



**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA – UNIBE**

Escuela de Turismo

**“Propuesta de implementación de parque temático en Republica Dominicana (Plan de Negocios)”**

Sustentante:

Elianny Hernández Sánchez / 19-0079

Proyecto Final de Grado para optar por el título de  
Licenciado(a) en Dirección y Gestión del Turismo

Nombre asesor(a/es): Gloria Valdes

Los conceptos expuestos en el presente trabajo son de la exclusiva responsabilidad del/la (los) sustentante(s) del mismo.

Santo Domingo, D.N.

República Dominicana

Diciembre 2021

# ÍNDICE

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Resumen / Abstract .....</b>                                | <b>4</b>  |
| <b>Dedicatoria / Agradecimientos .....</b>                     | <b>6</b>  |
| <b>Introducción.....</b>                                       | <b>7</b>  |
| <b>Problema .....</b>                                          | <b>8</b>  |
| <b>Objetivos de la investigación .....</b>                     | <b>9</b>  |
| Objetivo general .....                                         | 9         |
| Objetivos específicos .....                                    | 9         |
| Preguntas de investigación .....                               | 9         |
| <b>Marco teórico.....</b>                                      | <b>10</b> |
| Parque temático .....                                          | 10        |
| Características de los parques temáticos .....                 | 13        |
| Factores determinantes de éxito de los parques temáticos ..... | 14        |
| Parques temáticos en el mundo .....                            | 19        |
| Parques de diversiones en República Dominicana.....            | 22        |
| <b>Marco jurídico .....</b>                                    | <b>24</b> |
| <b>Organismos de apoyo.....</b>                                | <b>25</b> |
| Ministerio de Turismo .....                                    | 25        |
| Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales .....        | 25        |
| <b>Plan de negocios.....</b>                                   | <b>25</b> |
| Características del plan de negocios.....                      | 26        |
| <b>Diseño de la investigación .....</b>                        | <b>28</b> |
| <b>Encuesta .....</b>                                          | <b>29</b> |
| <b>Hallazgos / Discusión.....</b>                              | <b>37</b> |
| <b>Propuesta .....</b>                                         | <b>40</b> |
| Plan de negocios.....                                          | 41        |
| Resumen ejecutivo .....                                        | 41        |
| Tipo de negocio .....                                          | 41        |
| Nombre del negocio, logo .....                                 | 42        |
| Misión .....                                                   | 42        |
| Productos/servicios .....                                      | 42        |
| Objetivos a corto plazo.....                                   | 42        |
| Objetivos a largo plazo.....                                   | 43        |

|                                              |           |
|----------------------------------------------|-----------|
| Objetivos de educación y entrenamiento ..... | 43        |
| Objetivos personales y habilidades .....     | 43        |
| FODA.....                                    | 44        |
| Estructura legal.....                        | 44        |
| Permisos .....                               | 45        |
| Mercado meta.....                            | 46        |
| Competencia.....                             | 46        |
| Ventaja competitiva .....                    | 47        |
| Estrategias de promoción .....               | 47        |
| Slogan.....                                  | 47        |
| Estructura operativa/organizacional.....     | 48        |
| Costos de inicio .....                       | 49        |
| Fuentes de financiamiento.....               | 49        |
| Costos operacionales.....                    | 50        |
| Precio.....                                  | 50        |
| Presupuesto .....                            | 51        |
| Rentabilidad .....                           | 51        |
| <b>Conclusión.....</b>                       | <b>52</b> |
| <b>Bibliografía .....</b>                    | <b>53</b> |

## **RESUMEN**

La presente investigación pretende presentar a las organizaciones de turismo nacionales las oportunidades que tiene el turismo de atracciones en el país, los beneficios de este a nivel mundial. Planteará las acciones que se pueden llevar a cabo para impulsar este tipo de turismo en el país, desarrollando nuevas estrategias. Asimismo, mostrará como el turismo de atracciones puede impulsar la demanda turística a nivel internacional, aumentando la llegada de turistas.

La República Dominicana no cuenta con diversidad en parques de diversiones, por lo que la implementación de un parque temático beneficiaría bastante el turismo del país. Algunos de los beneficios serían: aumento de llegada de turistas al país, creación de nuevos empleos y mayor conocimiento de la cultura. El parque temático llevará por nombre: “ ZUN ZUN PARK ” , mostrando la cultura dominicana en todas las actividades.

**PALABRAS CLAVES:** Parque de diversiones, parque temático, turismo de aventura, República Dominicana, turismo cultural.

## **ABSTRACT**

This project aims to present to national tourism organizations the opportunities that attractions tourism has in the country, the benefits of this worldwide. It will propose the actions that can be carried out to promote this type of tourism in the country, developing new strategies. Likewise, it will show how attractions tourism can boost tourist demand at an international level, increasing the arrival of tourists.

The Dominican Republic does not have diversity in amusement parks, so the implementation of a theme park would greatly benefit the country's tourism. Some of the benefits would be: increased arrival of tourists to the country, creation of new jobs, greater knowledge of culture, and others ... The theme park will be “ ZUN ZUN PARK ” , showing the Dominican culture in all activities.

**KEY WORDS:** Amusement park, theme park, adventure tourism, Dominican Republic, cultural tourism.

## **DEDICATORIA / AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, agradezco y dedico este proyecto a Dios, por permitirme llegar hasta la etapa final, y nunca abandonarme a pesar de todas las adversidades que surgieron en el camino. Por darme sabiduría y discernimiento en cada etapa y acompañarme cuando más lo necesitaba. Gracias Padre Amado por permitirme este logro.

A mis padres, José Elías Hernández y Jeanny Miguelina Sánchez, los pilares de mi vida, gracias por confiar en mí todos los días, aconsejarme cuando mas lo necesite, preguntarme que como iba con mis tareas, por cada día demostrarme cariño y decirme que era buena, inteligente. Desde pequeña me enseñaron que estudiar es muy importante. Me enseñaron a hacer las cosas con amor y pasión. Gracias a ustedes soy lo que soy hoy en día. Este logro es de ustedes, espero que estén orgullosos de todo lo que he logrado hasta ahora, les prometo que solo es el comienzo.

A mis hermanos, Haivanhoe, Elianka y Hanssel, mi fortuna más grande, gracias por motivarme cada día a hacer las cosas bien. Por darme felicidad cuando estaba cansada, gracias por siempre estar para mí, ayudarme cuando los necesite y darme esas palabras de apoyo. Le doy gracias a mis abuelos y mis tíos por siempre apoyarme y desde pequeña corregirme para que hoy en día pueda ser profesional.

A mi novio, Misael, gracias amor por estar para mí desde el inicio de esta meta lograda. Gracias por creer en mi y cada día impulsarme a ser mejor acompañándome en este camino con mucha perseverancia.

A mis compañeras de universidad, Emily, Diana y Sydney, gracias por esa linda amistad, por ayudarme cuando necesitaba su ayuda, mas que amigas se convirtieron en hermanas.

## INTRODUCCIÓN

Los parques temáticos son lugares en los cuales las personas pueden ir a divertirse, en República Dominicana los parques de diversiones están teniendo mucho auge, pero la mayoría se enfoca en actividades al aire libre, actividades relacionadas con la naturaleza.

Los parques temáticos según Secall (2001, p. 41) son un lugar especializado en la satisfacción de una demanda de ocio y diversión, sobre la base de conseguir el aislamiento del visitante del entorno cotidiano haciéndole vivir durante unas horas en un mundo mágico hecho realidad a través de todos los sentidos. Se trata en definitiva de conseguir que el visitante experimente la vivencia de un mundo irreal hecho realidad.

A través de un plan de negocios se mostrará como beneficia la implementación de un parque temático al turismo dominicano. El plan de negocios según Wenberger ( p. 33) sirve para guiar un negocio desde sus inicios en el se deben de mostrar los objetivos del proyecto y las actividades que se van a realizar.

El parque de diversiones “ ZUN ZUN PARK ” es un parque que se enfoca en la diversión, las personas conocerán la cultura dominicana a través de la diversión, contará con distintas atracciones como montañas rusas, restaurantes típicos en los cuales servirán comida criolla, tiendas de regalos en las cuales podrán encontrar maracas pequeñas, tambores pequeños.

## **PROBLEMA**

Con la implementación de un parque temático la República Dominicana abrirá la puerta a nuevos tipos de turismo. Según Godominicanrepublic, República Dominicana es el segundo país más grande y diverso del Caribe. Con vuelos directos desde las principales ciudades de Latinoamérica, Estados Unidos, Canadá y Europa es un país que se destaca por la calidez de su clima y la hospitalidad de su gente. República Dominicana es un destino sin igual que cuenta con una naturaleza extraordinaria, fascinante historia y gran riqueza cultural.

La implementación de un parque temático en el país es una propuesta innovadora ya que será el único parque de atracciones en el país, aumentará la llegada de turistas al país, y se pondrá en práctica un turismo de aventura. Su ubicación el Distrito Nacional, es una ubicación estratégica ya que es el centro de la ciudad, en el mismo habitan muchas personas y lo visitan muchos turistas.

Según Martinez (2013, p.40) El sector de parques temáticos genera en todo el mundo más de 205 millones de visitantes en la actualidad, lo que demuestra la gran importancia que tiene el ocio en la sociedad y el impacto turístico que es capaz de generar.



## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo general**

- Presentar los beneficios de la creación e implementación de un parque temático en el país.

### **Objetivos específicos**

- Establecer estrategias de precios, marketing y demás para llevar a cabo en un parque de diversión.
- Comparar los distintos parques de diversiones internacionales y visualizar las ventajas de cada uno.
- Elaborar un plan de negocios para la creación de un parque temático en el Distrito Nacional.
- Analizar los beneficios de la implementación de un parque temático en el turismo.
- Describir las características de los parques temáticos y como lograr que los mismos sean exitosos.

