

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(61)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	DIANA CAROLINA BAYONA PACHECO
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIRECTOR	MARILCE PACHECO CARRASCAL
TÍTULO DE LA TESIS	CAPACIDAD OPERATIVA DE LOS PARQUEADEROS DE OCAÑA N.S.

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

EN LA CIUDAD DE OCAÑA EXISTE UN GRAN POTENCIAL TURÍSTICO QUE DEBE SER EXPLORADO PARA SU APROVECHAMIENTO EN PRO DEL DESARROLLO DE LA REGIÓN, PARA ELLO SE HIZO NECESARIO EL ESTUDIO DE UN ACTOR IMPORTANTE QUE INFLUYE EN EL TURISMO COMO LO SON LOS PARQUEADEROS. EN LA CIUDAD EXISTEN TREINTA Y CINCO (35) PARQUEADEROS REGISTRADOS ANTE LA CÁMARA DE COMERCIO CON CAPACIDAD DE ESTACIONAMIENTO DE 1337 CARROS Y 1538 MOTOCICLETAS.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 61	PLANOS:	ILUSTRACIONES:8	CD-ROM:1
-------------	---------	-----------------	----------



CAPACIDAD OPERATIVA DE LOS PARQUEADEROS DE OCAÑA N.S.

DIANA CAROLINA BAYONA PACHECO

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OCAÑA
2015**

CAPACIDAD OPERATIVA DE LOS PARQUEADEROS DE OCAÑA N.S.

DIANA CAROLINA BAYONA PACHECO

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de Administradora
de Empresas**

MARILCE PACHECO CARRASCAL
Directora de tesis

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
OCAÑA
2015

AGRADECIMIENTOS

La autora de la presente investigación expresa sus agradecimientos por todo el apoyo recibido a:

Dios en primer lugar por ser quien nos da la vida y permite seguir cada día.

El semillero SIDEM del Grupo de Investigación en Desarrollo Socio Empresarial GIDSE por haberme permitido compartir con todos los investigadores, tener nuevas experiencias e iniciar con procesos de investigación.

A la Magister en Administración de empresas y directora del proyecto Marilce Pacheco Carrascal por todo su acompañamiento a lo largo del desarrollo del mismo con dedicación, motivación y paciencia así como hacerme partícipe y colaboradora del desarrollo del macro proyecto Capacidad Turística de Ocaña y su Región.

Los representantes legales y/o gerentes de los parqueaderos de la ciudad de Ocaña ya que permitieron el desarrollo del proyecto gracias a que permitieron obtener la información necesaria para el mismo.

Por último, a todas aquellas personas que influyeron y colaboraron de manera directa o indirecta en la culminación de la presente investigación.

DEDICATORIA

A Dios.

Por permitirme seguir cada día mas creciendo en el campo personal y profesional al despertar con vida cada mañana.

A mis padres.

Por darme la vida, educarme y motivarme a culminar mis responsabilidades y metas con esfuerzo y dedicación.

A la Directora de grado Marilce Pacheco Carrascal.

Por haberme enseñado la importancia de la investigación así como impulsarme en el desarrollo del mismo y por todo el tiempo compartido con ella en los diferentes eventos a los que asistimos con el semillero SIDEM.

