del trabajo; Registro de incidentes; Solicitudes de cambio; Actualizaciones a los documentos del proyecto)	48. Monitorear y controlar el trabajo del proyecto (Informes de desempeño del trabajo; Solicitudes de cambio; Actualizaciones al plan para la dirección del proyecto)	49. Realizar el control integrado de cambios (Solicitudes de cambio aprobadas; Actualizaciones al plan para la dirección del proyecto y otros documentos)	66. Cerrar el proyecto o fase (Actualizaciones a los documentos del proyecto; Transferencia del servicio, servicio o resultado final; Informe final; Actualizaciones a los activos de los)
	33. Gestionar el conocimiento del proyecto (Registro de lecciones aprendidas; Actualizaciones al plan para la dirección del proyecto; Actualizaciones a los activos de los procesos de la organización)					
66	2	31	17	15	1	
Procesos, Total						

ANEXO B. ORGANIGRAMA PARQUE RECREACIONAL DE CAICEDONIA



Fuente: Estructura organizacional recomendada para el Parque Recreacional, Elaboración propia, 2020

ANEXO C. PLANO DE LAS NUEVAS ÁREAS FUNCIONALES



Las mejoras propuestas para el parque recreacional de Caicedonia consisten en actividades de aprovechamiento de espacios, construcción y adecuación de infraestructura que se ha perdido su funcionalidad por la falta de mantenimiento y operación.

Para motivar el turismo en el sector se recomienda la construcción de cabañas con capacidad para cinco personas, disponiendo de baño, ducha, sala y alcoba, al igual, de casetas para picnic en familia.

Se observa que el camino verde no garantiza seguridad a los usuarios por lo cual, se invita a mejorar el puente en una estructura sólida en concreto y el piso adecuarlo con adoquines.

ANEXO D. NOMINA

Salario devengado					Seguridad social			Total, deducido	Neto por pagar	Firmas
Nombres	Sueldo mensual	Días laborales	Auxilio de trasporte	Total, devengado en el año	Salud	Pensión	Riesgo L.			
Gerencia	\$2.000.000	30	\$0	\$24.000.000	\$80.000	\$80.000	\$139.200	\$299.200	\$1.700.800	
Secretaria	\$908.526	30	\$0	\$10.902.312	\$36.341	\$36.341	\$63.233	\$135.915	\$772.611	
Aseo general	\$908.526	30	\$0	\$10.902.312	\$36.341	\$36.341	\$63.233	\$135.915	\$772.611	
Piscinero	\$908.526	30	\$0	\$10.902.312	\$36.341	\$36.341	\$63.233	\$135.915	\$772.611	
Agentes Turístico 1	\$908.526	30	\$0	\$10.902.312	\$36.341	\$36.341	\$63.233	\$135.915	\$772.611	
Agentes Turístico 2	\$908.526	30	\$0	\$10.902.312	\$36.341	\$36.341	\$63.233	\$135.915	\$772.611	
Jefe de Cocina	\$908.526	30	\$0	\$10.902.312	\$36.341	\$36.341	\$63.233	\$135.915	\$772.611	
Auxiliar de Cocina	\$600.000	30	\$0	\$7.200.000	\$24.000	\$24.000	\$41.760	\$89.760	\$510.240	
	\$0	30	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
TOTAL	\$8.051.156		\$0	\$96.613.872	\$322.046	\$322.046	\$ 560.360	\$1.204.453	\$6.846.703	
Apropiaciones										
Aportes Parafiscales				Cesantías		Prima de servicios		Intereses sobre cesantías		Vacaciones
Seguridad social										
Entidad	Salud	Pensión	Riesgos Laborales	\$670.661		\$670.661		\$80.512		\$335.733
	\$684.348	\$966.139	\$560.360							
Parafiscales				Aprobado:						
Entidad	Caja de compensación	ICBF	Sena	Preparado:						
	\$322.046	\$241.535	\$161.023	Contabilizado:						

Formato de ejemplo, pago de nómina y requisitos de ley (seguridad social integral)