## **PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

¿Cómo beneficia al turismo internacional la implementación de un parque temático?

¿Cómo aumentaría la demanda turística al país?

¿Cómo se diversificaría el turismo en Rep. Dom. al implementar un parque temático?

# **Propuesta de implementación de parque temático en República Dominicana (Plan de Negocios)**

## **I . Marco Teórico**

### **I.I PARQUE TEMÁTICO**

Según Agraso (2019, p.18), La tendencia del momento es el disfrute de las emociones (Bordas, 2003:2), y los parques temáticos constituyen el producto perfecto para cubrir esta demanda de nuevas experiencias emocionales.

La definición de Secall (2001, p. 41) acerca de los parques temáticos es muy interesante: El parque temático es un lugar especializado en la satisfacción de una demanda de ocio y diversión, sobre la base de conseguir el aislamiento del visitante del entorno cotidiano haciéndole vivir durante unas horas en un mundo mágico hecho realidad a través de todos los sentidos. Se trata en definitiva de conseguir que el visitante experimente la vivencia de un mundo irreal hecho realidad.

Ahora bien, al margen de su carácter de entorno más o menos «natural» y de su concordancia con la definición del concepto, hay otras razones para denominarlos parques. Secall (2001, p. 42 – 43)

- A) Ciertamente hay un motivo histórico que lo explica. Las primeras atracciones o diversiones creadas artificialmente tenían lugar en los jardines de recreo en los que los aristócratas renacentistas daban rienda suelta a su redescubrimiento del hombre mismo y su lugar en el universo que les llevó a considerar a la naturaleza desde una perspectiva humanista que contrastaba con la visión espiritualista

propia de la Edad Media. Una nueva filosofía en que la promesa medieval del paraíso futuro se transformó en la búsqueda de los placeres de la vida terrena. Y desde luego las fiestas y diversiones varias que se organizaban en los jardines fueron manifestación de ese nuevo humanismo, lo que contrastaba rotundamente con los pequeños jardines medievales más intimistas y orientados a dar satisfacción al espíritu.

Buen ejemplo de estos parques de recreo eran los jardines de la Villa del Este en Tívoli con atracciones como el órgano de agua, o las fuentes que emitían sonidos remedando batallas, y autómatas varios, todo lo cual estuvo probablemente inspirado en los juegos de sonido y autómatas con que los emperadores de Bizancio asombraban a los príncipes y embajadores extranjeros. Atracciones en parques destinadas al ocio de la aristocracia cuyo más relevante ejemplo histórico puede encontrarse en Versalles, donde al margen de la magnificencia de los jardines y de las instalaciones palaciegas, había una casa de fieras, autómatas y numerosas atracciones para entretener los ocios cortesanos del Rey Sol y sus descendientes. No obstante, parece que el primer «parque de recreo» que consta documentalmente fue construido a finales del siglo XIII por Roberto II de Artois en Vieil Hesdin, en el norte de Francia. Su diseño, curiosamente moderno, incluía «un castillo giratorio, una gruta en la que podía imitarse la lluvia o nieve a voluntad, marionetas animadas, puentes que se hundían, así como plantas exóticas y animales que simbolizaban el paraíso. Este parque fue destruido por Carlos V tres siglos después».



Jardines de la Villa del Este en Tívoli.

Fuente: Milviatges. (2017). VILLA DE ESTE, TÍVOLI. Los jardines más bellos del Renacimiento en Italia. Recuperado de: <https://milviatges.com/2017/villa-de-este-de-tivoli-desde-roma/>

B) También bajo la palabra parque se esconde una ideología, es la que podemos calificar de ideología clorofílica que invade todos los ámbitos de la vida colectiva en los países desarrollados. El «verde» vende, y la palabra parque está impregnada de verdor. De ahí que se esté aplicando — correcta o incorrectamente, pero en cualquier caso de forma muy generalizada — a recintos tan dispares como cementerios, zonas industriales, áreas tecnológicas, o nuevos barrios o urbanizaciones, en los que la palabra parque aparece en su denominación como parte del marketing de ventas, aunque el verde se limite a unos pocos y escuálidos árboles que malvivirán entre el monóxido de carbono y el cemento de unos alcorques con vocación de «pipicanes». El hecho de que la jardinería constituya un elemento fundamental en la decoración y urbanización de los espacios de cualquier parque temático es prueba adicional de la necesidad de vincular «lo natural» con la diversión.

- C) Finalmente, hay también un motivo espacial ya que por parque se entiende un lugar del ámbito urbano especialmente concebido para el descanso y el ocio de los ciudadanos y, por tanto, distinto del espacio de trabajo (fábricas y oficinas) y del espacio de residencia (viviendas).

Los parques temáticos se diferencian de los parques de atracciones tradicionales no solo porque se basan en un tema o varios temas, sino también por su enorme escala operativa.”

## **I.II CARACTERÍSTICAS DE LOS PARQUES TEMÁTICOS**

Según Secall (2001, p. 45) Diferentes estudios que se han llevado a cabo sobre parques temáticos del mundo como el de Economics Research Associates (ERA) ponen de relieve una serie de características comunes a todos ellos. Son las siguientes.

En primer lugar, los parques temáticos son atractivos para toda la familia. Hay diversiones adaptadas a todos los grupos de edad, lo que hace de ellos elementos multiatractivos desde la perspectiva de la demanda. Esto es elemento esencial para mantenerlos abiertos todo el año al dirigirse como oferta de ocio a toda la población.

Como segunda característica los parques temáticos contienen uno o más «entornos temáticos». Es decir que no tienen por qué ofrecer un único discurso temático. En cierta medida esta unicidad o variedad de discursos está relacionada con su tamaño. Y ello incide igualmente en su configuración física ya que, en el caso de variedad, cada entorno se suele encontrar alrededor de un núcleo central de servicios comunes como los pétalos de una flor.

Un tercer elemento característico es la existencia de «entretenimientos ambientales», esto es músicos ambulantes, actores, disfraces y, en general, actuaciones y espectáculos gratis que crean ambiente. Hacen la función que los «pasacalles» han desempeñado siempre en las fiestas populares de los pueblos españoles.

En cuarto lugar, los parques temáticos presentan un fuerte nivel de inversión por unidad de «viaje» o capacidad de acogida. Eso significa que sólo grandes compañías internacionales o grandes consorcios puedan estar en disposición de abordar los fuertes volúmenes de inversión requeridos y su consiguiente endeudamiento. Finalmente, también suele ser característico de los parques temáticos una política de precio único. Se paga una entrada y se tiene acceso a todas las atracciones.

### **I.III FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO DE LOS PARQUES TEMÁTICOS**

Agraso (2019, p.23 - 24) Según el estudio realizado por Clavé (2005), podemos sistematizar un conjunto de factores que inciden en el éxito de los parques temáticos. En conjunto los clasificamos en tres grandes áreas: Elección de emplazamiento o localización, factores de financiación y finalmente factores contextuales o de entorno.

- a. Los factores de localización o de elección del emplazamiento son claves en tanto que en función del emplazamiento seleccionado el parque se beneficiará de mayor o menor afluencia turística y de la mayor o menor extensión de la cadena de valor generada. Abundando en este factor, entre las variables que deben ser tomadas en consideración figuran:

- Climatología: este factor va a determinar el número de días de apertura del parque, lo que influirá, consecuentemente, en su nivel de ingresos. La opción por regiones con climas agradables es decisiva en la medida en que favorece un mayor tiempo de apertura del complejo, afluencia de visitantes y una mayor rentabilidad.
- Proximidad a ciudades con altas densidades de población: esta variable está relacionada con la anterior. Como hemos señalado, a largo plazo será la población más cercana (la población local) quién consuma este producto de forma periódica, por lo que la cercanía a ciudades altamente pobladas representa un punto clave para la funcionalidad del parque. En último término, es esencial situarse en una localización con un importante hinterland o área de dependencia. Utilizando la terminología christalleriana, en razón de su baja frecuencia de uso, el coste de la actividad y el carácter “sofisticado” de la atracción se trata de un bien típicamente central (Blair, 1995).
- Inmediación a destinos turísticos: además de la población local, los complejos dependen de la existencia de un importante volumen de población flotante ya que deben intentar atraer al mayor número posible de visitantes. Porello, una ubicación próxima a grandes ciudades turísticas es otro punto estratégico determinante. De esta forma deben tratar de integrarse en una oferta de destino atractiva y más amplia.
- Red de comunicaciones: la disponibilidad de una red adecuada de transportes aéreos y terrestres, facilitan la accesibilidad de los visitantes al complejo y amplía el cono de demanda. La proximidad a aeropuertos, las buenas conexiones de desplazamiento hasta el parque temático

(comodidad, rapidez, frecuencia y amplitud de horarios) y un coste económico, son factores esenciales para obtener visitantes.

- Espacio físico: el espacio geográfico y todos sus componentes deben ser evaluados con el objetivo de delimitar las ventajas y desventajas que aporta un determinado elemento y adaptarnos a ellas. Por ejemplo, la existencia de un lago en un terreno de interés puede resultar una desventaja para el diseño que teníamos previsto, pero también puede suponer un gran beneficio si adaptamos el diseño del parque temático al lago y lo aprovechamos para determinadas atracciones.