Diana Carolina Bayona Pacheco

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1. TÍTULO	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.3 OBJETIVOS	2
1.3.1 objetivo general	2
1.3.2 objetivos específicos	2
1.4 JUSTIFICACIÓN	3
1.5 DELIMITACIONES	3
1.5.1 Delimitación operativa	3
1.5.2 Delimitación conceptual	3
1.5.3 Delimitación geográfica	4
1.5.4 Delimitación temporal	4
2. MARCO REFERENCIAL	5
2.1 MARCO HISTÓRICO	5
2.1.1 A nivel mundial	5
2.1.2 A nivel nacional	8
2.1.3 Estudios realizados	10
2.1.3.1 Algunos aspectos económicos para el debate sobre el tema de los Parqueaderos en Bogotá	10
2.1.3.2 Soluciones de parqueo mediante sistemas mecánicos, eléctricos e Hidráulicos	10
2.1.3.3 Plan de negocio para el parqueadero los Sauces	10
2.1.3.4 Influencia del costo de parqueo en el uso del auto en Bogotá	11
2.2 MARCO CONCEPTUAL	11
2.2.1 Investigación de mercados	11
2.2.2 Servicio	11
2.2.3 Precio	12
2.2.4 Parqueadero	12
2.2.6 Infraestructura	12
2.2.7 Estructura organizacional	12
2.2.8 Capacidad operativa	12
2.2.9 Turismo	13
2.3 MARCO TEÓRICO	13
2.3.1 Teoría del precio	13
2.3.2 Teoría de la oferta y la demanda	13
2.3.3 Teoría del turismo	14
2.4 MARCO LEGAL	14
2.4.1 Ley 036 de 2011 Funcionamiento de parqueaderos en el territorio nacional	14
2.4.2 Ley 1480 de 2011 Estatuto del consumidor	15
2.4.3 Decreto 0444 de 1984 Prestación del servicio de parqueaderos Públicos	15

3. DISEÑO METODOLÓGICO	17
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	17
3.2 POBLACION	17
3.3 MUESTRA	17
3.4 TECNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN	17
3.5 PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN	17
4. RESULTADOS	19
4.1 CUANTIFICACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE PARQUEADEROS	19
4.2 CONDICIONES Y CARACTERISTICAS EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LOS PARQUEADEROS DE OCAÑA N.S	21
4.2.1 Servicios que ofrecen y sistema de contrato de los parqueaderos	21
4.2.2 Número de empleados para ofrecer el servicio	24
4.2.3 Infraestructura de los parqueaderos de Ocaña	26
4.2.4 Tipo de transporte al que va dirigido el servicio de parqueadero	28
4.2.5 Capacidad operativa de los parqueaderos de Ocaña	30
4.2.6 Vehículos que recibe diariamente	32
4.2.7 Temporada del año con mayor recepción de vehículos	33
4.2.8 Registro o estadística de las operaciones	34
4.2.9 Trabajo en convenio de los parqueaderos de Ocaña	34
4.2.10 Disposición para ampliar la capacidad operativa	35
4.2.11 Disposición para capacitar al personal	36
4.2.12 Aceptación para formar parte de un grupo de servicios que ofrezca a Ocaña y la región como destino turístico	37
4.3-PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	39
5. CONCLUSIONES	41
6. RECOMENDACIONES	42
BIBLIOGRAFIA	43
REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS	44
ANEXOS	45

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Parqueaderos de Ocaña Norte de Santander	19
Cuadro 2. Servicios que ofrecen los parqueaderos de Ocaña	22
Cuadro 3. Formas de pago ofrecido por parqueaderos de Ocaña	23
Cuadro 4. Relación personal que labora en los parqueaderos de Ocaña	25
Cuadro 5. Infraestructura de cada parqueadero de la ciudad de Ocaña	27
Cuadro 6. Tipo de vehículos que recibe	29
Cuadro 7. Capacidad operativa de los parqueaderos de Ocaña	31
Cuadro 8. Vehículos que reciben diariamente los parqueaderos de Ocaña	32

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Modalidades de cancelación del servicio de parqueo ofrecido por parqueaderos de Ocaña N.S.	24
Figura 2. Tipo de vehículos que reciben los parqueaderos de Ocaña N.S.	33
Figura 3. Temporada del año con mayor recepción de vehículos	35
Figura 4. Registro de operaciones de parqueaderos de Ocaña N.S.	36
Figura 5. Convenio de los parqueaderos de Ocaña N.S.	37
Figura 6. Disposición para ampliar la capacidad operativa	38
Figura 7. Disposición para capacitar el personal	38
Figura 8. Pertener a un grupo de servicios que ofrezca a Ocaña y su región como destino turístico	39

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXOS A. Encuesta dirigida a los gerentes y/o propietarios de los parqueaderos de Ocaña N.S.	46
Anexo B. Fotografías de algunos parqueaderos	48

RESUMEN

El presente estudio es un subproyecto que hace parte de un macro proyecto que busca determinar la capacidad turística de Ocaña y su región, el cual se centra en conocer la capacidad operativa de los parqueaderos de Ocaña Norte de Santander, pues este permitirá saber que tan preparada esta Ocaña en cuanto a la capacidad de sus parqueaderos, para recibir a los turistas y será un recurso a utilizar para la realización del PIT (Punto de información turístico). Además ayudará a detectar las fallas en la prestación del servicio de parqueo, para buscar corregirlas mediante soluciones innovadoras que fortalezcan e incrementen el desarrollo de este sector, así como ofrecer calidad y comodidad al turista.