ANEXO E. PROYECCIÓN PAGO CRÉDITO

Préstamo 1		\$34.000.000		Valor cuota	Sin interés
Interés		25%	-	\$863.376	0
Abono a capital			Tasa de la cuota	1,5%	1,5%
Saldo		1	Total, cuotas	60	60
Tiempo		5			
Amortización	\$34.000.000	\$ 9.391.542	\$ 23.881.586	\$ 7.293.782	\$.417.284
	\$ 8.500.000	\$ 7.347.885	\$ 5.970.396	\$ 4.323.445	\$ 2.354.321
	\$ 4.608.458	\$ 5.509.956	\$ 6.587.804	\$ 7.876.498	\$ 9.417.284
	\$ 9.391.542	\$ 3.881.586	\$ 17.293.782	\$ 9.417.284	\$0
	Total, año				
	\$ 3.108.458	\$ 2.857.842	\$ 12.558.200	\$ 2.199.943	\$ 1.771.605
	1	2	3	4	5
	13.108.458	12.857.842	12.558.200	12.199.943	11.771.605
Total	\$62.496.048				
	1	2	3	4	5
Cuota mes	1.092.372	1.071.487	1.046.517	1.016.662	980.967

ANEXO F. LISTADO DE REQUISITOS PARA ACREDITARSE COMO PRESTADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Constitución de su empresa y la obtención del Registro Nacional de Turismo, para poder así operar formalmente:

1. Identifique:
 - a) Tipo de empresa
 - b) Consulta de nombre
 - c) Uso de suelos
 - d) Consulta de actividad económica
2. Registro del comerciante:
 - a) Para persona jurídica
 - b) Para persona natural
3. Viaje luna
 - a) Registro mercantil de
 - b) Establecimiento de comercio
4. Certificación de primera parte en sostenibilidad turística

Código del documento

Nombre del Prestador de Servicios Turísticos

DECLARACIÓN DE PRIMERA PARTE DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO DE ACUERDO CON LA NTC ISO - IEC 17050.

INFORMACIÓN GENERAL

Nombre del Prestador de Servicios Turísticos

NIT

RNT

Departamento

Ciudad

Dirección

Sitio web

Celular

Email

Nombre del Prestador de Servicios turísticos

Persona de contacto

Cargo

DECLARACIÓN DE PRIMERA PARTE

"Declarar el cumplimiento de la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible de acuerdo con lo establecido por la Resolución 3860 de 2015".

NTS - TS 007, Empresas Comercializadoras de Esquemas de Tiempo Compartido y Multipropiedad. Requisitos de Sostenibilidad, 2016

DECLARACIÓN DE PRIMERA PARTE

Nombre

Cédula (C.C.)

Fecha de emisión: 30 de Agosto del 2016

Yo, en condición de representante legal del establecimiento Titiribi Tours, declaro que después de realizar el proceso de autoevaluación, el establecimiento que represento cumple con la totalidad de los requisitos establecidos en la NTS - TS 007, Empresas Comercializadoras de Esquemas de Tiempo Compartido y Multipropiedad. Requisitos de Sostenibilidad, 2016

FIRMA

*Revisar hojas anexas

5. Inscripción registro nacional de turismo

Requisitos generales

Para inscribirse en el Registro Nacional de Turismo los prestadores de servicios turísticos deben, de acuerdo a lo establecido en el artículo 2.2.4.1.2.1. del indicado Decreto, cumplirán siguientes requisitos:

- Estar inscritos previamente en el Registro Mercantil y cuando se ostente la calidad de comerciante, y en los demás registros exigidos por la ley.
- Las actividades y/o funciones que el prestador de servicios turísticos pretende inscribir en el Registro Nacional de Turismo deberán corresponder a la actividad comercial y/o el objeto social del Registro Mercantil. El Registro Mercantil debe estar renovado a la fecha de solicitud de inscripción en el Registro Nacional de Turismo.
- Diligenciar toda la información solicitada a través del formulario electrónico de inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo, disponible para el efecto en los sitios web de las cámaras de comercio.
- Las cajas de compensación familiar acreditarán la representación legal mediante certificación expedida por la Superintendencia del Subsidio Familiar o la entidad que haga sus veces. Sin embargo, cuando sean propietarias de un establecimiento de comercio lo matricularán ante las cámaras de comercio, de conformidad con lo dispuesto en el Código de comercio.
- Diligenciar en el formulario electrónico la capacidad técnica, mediante la relación de los elementos electrónicos, magnéticos y mecánicos puestos al servicio de la empresa en la cual se presta el servicio.