- b. En lo relativo a la financiación del proyecto y la cadena de valor, proporcionar un producto temático requiere un gran volumen de inversión en atracciones, seguridad y servicios. Para rentabilizar todo esto, todo complejo debe lograr una elevada afluencia de visitantes, por lo que se debe facilitar el acceso al mismo con un coste de entrada asequible (un mayor número de visitantes implica un mayor nivel de consumo). Es decir, la rentabilidad proviene del consumo dentro del complejo, por lo que el coste de entrada debe ser simbólico o, al menos, no debe ser disuasorio y debe optarse por extender al máximo las posibilidades alternativas de generación de ingresos.

- c. Entre los factores contextuales o de entorno nos encontraremos con un amplio conjunto de condicionantes que pueden resultar decisivos. En este sentido, como veremos, el sector se caracteriza por una necesidad de adaptación, ya que cualquier cambio que se produzca conlleva efectos en todos los componentes del sector. La realización de constantes análisis previsionales es



esencial en el éxito de cualquier proyecto. Entre estas variables podemos destacar tanto variables de carácter coyuntural como estructural:

- Población: la población es susceptible de sufrir económicos o socioculturales que podrían alterar los hábitos de compra o de consumo, por tanto, el producto deberá adaptarse a las nuevas necesidades creadas.
- Aparición de nuevos agentes empresariales: como en cualquier otro sector, el entorno competitivo es clave, los agentes existentes en el mercado y los que puedan surgir en un futuro (competencia directa u otras áreas recreativas). Por tanto, todo complejo deberá estar en constante alerta para adaptar su política de actuación a la irrupción o potencial irrupción de nuevos agentes y estrategias de los existentes.
- Renovación del producto ofertado: un producto que vende sensaciones y experiencias necesita evolucionar para satisfacer a una demanda exigente, por lo que es imprescindible invertir en innovación y tecnología. El objetivo es ofrecer nuevas atracciones y experiencias creando una nueva necesidad de consumo, atrayendo así a nuevos visitantes y fomentando la repetición de la visita.

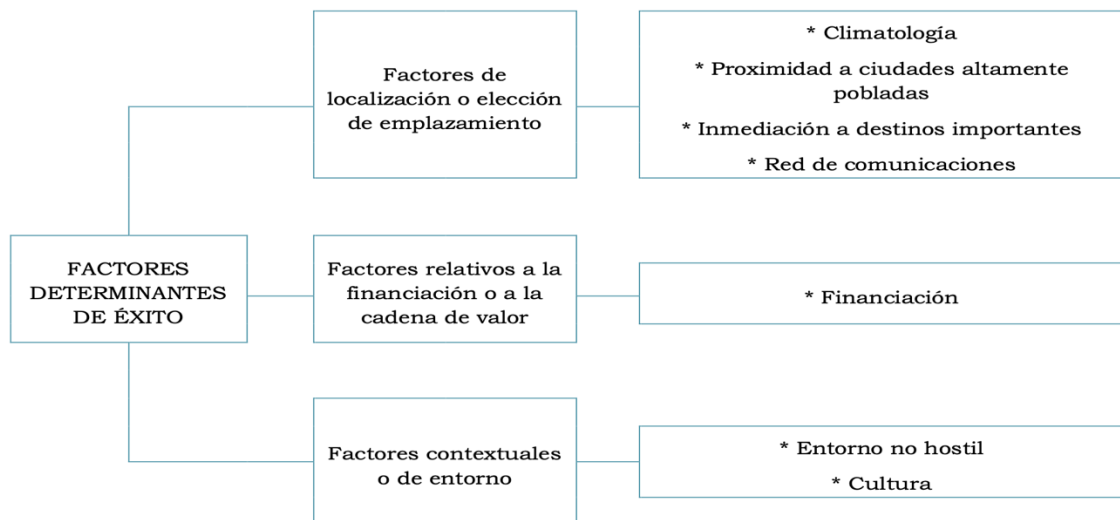
No obstante, las variables previas son de carácter cíclico o coyuntural, dentro de las variables de entorno nos encontramos también con otras de carácter estructural y que pueden condicionar de forma decisiva el resultado del proyecto.

- Entorno no hostil: es imprescindible seleccionar una región y una población que no presenten hostilidad hacia el producto que se va a ofrecer. Esto permite obtener un entorno receptivo a la actividad que se va

a desarrollar, facilitando así su inserción en la actividad económica y turística de la zona.

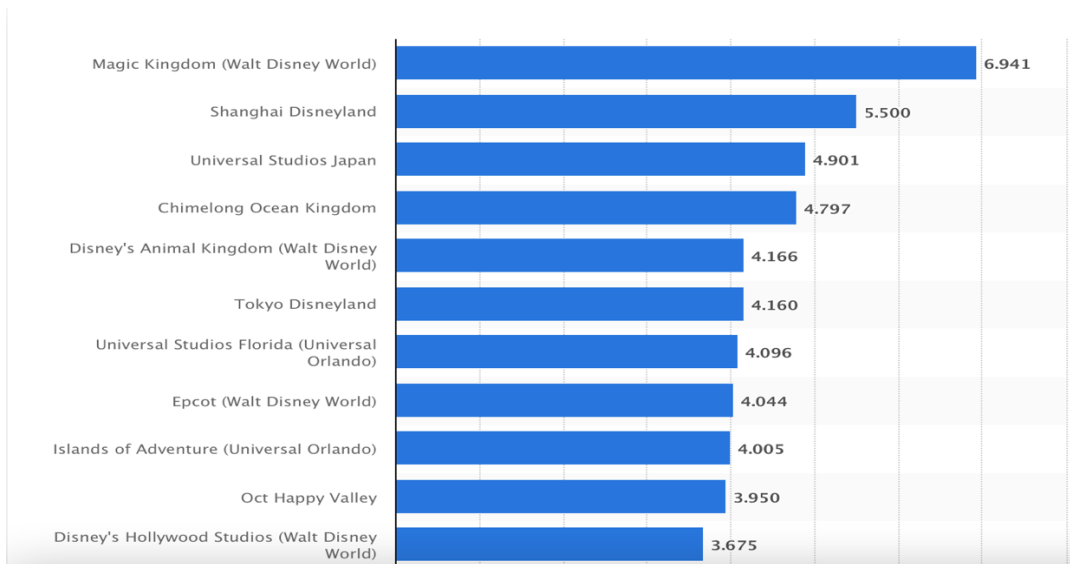
- Cultura de la región: la cultura y el carácter de la población afectada influirá significativamente sobre la curva del ciclo de vida del parque. A largo plazo, serán los habitantes locales los que determinarán la supervivencia del complejo, por ello el producto debe adaptarse, en la medida de lo posible, a los hábitos o costumbres que presente este ámbito de influencia.

**Esquema 1:** Factores determinantes de éxito de los parques temáticos



Fuente: Agraso (2019, p. 25)

### I.III PARQUES TEMÁTICOS EN EL MUNDO



Parques de diversiones más visitados en el mundo en el 2020

Fuente: Díaz. (2020). Ranking de parques de atracciones más visitados del mundo en 2020. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/594678/los-parques-de-atracciones-mas-visitados-del-mund/>

### WALT DISNEY WORLD

Miller (2011, p. 6) Mucha gente ve el parque temático de Disneyland como el mayor logro de Walt. Inaugurado en 1955, tomó al mundo por asalto, como "el lugar más feliz de la Tierra". Sin embargo, fue solo el comienzo de sus visiones de parques temáticos, la mayoría de las cuales nunca se realizaron debido a su prematura muerte. Murió abruptamente de cáncer de pulmón, a la edad de 65 años, antes de haber desarrollado adecuadamente un sucesor capaz. Walt tenía tantos proyectos todavía en proceso y tanta creatividad restante, que solo podemos preguntarnos qué otras visiones asombrosas podrían haber traído a la vida este gran hombre, de haberlo hecho unos años más adelante.

Walt Disney World Resort es el complejo de parques temáticos más famoso del mundo. El primer parque se inauguró el 1 de octubre de 1971, más de 10 años después de la muerte de Walt Disney, su creador.

Considerado en todas las listas como el mejor parque de atracciones del mundo. Walt Disney World es también el parque de atracciones más visitado y grande del mundo. El parque está compuesto por cuatro parques temáticos, incluyendo Magic Kingdom y Epcot, dos parques acuáticos y 24 hoteles. El sueño de adultos y niños.

## **LISEBERG**

Úbeda (2018) El parque, en general, está considerado como el tercer mejor parque de Europa según los premios otorgados por la revista Kirmes Park Revue. En otros premios, los Park World Excellence Awards, la nueva montaña rusa llamada Valkyria donde te lanzan a 105 km/h (que aun estaba en construcción cuando visitamos el parque por última vez en nuestro viaje de un mes por Suecia en verano) se llevó el premio a montaña rusa del año.

Liseberg está situado en un lugar emblemático en el cruce de calles Korsvägen frente a las imponentes torres del hotel Gothia Towers. Los suecos acuden en masa a este lugar para divertirse subiéndose a las montañas rusas, viendo los eventos que programan o disfrutando de ver como las atracciones pensadas para los más pequeños en la parte del parque llamada Kaninlandet – el país de los conejos – hacen su efecto.

Liseberg abre sus puertas cada temporada a finales del mes de abril listo para acoger a las multitudes de suecos y turistas que han estado esperando para divertirse a la intemperie.

Cuanto más apreta el calor más ganas dan de subirse a las montañas rusas que tiene, así como a las atracciones de agua.

## **DOLLYWOOD THEME PARK**

Pigeon Forge Tennessee (2021) Considerado uno de los principales parques temáticos del mundo, Dollywood de Dolly Parton cuenta con emocionantes atracciones, deliciosos platos y entretenimiento estelar, todo ello rodeado de impresionantes vistas de las Grandes Montañas Humeantes.