Para cumplir con lo enunciado, se presenta en el primer capítulo, todo los aspectos relacionados con la problemática que existe en torno al tema de los parqueaderos, los objetivos que se pretenden alcanzar y la justificación de la investigación junto con sus posibles limitaciones; un segundo capítulo donde se da a conocer la parte histórica del tema objeto de estudio, se relacionan algunos estudios que han sido elaborados con alguna similitud al presente, así como la descripción de algunos conceptos y teorías que se relacionan directamente con la capacidad operativa, estructura administrativa y el turismo y los aspectos legales que existen en Colombia frente al tema de parqueaderos y de los servicios que prestan; en el tercer capítulo se estructura todo lo concerniente al diseño metodológico como es el tipo de investigación, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y la forma como se procesa la información. En el capítulo cuatro se cuantifican los parqueaderos encontrados y se describen sus condiciones y características como son los servicios que ofrecen y sistemas de contrato, características de sus empleados, infraestructura, tipo y número de vehículos que reciben, registro de operaciones, asociatividad, disposición para capacitar su personal y para conformar un clúster turístico; así mismo se presenta la propuesta para su mejoramiento.

Por último se presentan algunas conclusiones acorde a los objetivos planteados y unas recomendaciones que permitirían realizar los procesos de adecuación y mejora necesarias para ofrecer servicios de calidad y permitir que Ocaña tenga una estructura turística que permita ser ofrecida como destino turístico a nivel nacional e internacional.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio es un subproyecto de un macro proyecto que busca determinar la capacidad turística de Ocaña y su región, el cual se centra en conocer la capacidad operativa de los parqueaderos de Ocaña Norte de Santander, lo que permitirá saber que tan preparada esta la ciudad en cuanto a la oferta de sus parqueaderos para recibir a los turistas en las diferentes temporadas que se presentan; y será un recurso a utilizar para la realización del PIT (Punto de información turístico). Además ayudará a detectar las fallas en la prestación del servicio de parqueo, para buscar corregirlas mediante soluciones innovadoras que fortalezcan e incrementen el desarrollo de este sector, así como ofrecer calidad y comodidad al turista.

La evaluación realizada y las propuestas establecidas, se fundamentaron en la investigación descriptiva donde se identificaron las características de la situación real y las condiciones de calidad, capacidad, seguridad y servicios, que presentan los 35 parqueaderos de Ocaña que se encuentran debidamente registrados en la Cámara de Comercio en el año 2014; mediante la aplicación de encuestas cuyo instrumento fue el cuestionario, el cual contiene variables relacionadas con la capacidad operativa, servicios adicionales, sistemas de contrato, infraestructura, competencia de los trabajadores y su estructura organizacional y empresarial.

El objetivo central del proyecto es además de describir la capacidad operativa, plantear acciones de mejora que permita aumentar el potencial turístico de Ocaña N.S, basándose en el papel que cumplen los parqueaderos en el desarrollo del turismo, ya que el servicio de parqueo es factor importante, para garantizar que estos se sientan más seguros y cómodos mientras transitan por la ciudad; para ello fue necesario cuantificar los parqueaderos existentes en la ciudad de Ocaña evaluando sus características en cuanto a infraestructura, distribución y servicio, de esa manera se determinó su situación real y se elaboró un diagnostico general donde se conoció que tan preparada está la región para recibir a aquellos turistas que visiten la ciudad con su propio medio de transporte; gracias a ello se realizó una propuesta de mejoramiento en donde se estipularon las alternativas que pueden llevar a cabo los representantes y/o gerentes de los parqueaderos de la ciudad que garantizaría un servicio de calidad con un nivel de satisfacción mayor al presentado actualmente en este sector.