- Diligenciar en el formulario la capacidad operativa, mediante la descripción de la estructura orgánica y el número de empleados, con indicación del nivel de formación de cada uno de ellos.
- Diligenciar en el formulario electrónico la información correspondiente al patrimonio neto, según la categoría de prestador, y declarar que presentó ante autoridad competente los Estados financieros conforme al marco normativo contable y adjuntar el Financiero que conforme el marco normativo contable aplicable.
- Adherir al código de conducta que promueva políticas de prevención y eviten la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes en su actividad turística, de acuerdo con lo previsto en la ley 1336 de 2009 y 679 de 2001 o las normas que las modifiquen.
- Cuando se trate de inmuebles sometidos a régimen de propiedad horizontal, deberá informar si el inmueble está autorizado para la explotación de actividades comerciales.
- En observancia del principio de la buena fe, el prestador de servicios turísticos obligado informará que ha cumplido con la certificación de las Normas Técnicas
- Sectoriales de Turismo de Aventura indicando el número de certificado o la implementación de las Normas Técnicas Sectoriales de Sostenibilidad Turística
- Cuando no se tenga la calidad de comerciante, los prestadores de servicios turísticos podrán obviar los requisitos contemplados en los numerales 1, 2, 4, 5, 6, y 8. requisitos específicos
- Alojamiento y hospedaje: Inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los establecimientos de alojamiento turístico.

Alojamiento: La inscripción en el Registro nacional de Turismo de los alojamientos turísticos procederá de acuerdo con los

establecido en la sección 12 del capítulo 4 del título 4 de la parte 2 del libro 2 del decreto 1074 de 2015. Sección 12, capítulo 4, título 4, parte 2, libro 2, decreto 1074 de 2015.

Establecimientos de gastronomía y bares: Deberán inscribirse en el Registro Nacional de Turismo los establecimientos de gastronomía y bares cuyos ingresos por ventas brutas anuales de cada establecimiento, individualmente considerado, sean superiores a los quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes, de acuerdo con el Estado de Resultados con corte a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior (o su equivalente en NIIF), debidamente certificado por el prestador o su representante legal y el contador público bajo cuya responsabilidad se haya preparado, conforme lo señalado por el Artículo 37 de la Ley 222 de 1995, y que además se encuentren en los lugares que determine como sitio de interés turístico el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Parques temáticos: Deberán adjuntar registro o certificación expedida por la Alcaldía Municipal o Distrital para tal destinación.

Paso a paso inscripción en línea

- Ingrese
<http://www.rues.org.co>



- Seleccione en el listado la Cámara de Comercio en la que se encuentra registrado el PST:



- Selección la opción Registrarse



- Diligencia el Formulario de Registro para obtener su usuario y contraseña, teniendo en cuenta las siguientes recomendaciones:

El sistema enviara un correo electrónico al email registrado en el momento de creación del usuario para confirma la solicitud de inscripción.

Debe ingresar al correo electrónico registrado y dar "Clic" en el enlace que se remite, con el cual se podrá acceder a la cuenta a través de la web del Registro Nacional de Turismo que la Cámara de Comercio haya dispuesto para tal fin.

- El sistema enviara un correo electrónico al email registrado en el momento de creación del usuario para confirma la solicitud de inscripción.

Debe ingresar al correo electrónico registrado y dar "Clic" en el enlace que se remite, con el cual se podrá acceder a la cuenta a través de la web del Registro Nacional de Turismo que la Cámara de Comercio haya dispuesto para tal fin.

- Ingrese nuevamente al sistema (Repita los punto 1 -2); seleccione la opción Ingreso Prestador Ingrese a la opción: Mis establecimientos – Registrar Nuevo Establecimiento – CON o SIN número de matrícula mercantil (seleccione según corresponda) Si selecciona la opción "CON número de matrícula mercantil", deberá ingresar la matrícula correspondiente al ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO y la Cámara de Comercio en el cual se encontrare este registrado.

El sistema presentará el siguiente formulario (En el caso de haber seleccionada la opción "SIN número de matrícula mercantil", el procedimiento lo traerá de inmediato a este punto).