Cuando se trata de entretenimiento emocionante para todas las edades, el parque alberga más de 40 juegos mecánicos y atracciones que incluyen:

- Lightning Rod, la montaña rusa de madera más rápida del mundo
- Wild Eagle, la primera montaña rusa del país
- FireChaser Express, la primera montaña rusa familiar de doble lanzamiento del país
- Otras atracciones fantásticas incluyen Mystery Mine, Blazing Fury, Barnstormer, Daredevil Falls, Thunderhead y más
- Feria del campo de Dollywood, un área especialmente diseñada para niños

Además de entretenimiento incomparable durante todo el año y comida deliciosa, Dollywood acoge cinco de los festivales más grandes del Sur. Festival of Nations es una celebración multicultural fascinante que presenta música, danza, comida y arte tradicionales de naciones de todo el mundo.

| <b>Cuadro comparativo Parques Temáticos</b> |                                    |                                                                                                            |                                                      |
|---------------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>Parques Temáticos</b>                    | <b>Valor boleto</b>                | <b>Ubicación / Horario</b>                                                                                 | <b>Atracciones famosas</b>                           |
| <b>Walt Disney World</b>                    | Adulto \$150 USD<br>Niño \$144 USD | Orlando<br>9:00 a.m. / 9:00 p.m.                                                                           | Space Mountain<br>Haunted Mansion<br>Spaceship Earth |
| <b>Liseberg</b>                             | \$51 USD                           | Gotemburgo, Suecia<br>Jueves – viernes 3:00 p.m. / 11:00 p.m.<br>Sábado – Domingo<br>12:00 p.m. / 11:00pm. | Helix<br>Balder<br>Flumeride                         |
| <b>Dollywood</b>                            | \$84 USD                           | Tennessee<br>10:00 a.m. / 9:00 p.m.                                                                        | Wildwood Grove<br>Mystery Mine<br>Blazing Fury       |

Fuente: Elaboración propia

## **I.IV PARQUES DE DIVERSIONES EN REPÚBLICA DOMINICANA**

### **IGUANA PARK**

Periódico El Nacional (2008), El parque Iguana Park estaba ubicado en los terrenos del antiguo aeropuerto de Herrera, el mismo cuenta con variedad de juegos mecánicos y eléctricos. Entre estos, se destacan el martillo, la ruleta rusa, carritos chocones, caballitos y la estrella, entre otros de igual demanda por los usuarios. El parque cuenta con 30 atracciones disponibles en un área de 60 mil metros cuadrados, los ejecutivos de Iguana Park, encabezados por Jorge Suriel, dieron formal apertura a una de las actividades más esperadas por la familia dominicana: el parque de entretenimientos Iguana Park.

En la apertura del evento, Jorge Suriel destacó que Iguana Park está considerado como uno de los parques de diversión más completos y de mayor trayectoria internacionalmente en todo el mundo, y tenerlo en República Dominicana es un gran logro. En el cierre de cada semana se exhibía un espectáculo de fuegos artificiales.

## **MANATI PARK**

Según la página web Manatí Park: “Manatí Park es el parque temático de Punta Cana más divertido. Podrás vivir experiencias increíbles junto a los animales autóctonos y conocerás de cerca una de las culturas más fascinantes del Caribe: los taínos. Las actividades están pensadas para toda la familia.

Se puede elegir entre los programas de visita al parque, que incluyen espectáculos de animales (delfines, leones marinos) y cultura autóctona, así como el programa estrella de Manatí Park. El parque brinda una experiencia inolvidable de la mano de los taínos y su fascinante cultura precolombina, junto con los delfines, loros, leones marinos, caballos y todo tipo de animales autóctonos.

## **SCAPE PARK**

El parque se encuentra dentro de Cap Cana Resort, ubicado en Los Establos, Punta Cana. Scape Park es la fusión perfecta entre diversión y relación para toda la familia. Este reconocido parque temático reúne actividades turísticas, deportivas, culturales y de entretenimiento, con una infraestructura envidiable y llena atracciones indescritibles que te dejarán deseando repetir la experiencia. Además, se pueden programar actividades VIP fuera del parque: catamaranes, pesca, kayaks, caballos, vela, buceo, snorkel, trampolín y mucho más.

## II. MARCO JURÍDICO

**LA LEY ORGANICA DE TURISMO No.541, DEL 31 de DICIEMBRE DEL 1969, MODIFICADA POR LE LEY NO.84, DEL 26 DE DICIEMBRE DEL 1979.**

Mediante esta ley se coordina y controla las actividades del sector turismo, que son consideradas como un factor determinante en el desarrollo económico y social del país.

Con respecto a los parques temáticos la Ley Orgánica de Turismo No. 541 se encarga de los siguientes parámetros:

- Autorizar la instalación y operación de los parques temáticos en todo el país.
- La empresa que opere un parque deberá observar y garantizar la implementación de todas las normas higiénico-sanitarias y de seguridad en sus instalaciones.
- La licencia tiene una duración de dos (2) años, a partir de la fecha de su emisión; pudiendo ser renovada por periodos iguales, luego de cumplir con los requisitos a tales fines exigidos.
- La Secretaria de Estado de Turismo se reserva el derecho de suspender temporalmente o cancelar las licencias de operación emitidas, en caso de violación a las normas aquí establecidas y a las demás leyes que regulan la operación turística en el país.



### **III. ORGANISMOS DE APOYO**

#### **Ministerio de Turismo**

El Ministerio de Turismo de la República Dominicana es la entidad catalizadora del Sector Turístico en el país. Posee varias funciones dentro de ellas está: Encargarse de otorgar licencias a los parques temáticos, es un servicio gratuito. Además, esta entidad se encarga de autorizar cualquier permiso turístico a los parques, siempre velando por el buen cumplimiento de las leyes turísticas.

#### **Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales**

El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales es el Organismo encargado de elaborar, ejecutar y fiscalizar las políticas nacionales sobre medio ambiente y recursos naturales, promoviendo y estimulando las actividades de preservación, protección, restauración y uso sostenible de los mismos. Este organismo se encarga de velar por la protección de los recursos naturales, va muy de la mano con la Ley Orgánica del Turismo No. 541.

### **IV. PLAN DE NEGOCIOS**

Según Wenberger ( p. 33) El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán “amigable” contenido se refiere al

plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado.

Según Fleitman (2013, p.1) Un plan de negocios es un instrumento clave y fundamental para el éxito de los emprendedores y empresarios. Es un documento estratégico indispensable, ya que no es posible emprender o crecer un negocio con éxito sin tener un plan detallado. Es una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o crecimiento de una empresa con un sistema de planeación tendiente alcanzar objetivos y metas determinadas.

Es una guía para el inicio de operaciones y el desarrollo de las actividades de una empresa. Tiene como objetivo tener un conocimiento amplio de la empresa o el proyecto que se pretende iniciar.

### **CARACTERÍSTICAS DEL PLAN DE NEGOCIOS**

Según Fleitman (2013, p.3) Las características que debe de poseer un plan de negocios son las siguientes:

- Nombrar un coordinador responsable de su ejecución
- Definir diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazos.
- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para medir avances y logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en la ejecución.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.

- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Tener programas con actividades, personal responsable, recursos financieros y técnicos disponibles para su realización.
- Ser claro, conciso, concreto e informativo.

## **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Este proyecto pretende presentar a las organizaciones de turismo nacionales las oportunidades que tiene el turismo de atracciones en el país, los beneficios de este a nivel mundial. Planteará las acciones que se pueden llevar a cabo para impulsar este tipo de turismo en el país, desarrollando nuevas estrategias. Asimismo, mostrará como el turismo de atracciones puede impulsar la demanda turística a nivel internacional, aumentando la llegada de turistas.

### **Metodología para recoger los datos:**

- Encuestas a personas, mayores de 18 años, que hayan visitado un parque de diversión anteriormente.
- Artículos acerca de parque de diversiones en periódicos de turismo, tales como: Hosteltur y demás.
- Libros que narren acerca de parque temáticos en diferentes países.
- Páginas web de parque de atracciones, tales como: Six Flags, Dollywood, y demás.

### **Metodología para analizar los datos:**

Los datos se analizarán con las respuestas de la encuesta, esto se analizará dependiendo la cantidad de encuestados y el resultado dependiendo la pregunta, además se analizarán las opiniones de diferentes autores y diferentes páginas de parques de diversiones.