1. CAPACIDAD OPERATIVA DE LOS PARQUEADEROS DE OCAÑA N.S

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente es importante para las regiones mantener un constante desarrollo de ideas e iniciativas que le garanticen un crecimiento de sus mercados, con el fin de ser más competitivos, explotar y aprovechar todas aquellas oportunidades que pasan desapercibidas; es de resaltar que en el Departamento Norte de Santander se presenta una gran oportunidad de desarrollo socioeconómico y es el gran potencial turístico con el que cuenta, para lo cual se plantea en la agenda regional de competitividad un macro proyecto para promover un corredor turístico regional.

Con el fin de lograr que Ocaña y la región se proyecten turísticamente, es necesario estudiar la capacidad de los diferentes actores que influyen en el turismo y así mejorar las condiciones, que permitan impulsar las actividades que hacen parte de este sector. En este sentido cabe anotar que uno de los aspectos que forman parte de los servicios turísticos, es la capacidad y disponibilidad de parqueaderos existentes en cada localidad donde se encuentran atractivos turísticos. En la actualidad, no existe ningún estudio relacionado con el tema y no se conoce la capacidad de oferta de un elemento que hace parte integral de los servicios turísticos como son los parqueaderos.

Por ello, para la ciudad de Ocaña y su provincia, el conocer la capacidad de sus parqueaderos para prestar sus servicios a los turistas reduce la incertidumbre y permite centrarse en aquellas dificultades buscando soluciones innovadoras que garanticen el desarrollo y aumento de la disponibilidad y capacidad a la hora de atender al turista que llega a Ocaña en transporte particular, haciéndose necesario realizar una investigación de mercados para determinar la capacidad de los parqueaderos de Ocaña N.S. y plantear alternativas para superar esta limitación.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la capacidad operativa de los parqueaderos de Ocaña?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 objetivo general. Determinar la capacidad operativa de los parqueaderos de Ocaña N.S.

1.3.2 objetivos específicos. Cuantificar los parqueaderos existentes.

Evaluar las condiciones y características de la prestación de los servicios de los parqueaderos en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

Presentar una propuesta de mejoramiento para garantizar la calidad del servicio de los parqueaderos a los propios y visitantes de la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación, en primera instancia facilitará la elaboración de un diagnóstico, donde mediante la recolección de información y el análisis de los fenómenos ocurridos en el parqueo de vehículos, tanto de los habitantes de Ocaña como de las personas que vienen desde otros lugares a realizar actividades turísticas, se podrá establecer la problemática que actualmente vive la ciudad y determinar la capacidad real de este sector que hace parte de los servicios anexos al turismo.

Además permitirá identificar aquellos parqueaderos cercanos a los sitios turísticos, restaurantes, lugares de diversión, clubes, hoteles, entre otros; con el propósito de ofrecer un mejor servicio al turista y generar una mayor comodidad y tranquilidad al realizar diversas actividades de su interés.

Teóricamente, el estudio de la capacidad de parqueaderos en la ciudad de Ocaña, busca, mediante la aplicación de conceptos relacionados con la investigación de mercados de parqueaderos públicos, zonas azules y de espacio público, encontrar la problemática que se vive en la localidad y la necesidad de trabajar en este aspecto para mejorar las condiciones de infraestructura que permitan fortalecer el sector turístico regional.

Metodológicamente, para lograr el cumplimiento de los objetivos planteados, se hará uso de los métodos, técnicas e instrumentos de investigación, que permitan diagnosticar de manera confiable, cada una de las variables que afectan este servicio y repercute en la posibilidad de su mejoramiento con proyección al sector turismo.

En la práctica, el presente estudio se justifica, en la medida en que se podrá elaborar un documento que rinda cuenta de manera técnica de la capacidad que existe en Ocaña para prestar el servicio de parqueadero, de sus condiciones de seguridad, de localización y de comodidad, entre otros, lo cual ayudará a la elaboración del PIT (Punto de información turístico) suministrando información relevante que debe tenerse en cuenta a la hora de necesitar el servicio de parqueo permitiendo más tranquilidad no solo al turista sino al usuario local; así como la presentación de una propuesta de mejoramiento.