## ENCUESTA

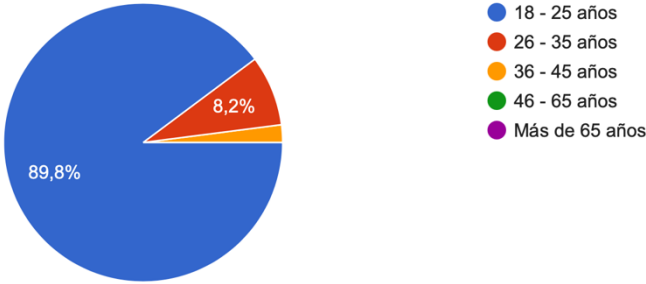
| ENCUESTA                                                                                                                                                                                                                    |                     |                         |                      |                         |                             |               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------|-----------------------------|---------------|
| Datos Personales                                                                                                                                                                                                            |                     |                         |                      |                         |                             |               |
| Pregunta                                                                                                                                                                                                                    | Respuestas          |                         |                      |                         |                             |               |
| Edad                                                                                                                                                                                                                        | 18-25               | 26 – 35                 | 36 – 45              | 46 – 65                 | Más de 65                   |               |
| Sexo                                                                                                                                                                                                                        | Femenino            |                         |                      | Masculino               |                             |               |
| Nivel de Ingreso Familiar                                                                                                                                                                                                   | Menos 10,000        | 10,000 - 30,000         | 30,000 - 50,000      | 50,000-70,000           | 70,000 - 90,000             | Más de 90,000 |
| Datos Generales                                                                                                                                                                                                             |                     |                         |                      |                         |                             |               |
| Según Agraso (2019, p.18), La tendencia del momento es el disfrute de las emociones (Bordas, 2003:2), y los parques temáticos constituyen el producto perfecto para cubrir esta demanda de nuevas experiencias emocionales. |                     |                         |                      |                         |                             |               |
| ¿Usted sabe que es un parque temático?                                                                                                                                                                                      | Si                  |                         | No                   |                         | Tal vez                     |               |
| ¿Ha visitado algún parque temático?                                                                                                                                                                                         | Si                  |                         | No                   |                         | Tal vez                     |               |
| ¿Por cual motivo visitaría un parque temático?                                                                                                                                                                              | Diversión           | Compartir con amigos    | Conocer la cultura   |                         | Distraer las preocupaciones |               |
| ¿Qué monto estaría dispuesto a pagar por acceder a un parque temático?                                                                                                                                                      | Menos de RD\$ 1,000 | RD\$ 1,000 – RD\$ 1,500 |                      | RD\$ 1,500 – RD\$ 2,000 | Más de RD\$ 2,000           |               |
| ¿Qué tiene más presente al visitar un parque temático?                                                                                                                                                                      | Atracciones         | Alimentos y Bebidas     | Limpieza / Seguridad |                         | Servicio al cliente         |               |
| ¿Con quien visitaría un parque temático?                                                                                                                                                                                    | Amigos              | Pareja                  | Familiares           |                         | Compañeros de trabajo       |               |
| ¿Qué otro establecimiento le                                                                                                                                                                                                | Tienda de souvenir  | Spa                     | Alojamiento          |                         | Restaurantes típicos        |               |

|                                                                                                                           |                       |            |                          |                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------|--------------------------|-------------------|
| <b>gustaría ver en un parque temático?</b>                                                                                |                       |            |                          |                   |
| <b>¿Considera que República Dominicana cuenta con escenarios de diversión suficientes para el fomento del turismo?</b>    | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Totalmente en desacuerdo | Desacuerdo        |
| <b>¿Piensa usted en la oportunidad de crear un parque temático en República Dominicana?</b>                               | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Totalmente en desacuerdo | Desacuerdo        |
| <b>¿Considera que la creación de un parque temático en República Dominicana beneficia el turismo?</b>                     | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Totalmente en desacuerdo | Desacuerdo        |
| <b>¿En qué región de República Dominicana considera que debería estar localizado el parque temático?</b>                  | Región Norte o Cibao  | Región Sur | Región Este              | Distrito Nacional |
| <b>¿Le gustaría que el parque ofreciera paquetes turísticos que incorporen otros servicios?</b>                           | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Totalmente en desacuerdo | Desacuerdo        |
| <b>¿Le gustaría ver representaciones dominicanas en shows (bailes folclóricos, interpretación de cuentos dominicanos,</b> | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Totalmente en desacuerdo | Desacuerdo        |

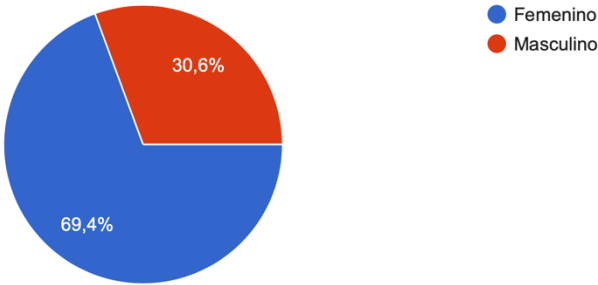
|                                      |  |  |  |  |
|--------------------------------------|--|--|--|--|
| <b>artistas nacionales en vivo)?</b> |  |  |  |  |
| <b>COMENTARIOS:</b>                  |  |  |  |  |

**ENCUESTA A TURISTAS Y LOCALES QUE HAN VISITADO UN PARQUE DE  
DIVERSIÓN**

**Edad**  
49 respuestas

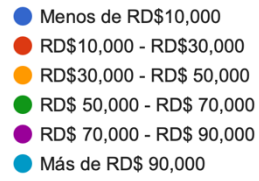
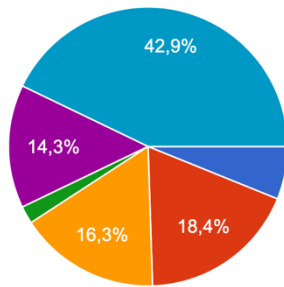


**Sexo**  
49 respuestas



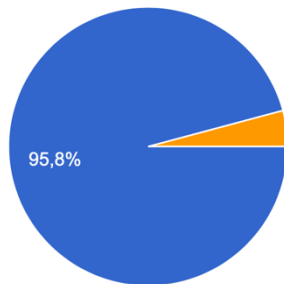
### Nivel de ingreso familiar

49 respuestas



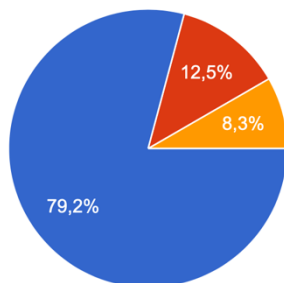
### 1. ¿Usted sabe que es un parque temático?

48 respuestas



### 2. ¿Ha visitado algún parque temático?

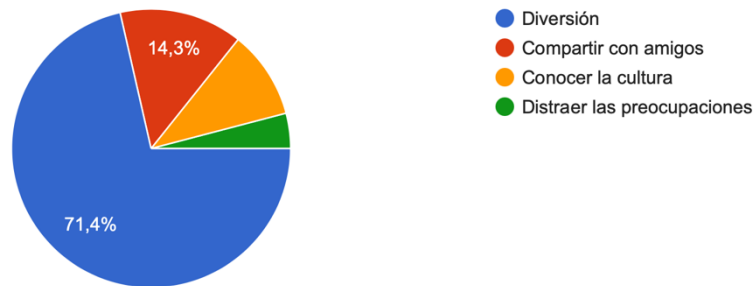
48 respuestas





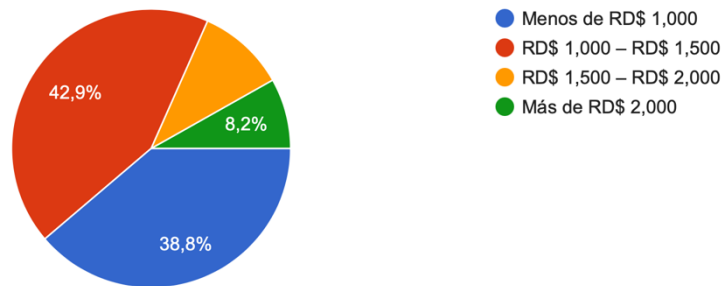
### 3. ¿Por cual motivo visitaría un parque temático?

49 respuestas



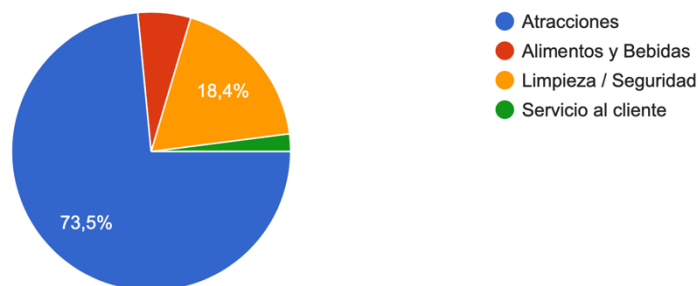
### 4. ¿Qué monto estaría dispuesto a pagar por acceder a un parque temático?

49 respuestas



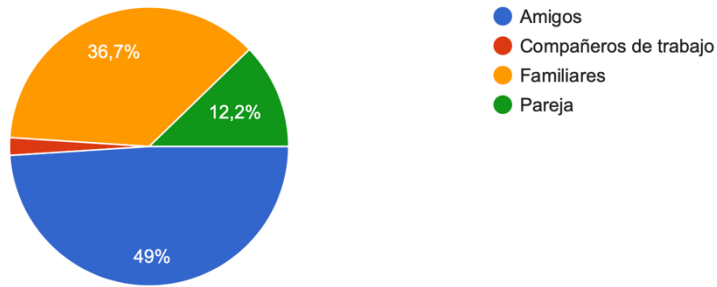
### 5. ¿Qué tiene más presente al visitar un parque temático?

49 respuestas



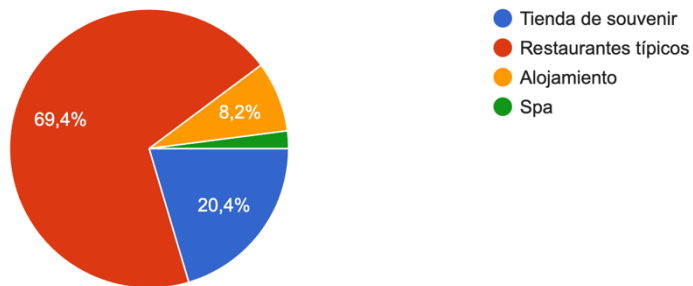
6. ¿Con quien visitaría un parque temático?

49 respuestas



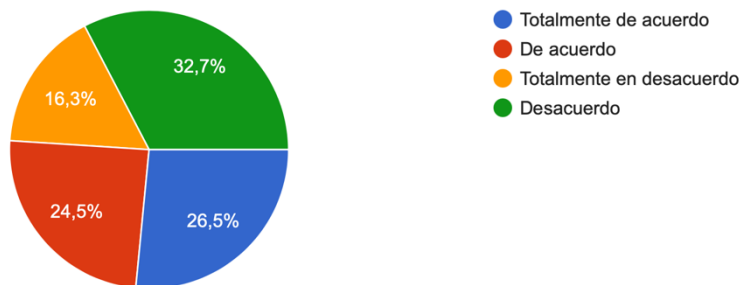
7. ¿Qué otro establecimiento le gustaría ver en un parque temático?

49 respuestas

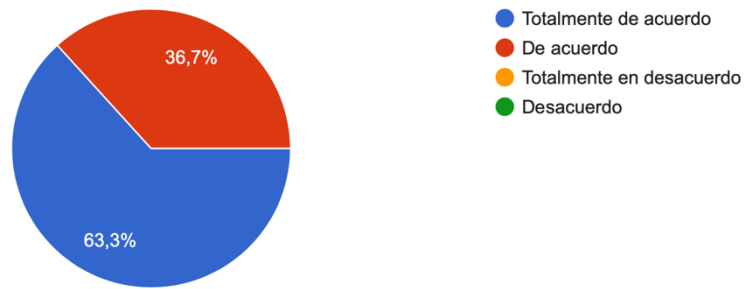


8. ¿Considera que República Dominicana cuenta con escenarios de diversión suficientes para el fomento del turismo?

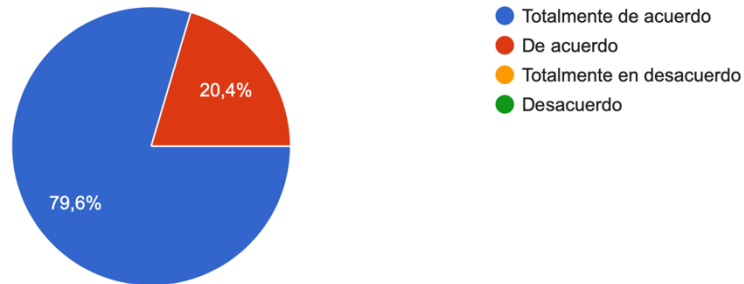
49 respuestas



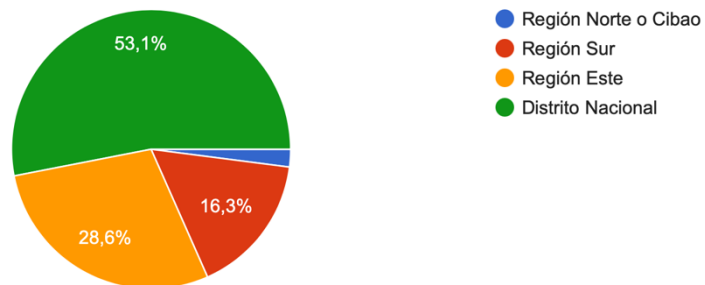
9. ¿Piensa usted en la oportunidad de crear un parque temático en República Dominicana?  
49 respuestas



10. ¿Considera que la creación de un parque temático en República Dominicana beneficia el turismo?  
49 respuestas

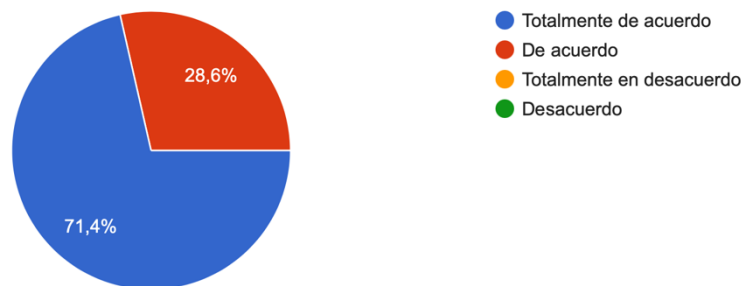


11. ¿En qué región de República Dominicana considera que debería estar localizado el parque temático?  
49 respuestas



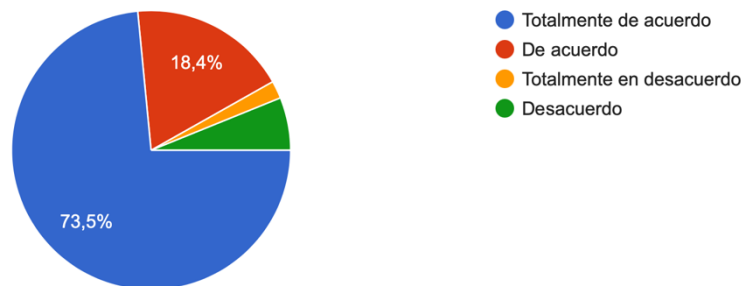
12. ¿Le gustaría que el parque ofreciera paquetes turísticos que incorporen otros servicios?

49 respuestas



13. ¿Le gustaría ver representaciones dominicanas en shows (bailes folkloricos, interpretación de cuentos dominicanos, artistas nacionales en vivo)?

49 respuestas



## **ANALIZAR/HALLAZGOS, DISCUSIÓN**

La encuesta fue realizada por turistas y locales que han visitado y quieren visitar un parque temático. La encuesta fue realizada por un total de 49 personas, dentro de estas el 89.8% eran personas de 18-25 años, 8.2% personas de 26-35 años de edad y por último 2% 36-45. En su mayoría eran mujeres siendo 69.4% féminas y 30.6% del sexo masculino. El nivel de ingreso fue muy diverso, el 42.9% obtienen mas de RD\$90,000, siguiendo por 18.4% que obtienen dentro de RD\$10,000 – RD\$30,000. Luego el 16.3% obtienen un ingreso de 30,000 – 50,000, el 14.3% con ingresos de 70,000 – 90,000. El 6.1% obtiene un ingreso de menos de RD\$10,000, y por último el 2% con ingreso de RD\$50,000 – RD\$70,000.

En los datos generales de la empresa el 95.8% sabe lo que es un parque temático, mientras que el 4.2% contesto tal vez, en su mayoría tienen conocimiento de lo que es un parque temático.

El 79.2% de los encuestados han visitado parques temáticos, el 12.5% no han visitado parques temáticos y el 8.3% tal vez lo ha visitado. Los motivos por los que visitan los parques temáticos en su mayoría es por diversión ya que 71.4% de los encuestados colocó esta respuesta, el 14.3% lo visita por compartir con los amigos, el 10.2% conocer la cultura y 4.1% lo visita para distraer las preocupaciones.

Con respecto a los precios que estarían dispuesto a pagar, el 42.9% estaría dispuesto a pagar un monto de RD\$1,000 – RD\$1,500. Siguiéndolo el 38.8% dispuesto a pagar menos de RD\$1,000. El 10.2% RD\$1,500 - RD\$2,000. El 8.2% más de RD\$2,000.

Los encuestados a la hora de visitar un parque temático tienen más presente las atracciones siendo el 73.5%, siguiéndolo por la limpieza/seguridad con un 18.4%, los alimentos y las bebidas un 6.1% y el servicio al cliente un 2%.

Según los encuestados, el 49% visitaría el parque con los amigos, el 36.7% con los familiares, el 12.2% con la pareja y el 2% con los compañeros de trabajo. La mayoría lo visitaría con amigos ya que es un lugar de diversión.

Se puede observar que el 69.4% le gustaría ver restaurantes típicos en el parque, el 20.4% le gustaría ver tienda de souvenir, el 8.2% alojamiento, y en su minoría el 2% spa.

Un 32.7% de los encuestados están en desacuerdo en que la República Dominicana cuenta con escenarios de diversión suficiente para el fomento del turismo, un 26.5% está totalmente de acuerdo, siguiendo con 24.5% que están de acuerdo, y por último 16.3% totalmente en desacuerdo.

El 63.3% de los encuestados están totalmente de acuerdo en la oportunidad de crear un parque temático en República Dominicana, el 36.7% están de acuerdo. De la misma manera, el 79.6% están totalmente de acuerdo con que la creación del mismo beneficia el turismo. El 20.4% está de acuerdo.

Se puede observar que el 53.1% de los encuestados consideran que el Distrito Nacional es la mejor localización para el parque temático. El 28.6% considera que es la Región Este, el 16.3% la Región Sur y por último el 2% la Región Sur.

El 71.4% de los encuestados está totalmente de acuerdo con que se ofreciera paquetes turísticos que incorporen otros servicios y el 28.6% está de acuerdo.

En cuanto a si le gustaría ver representaciones dominicanas en shows (bailes folclóricos, interpretación de cuentos dominicanos, artistas nacionales en vivo), el 73.5% de los encuestados está totalmente de acuerdo, el 18.4% de acuerdo, el 6.1% desacuerdo y por último el 2% totalmente en desacuerdo.

Luego de analizar las respuestas obtenidas se considera que los turistas y locales están aceptarían la implementación de un parque temático en el país, visitarían el mismo y compartirían con amigos.

## **PROPUESTA**

Luego de analizar los resultados de la encuesta y las teorías mencionadas anteriormente, los parques temáticos benefician el turismo, hoy en día están en auge, por lo que un parque temático beneficiaría el turismo dominicano, en el mismo se implementaría actividades típicas del país, para resaltar la cultura. Y se apoyaría a los pequeños negocios, utilizando stands, en los que podrán colocar sus productos, mercancías y demás. Por consiguiente, es muy importante la implementación de un parque temático, por esto se establecen las siguientes estrategias:

### **SOLUCIONES ALTERNATIVAS:**

- Implementar un parque por una temporada.
- Realizar actividades de ocio al aire libre.
- Hacer festivales de juegos típicos dominicanos.
- Realizar un plan para captar la atención de los turistas.