1.5 DELIMITACIONES

1.5.1 Delimitación operativa. Los aspectos que pueden limitar el normal desarrollo de la investigación de mercados estarían dados por la disponibilidad y disposición de los encargados de los parqueaderos en colaborar con el proceso y la veracidad de la información suministrada.

1.5.2 Delimitación conceptual. Como referente se tienen en cuenta los siguientes conceptos Investigación de mercados, servicios, precios, parqueadero, infraestructura física, turismo, estructura organizacional y capacidad operativa.

1.5.3 Delimitación geográfica. La investigación de mercados se desarrolló en los parqueaderos de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1.5.4 Delimitación temporal. La investigación de mercados se llevó a cabo en un periodo de 8 semanas.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO HISTÓRICO

2.1.1 A nivel mundial. ¹Antes de hablar de la historia de los parqueaderos se hace necesario conocer la causa, y es la influencia de los automóviles en la sociedad; el descubrimiento del automóvil ha sido una de las innovaciones más significativas de las muchas que han tenido lugar en el siglo pasado y no puede negarse que hoy los coches y otros vehículos cumplen un rol significativo en la sociedad.

Desde que apareció el automóvil, primero como medio de transporte de uso particular, fue necesario de un sitio fuera de la vía pública para guardar dicho vehículo, durante la mayor parte del día y durante la noche.

El proceso de cambio, en cuanto a dimensionamiento, diseño, funcionamiento y confort, represento la creación de un sin número de vehículos de uso particular, de transporte de pasajeros y de carga, los cuales requieren el espacio necesario para maniobrar y estacionarse dentro y fuera del predio.

Esto ha creado especialidades, como la ingeniería automotriz que se encarga de su funcionamiento y confort; la ingeniería de tránsito que cuantifica la cantidad de vehículos que circulan por las calles, para el mejoramiento de vialidades y espacios que sirvan de estacionamiento; y la arquitectura que se encarga de dimensionar y hacer estéticos los lotes y edificios que alberguen todo tipo de vehículos.

En las ciudades o poblaciones, el requerimiento de espacio para que circularan y se estacionaran los vehículos no era un problema en un principio, e incluso, las calles, avenidas, vialidades primarias o caminos existentes se utilizaban como estacionamiento, pero el crecimiento y aumento de la producción de vehículos para especialidades de trabajo, generaron la necesidad de ampliar las vías de comunicación y crear espacios adecuados fuera de ellas para el estacionamiento de vehículos.

En la actualidad ya no es posible, ni recomendable utilizar las vialidades como estacionamiento. Por el contrario, por el constante aumento de vehículos se necesita día con día mayor número de carriles para circulación de vehículos y aceras peatonales. Esto hace necesaria la construcción de edificios específicos para estacionamientos.

Su diseño es aparentemente sencillo, pero las características y comportamiento de los vehículos a guardar, determina la forma, tipo de circulaciones y ubicación de accesos, servicios, funcionamiento, forma estructural, ventilación y terminado de fachada.

¹ Moreno, T. (5 de Mayo de 2004). *Buscador de Arquitectura*. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de http://documentos.arq.com.mx/Detalles/48792.html#.VWUz_tJ_Okp

El coche fue en un principio un elemento de transporte, por tanto, requería un estacionamiento al ser desenganchado de los caballos y quedar apartado de la calle. Al pasar a la era industrial, el hombre, para adquirir libertad de movimientos, se convirtió en automovilista.

Cuando en 1886 los primeros carruajes con motores diseñados por Carl Benz y Gottlieb Daimler empezaron a recorrer las calles, con un permiso especial de las autoridades, nadie podía imaginar que los sucesores de estos coches sin caballos llegarían a apoderarse de todas las calles y plazas de las ciudades. El paso decisivo hacia la Era del Automóvil se dio en 1813, cuando Henry Ford puso el famoso modelo "T" sobre la primera cadena de montaje en serie de esta industria.