### **POSIBLES ESTRATEGIAS:**

- Colocar stands para las pequeñas empresas, de esta manera se venderán productos típicos del país y se apoyarían los emprendedores.
- Crear paquetes en el parque, estos paquetes incluirán transporte, alimentos y bebidas y atracciones, para que el turista pueda tener todo en un solo boleto.
- Comercializar las demás alternativas de ocio del país, de esta manera se impulsa el turismo de aventura.
- Generar reportes de los turistas que visitan los lugares de ocio, como parques, festivales y demás ofertas.



- Planes de fidelización en el cual el cliente puede adquirir puntos por las compras.
- Realizar campañas con influencer, los influencers publicarán contenido del parque temático en sus redes sociales lo cual captará la atención de los turistas.

## **PLAN DE NEGOCIOS**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

El parque temático “ ZUN ZUN PARK “ , es un parque temático en el cual se mostrará la cultura dominicana, los bailes típicos, la comida tradicional y demás a través de la diversión. Estará ubicado en el Distrito Nacional, República Dominicana. Para este proyecto es necesaria una inversión de RD\$2.209.040,00, lo que corresponde a personal, atracciones, mercadeo y demás actividades.

### **TIPO DE NEGOCIO**

Los parques temáticos pertenecen al sector turístico, específicamente la industria de las atracciones, la cual actualmente ha registrado bastante crecimiento en los últimos años.

Según Villareal (2020) La industria de los parques temáticos se las prometía felices en el arranque de 2020 a la vista de una curva de crecimiento sostenido en los últimos años.

Un mercado claramente al alza en el que los diez principales grupos del sector aglutinaron a más de 500 millones de usuarios. Los 25 parques más visitados del mundo habían superado la barrera de los 250 millones de personas.

## **NOMBRE DEL NEGOCIO, LOGO**

ZUN ZUN PARK



Fuente: Elaboración propia.

## **MISIÓN**

Ofrecer un ambiente familiar para todos los visitantes a través de vivencias creativas, únicas, tomando en cuenta los estándares de seguridad, mejorando cada día.

## **PRODUCTO O SERVICIO**

- Atracciones extremas, como montañas rusas.
- Establecimientos de comida típica dominicana, las personas van a poder disfrutar de la gastronomía dominicana.
- Museo en el cual se estarán mostrando obras por temporadas.
- Espacios al aire libre en el cual las familias se podrán sentar a conversar, comer.
- Tienda de obsequios como las maracas, llaveros de tambor y demás.

## **OBJETIVOS A CORTO PLAZO**

- Promocionar en el mercado local los productos y servicios que se ofrecerán en el parque temático.

- Captar la atención de la mayor cantidad posible de turistas internacionales, mostrando las actividades que se realizarán dentro del parque en los primeros tres meses.
- Lograr una venta del 65% los fines de semana.

### **OBJETIVOS A LARGO PLAZO**

- Ser una empresa socialmente responsable, a través de la realización de eventos sostenibles.
- Crear asociaciones con hoteles para que de esta manera se creen paquetes que incluyan todas las ofertas turísticas.
- Innovar en las atracciones y actividades, como realizar eventos internacionales contando con la colaboración de patrocinadores.

### **OBJETIVOS DE EDUCACIÓN Y ENTRENAMIENTO**

- Formar al personal para la buena operación de las atracciones y que trabajen de manera organizada.
- Proporcionar oportunidades de crecimiento profesional y personal.
- Crear un ambiente de trabajo participativo entre los colaboradores.

### **OBJETIVOS PERSONALES Y HABILIDADES**

- Escuchar de manera activa a los clientes para poder satisfacer sus necesidades.
- Tomar los cursos de capacitaciones que se impartirán en la empresa.
- Hacer la mayor cantidad de ventas posibles por cada uno de los colaboradores.

## FODA

| FORTALEZAS                                                     | DEBILIDADES                                                                           |
|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Mucha cultura e historia que mostrar en el país.               | Poco presupuesto para la implementación del parque.                                   |
| Área para la implementación del parque cercana a la ciudad.    | El precio no puede ser muy elevado, ya que el público no estaría dispuesto a pagarlo. |
| Ofrece diversidad en las atracciones.                          | Los costos son muy elevados para poner en marcha el negocio.                          |
| Innovación en las atracciones.                                 |                                                                                       |
| OPORTUNIDADES                                                  | AMENAZAS                                                                              |
| Alianzas con entidades públicas como el Ministerio de Turismo. | Poca seguridad en el país, por lo que las personas no se sienten seguras.             |
| Fomento al turismo de aventura.                                | Vías de transporte en mal estado.                                                     |
| Beneficio económico a la comunidad. (empleos)                  |                                                                                       |
| Nuevo espacio de diversión para los colegios, familias...      |                                                                                       |
| Posibles franquicias en otras ciudades del país.               |                                                                                       |
| La ciudad de Santo Domingo es turística.                       |                                                                                       |

Fuente: Elaboración propia.

## ESTRUCTURA LEGAL

La estructura legal del parque temático ZUN ZUN PARK, se enmarcará dentro de una sociedad de Responsabilidad Limitada. La cual tiene como características (Valdez, 2017):

- La administración está a cargo de uno o más gerentes.
- Se forman con un mínimo de dos accionistas y un máximo de 50.
- Tendrán un capital social autorizado mínimo de RD \$100,000 pesos.

- El capital social deberá ser enteramente suscrito y pagado al momento de su constitución y depositado en una entidad de intermediación financiera, de manera previa a su matriculación en el Registro Mercantil.
- Las cuotas sociales, en principio, no pueden ser cedidas libremente.
- La responsabilidad de los socios está limitada al monto de sus aportes a la sociedad.
- Forma societaria ideal para la pequeña y mediana empresa, y los negocios de familia.

Mencionado todo lo anterior la empresa quedará constituida como ZUN ZUN PARK S.R.L.

## **PERMISOS**

**Licencia Parques Temáticos de Persona Moral:** Las licencias tienen una duración de 2 años y para obtenerlas se debe de dirigir una carta al Ministro de Turismo. La misma debe indicar el nombre de la compañía, actividad a operar, dirección del centro de operación, número de teléfono, así como el correo electrónico. Dicha instancia deberá estar firmada por el propietario (gerente) y/o por su representante debidamente acreditado, mediante poder notariado y legalizado. Depositar todos los documentos de los accionistas y de la empresa. Asimismo, realizar el pago por concepto de licencia de operación mediante cheque certificado a nombre del Ministerio de Turismo, cuando así lo haya determinado dicho organismo.

## **MERCADO META**

El público del parque temático son los jóvenes de 18 – 25 años, que le guste compartir con amigos y familiares. Interesados en divertirse conociendo la cultura del país, los bailes, comidas, tradiciones, y realizar actividades extremas. Un joven con un estilo de vida activo y de constante movimiento, esto va de la mano con las experiencias y aventuras que le gusta realizar. Que sea apasionado en conocer cosas nuevas, arriesgar a nuevas aventuras. Los jóvenes, en su mayoría, son el público que tratan de buscar este tipo de establecimiento.

## **COMPETENCIA**

En República Dominicana los parques de diversiones que han existido han sido: Iguana Park, el cual no está en funcionamiento actualmente, era un parque por temporadas, el cual poseía atracciones como montañas rusas, carritos chocones y demás. Otro de los parques que han estado en el país es Manatí Park, es el parque temático de Punta Cana más divertido. Podrás vivir experiencias increíbles junto a los animales autóctonos y conocerás de cerca una de las culturas más fascinantes del Caribe: los taínos.

Actualmente en la ciudad de Santo Domingo no hay diversidad de parques temáticos que muestren la cultura del país, en la zona Este del país podemos encontrar parques temáticos que se enfocan en el trabajo sostenible, con actividades al aire libre, pero todavía no han incorporado montañas rusas.

## **VENTAJA COMPETITIVA**

ZUN ZUN PARK será el único parque temático con atracciones extremas en el Distrito Nacional. Contará con actividades como música en vivo, restaurantes típicos, juegos típicos lo que reflejará la cultura dominicana a través de la recreación.

## **ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

- Utilizar influencers para promocionar el parque a través de post e historias.
- Realizar redes sociales, en la cual se puedan observar los servicios y productos que se van a ofrecer en el parque.
- Realizar sorteos, como boletas gratis a la persona que acierte en las preguntas que se realicen.
- Elaborar paquetes que incluyan atracciones, comida y transporte, así el cliente tendrá todo por un solo precio.
- Enviar promociones mediante el correo electrónico, para mantener comunicación con los clientes y de esta manera fidelizarlos.
- Publicar videos promocionales en la plataforma de Youtube.
- Se colocará ofertas para los locales y estudiantes siempre y cuando porten un carnet para confirmar.

## **SLOGAN**

El slogan: Llenando tu vida de pura diversión, el parque se enfoca en la diversión, transmitir ese ambiente familiar, en el que las personas se unan.

## **ESTRUCTURA OPERATIVA / ORGANIZACIONAL**

Para la dirección del parque temático necesitaremos las siguientes posiciones para el buen manejo de las áreas de este:

**Gerente general:** Es el encargado de velar porque el parque esté por buen camino, supervisar todos los departamentos y tomar decisiones.

**Gerente de operaciones:** Se encarga de supervisar las atracciones, realizar planes de funcionamiento de estas. Realizar las normas que se van a poner en practica en el uso de estas.

Staff de las atracciones: Son las personas que están cara a cara con los clientes.

Dan paso a las personas hacia las atracciones.

Personal de mantenimiento: Se encargan de revisar las atracciones, y velar porque estén en buen estado.

Conserjes: Se encargan de mantener la limpieza.

**Gerente de alimentos & bebidas:** Es el encargado de establecer los protocolos en los alimentos y las bebidas. Se encarga de realizar el menú, supervisar a los demás de su departamento.

Chef: Se encarga de toda la cocina, da ordenes a los demás, prepara los alimentos.

Cocineros: Encargado de cocinar, preparar los alimentos y servirlos.

Steward: Se encarga de la limpieza de toda la cocina, lava los utensilios que se utilizan a la hora de cocinar.



**Gerente comercial:** Encargado de toda el área de mercadeo del parque. Supervisar a los de su departamento.

Coordinador de mercadeo: Se encarga de elaborar el plan de mercadeo, realizar acciones de mercadeo para promocionar el parque.

Encargado de redes sociales: Se encarga de subir las publicaciones a las diferentes redes sociales, realizan un cronograma de las diferentes publicaciones.

Vendedores: Se encargan de aumentar las ventas del parque, llevar informes de las ventas.

**Gerente administrativo:** Es el encargado de toda la finanza del parque, se encarga de elaborar los estados de cuenta y aumentar los ingresos.

Contador: Se encarga de ordenar las finanzas, gestionar las cuentas contables del parque.

Tesorero: Es el encargado de velar por la liquidez de la caja.

## **COSTOS DE INICIO**

Los costos de inicio para ZUN ZUN PARK, son todos los gastos y activos que se deben de tomar en cuenta para el proyecto, como los equipos, la nomina, los permisos y demás, para poder llevar a cabo el proyecto los costos fijos son aproximadamente RD\$2.209.040,00.

## **FUENTES DE FINANCIAMIENTO**

El financiamiento de ZUN ZUN PARK será el 40% financiación bancaria, el 40% financiación por socios tanto nacionales como internacionales y el 20% por entidades públicas relacionadas con la actividad turística como el Ministerio de Turismo.

| <b>FINANCIAMIENTO</b>             |                  |
|-----------------------------------|------------------|
| INVERSIÓN TOTAL                   | RD\$2.209.040,00 |
| Financiamiento Bancos             | 40%              |
| Financiamiento Socios             | 40%              |
| Financiamiento Entidades Públicas | 20%              |

Fuente: Elaboración propia.

### **COSTOS OPERACIONALES**

En los costos operacionales de ZUN ZUN PARK se encuentran todo el personal, el mantenimiento de las atracciones, los mismos van variando dependiendo de la época. Los costos operacionales son aproximadamente: RD\$ 843,750.00.

### **PRECIO**

Los precios fijados para ZUN ZUN PARK, en la entrada general, que incluye todas las atracciones y un servicio de alimentos y bebidas, son los siguientes:

Niños: RD\$ 1,500.00

Adultos: RD\$ 2,200.00

Estudiantes: RD\$ 2,000.00

Además de estos precios se implementarán ofertas de introducción, como 2x1, precios especiales para los locales, cupones para alimentos y otras ofertas.

## **PRESUPUESTO**

| <b>ZUN ZUN PARK</b>                                  |                             |
|------------------------------------------------------|-----------------------------|
| <b>Presupuesto general El mundo de las aventuras</b> |                             |
| <b>Diciembre 2021</b>                                |                             |
| <b>Pesos dominicanos (RD\$)</b>                      |                             |
| <b>Requerimiento</b>                                 | <b>Recursos financieros</b> |
| Personal (Sueldos de todo el personal del parque)    | RD\$632.050,00              |
| Equipamiento (Atracciones, licencias)                | RD\$1,393.010,00            |
| Infraestructura (Alquiler, electricidad, basura)     | RD\$91.700,00               |
| Mercadeo en redes sociales                           | RD\$56.140,00               |
| Mercadeo tradicional                                 | RD\$36.140,00               |
| <b>TOTAL</b>                                         | <b>RD\$2.209.040,00</b>     |

## **RENTABILIDAD**

Es necesario que en el primer mes se tenga una venta de 1,050 boletas de adultos, los fines de semana una venta de 200 boletas de esa manera el proyecto sería rentable. Y mensualmente se obtendría un ingreso de RD\$ 2,310,000.00. Sumando los pagos de los alquileres de los stands que se pagarían por mes, teniendo una entrada extra de ingresos. Por lo que se concluye que el proyecto es rentable.

## CONCLUSIÓN

Los parques temáticos están en auge hoy en día, debido a esto la implementación de un parque temático en República Dominicana beneficiaría el país en varios renglones como, aumentar el turismo del país, de esta manera la economía crece debido a la creación de nuevos empleos y el aumento de la llegada de nuevos turistas. Un parque de diversión es un lugar donde las personas van a disfrutar, distraerse con la familia. Según Clavé (2005) los mismos deben de tomar en cuenta factores para lograr su éxito, tales como:

- Elección de emplazamiento o localización.
- Factores de financiación.
- Factores contextuales o de entorno.

Según los datos obtenidos en la encuesta implementar un parque temático en el Distrito Nacional, República Dominicana sería un gran éxito para los jóvenes, ya que la mayoría lo visitaría y compartiría en el mismo con familiares y amigos. La población dominicana no posee tantos recursos por lo que los precios van de acorde al presupuesto de la población dominicana. Para poner en práctica este proyecto se necesita una gran inversión, pero según lo estudiado y analizado hasta el momento la inversión puede generar muchos beneficios.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Agraso, A. & Pena, J. – (2019). Determinantes del éxito del turismo en parques temáticos. Un estudio comparado: Disneyland París frente a Port Aventura. Recuperado 22 septiembre 2021, de: <https://revistas.udc.es/index.php/rotur/article/view/rotur.2019.13.2.5427>
2. Alzate, A. (2019) – Plan de negocios para la creación de un parque temático equino en La Dorada, Caldas. Recuperado 5 de octubre 2021, de [https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1319&context=administracion\\_agronegocios](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1319&context=administracion_agronegocios)
3. Andrade, D. , Quiñonez, M. & Tapia, J. – (2019). El turismo de aventura: Una estrategia para la nueva ruralidad. Recuperado 22 septiembre 2021.
4. Carmona, J. , Marín, M. & Lotero, S. – (2017). Tematización de parques de diversiones como factor diferenciador para recobrar el público infantil de la ciudad de Medellín y generar mayor competitividad durante el periodo 2017-2020. Recuperado 28 septiembre de 2021, de [http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/726/2/Esumer\\_tematizacion.pdf](http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/726/2/Esumer_tematizacion.pdf)
5. Dollywood – Dollywood Theme Park. Recuperado 27 septiembre de 2021, de <https://www.dollywood.com>

6. El Nacional (2008) – Inauguran Iguana Park. Recuperado 5 octubre de 2021, de <https://elnacional.com.do/inauguran-iguana-park/>
  
7. Fleitman (2013) – Plan de negocios y planeacion estrategica. Recuperado 5 octubre de 2021, de [https://www.researchgate.net/publication/287997755\\_plan\\_de\\_negocios\\_y\\_planeacion\\_estragica](https://www.researchgate.net/publication/287997755_plan_de_negocios_y_planeacion_estragica)
  
8. Kruczek, Z. (2012) – Amusement Parks As Flagship Tourist Attractions. Development and Globalization. Recuperado 21 de septiembre 2021, de [https://www.researchgate.net/publication/233996653\\_Amusement\\_Parks\\_As\\_Flagship\\_Tourist\\_Attractions\\_Development\\_and\\_Globalization](https://www.researchgate.net/publication/233996653_Amusement_Parks_As_Flagship_Tourist_Attractions_Development_and_Globalization)
  
9. Ley No. 84. RESOLUCIÓN NO. 200/2005. SOBRE LA OPERACIÓN DE PARQUES ACUÁTICOS TEMATICOS, y/o RECREATIVOS y/o DE ATRACCIONES
  
10. Manatí Park – Manatí Nature Experience. Recuperado 27 septiembre de 2021, de <https://www.manatipark.com/es/>
  
11. Martínez, R. (2013) – Analisis comparativo de la actividad turística generada por los parques temáticos . Recuperado 29 de septiembre de 2021, de <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/5872/TFG%20-%20Regino%20Mart%C3%ADnez%20Zorita.pdf?sequence=6>

12. Matos, R. (s.f.) – Reglamentos y normas del sector turístico en RD. Recuperado 29 de septiembre de 2021, de <http://legalmatos.com/reglamentos-y-normas-del-sector-turistico-en-rd/>
  
13. Secall, R. (2001) – Nuevo segmento de turismo emergente: Los parques temáticos. Recuperado 21 septiembre de 2021, de: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/22571/21841>
  
14. Sun, L. & Uysal, M. (1994) The Role of Theme Parks in Tourism. Recuperado 21 de septiembre 2021, de <https://digitalcommons.fiu.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1231&context=hospitalityreview>
  
15. Úbeda, I. (2019) – Visita el parque de atracciones de Liseberg en Gotemburgo. Recuperado 29 de septiembre de 2021, de <https://www.sweetsweden.com/turismo-y-viajes-a-suecia/visita-el-parque-de-atracciones-de-liseberg-en-gotemburgo/>
  
16. Universidad de Sonora (2020) – Ranking de parques de atracciones más visitados del mundo en 2020. Recuperado 29 de septiembre de 2021, de <https://es.statista.com/estadisticas/594678/los-parques-de-atracciones-mas-visitados-del-mund/>

17. Weinberger, K. (2009) – Plan de negocios, Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio.. Recuperado 5 de octubre de 2021, de <https://www.nathaninc.com/wp-content/uploads/2017/10/LIBRO-PLAN-DE-NEGOCIOS-2.pdf>