En 1910 había en Norteamérica menos de 500.000 automóviles de turismo; en 1920 esta cifra era de 8 millones; subió en 1930 a 30 millones; y en 1950 alcanzó casi los 62 millones. Alrededor de 1920, el número de personas por auto era el mismo que la población en Alemania Occidental en 1959. Las tendencias innovadoras que provocaron la Era del Automóvil pueden estudiarse con toda claridad en Estados Unidos. En este país pudieron desplazarse automóviles, sin ningún problema, hasta el final de los años cuarenta.

Después de la Segunda Guerra Mundial se creó una nueva moda, que llegó hasta los pueblos cercanos. Grandes extensiones de terreno quedaban convertidas en suburbios (interminables hileras de viviendas unifamiliares). Tenían un carácter de auténticas ciudades dormitorio, ya que los edificios comerciales y administrativos en los que sus habitantes trabajaban, continuaban en el centro urbano. Por eso cada mañana los habitantes del suburbio subían a sus coches y se dirigían a su trabajo en grupos en grupos cada vez más compactos, a medida que se acercaban al centro. Por la tarde se repetía el flujo en la dirección contraria. El radio de desplazamiento diario para una ciudad de más de 3 millones de habitantes era, en 1951, de 56 Km. y para las comprendidas entre 100 000 y tres millones, de unos 24 kilómetros. También en Francfort del Main en Alemania, creció la curva de monitorización.

En gran Bretaña había un auto por cada 20 personas en 1949; en 1962 había uno por cada diez. Mientras en 1949 y 1962 la población aumentó moderadamente, la motorización en cambio, se multiplicó en el mismo periodo a razón de 600 %, con base en el nivel de 1938. En 1956, en la República Federal Alemana, un 13 % de los compradores de coche nuevos eran obreros manuales; en 1961 su porcentaje aumentó hasta el 24 %. Los obreros, empleados y funcionarios representaban juntos el 53 % de los compradores.

En los Estados Unidos había en 1960, 3 habitantes por auto. De los años setenta a los noventa, el automóvil se instaló en todas las calles céntricas de las ciudades del mundo, lo que hizo desagradable vivir en ellas. El incremento de vehículos acapara dimensiones que están en una proporción grotesca con las áreas urbanas disponibles. En la actualidad, las mayores superficies para estacionamientos son requeridas en las zonas comerciales y de oficinas, lo que hace obligatorio considerar en la urbanización suelo específico para este género de edificios dentro del equipamiento.

El crecimiento de la Ciudad de México origino nuevas vialidades para satisfacer la demanda ascendente de vehículos en circulación, pero los automóviles empezaron a utilizar para estacionamiento superficies destinadas para la circulación de los vehículos y peatones. En 1940 inicio operaciones el primer estacionamiento de servicio público en un terreno ubicado en San Juan de Letran. El siguiente comenzó su servicio en 1942. El 31 de diciembre de 1946, se puso en servicio el primer estacionamiento público del gobierno federal que se ubicó en la periferia del Palacio de Bellas Artes, siendo administrado por el gobierno, y funciono hasta 1983. Para el año de 1947 ya operaban varios estacionamientos públicos. El primer edificio con servicio de este tipo se construyó en 1948 en la calle de Gante número 12. En 1953, se creó la primera ley que reglamento el estacionamiento en edificios de más de 5 pisos. El establecimiento de zonas comerciales y de oficinas en los años sesenta y setenta creo la necesidad de reservar un área para guardar los vehículos fuera de la vía pública.

El Departamento del Distrito Federal, ante la falta de estacionamientos, promulgo en 1973 una ley sobre estacionamientos de vehículos en el Distrito Federal, en el cual estableció requisitos para las diferentes edificaciones de acuerdo al uso del suelo. Esta ley se ha actualizado conforme a los avances en materia automovilística, construcción y experiencias en el comportamiento de los estacionamientos. El aparcamiento robotizado que hoy se instala en todo tipo de inmuebles (solares, plazas, avenidas, edificios, centros comerciales) tanto para uso público como privado, es una evolución de los sistemas semiautomáticos y automáticos de almacenamiento de vehículos que aparecieron ya en los años cincuenta, con más intensidad en los países centroeuropeos como Alemania, Francia e Italia.

El gran paso en la eficacia de los sistemas, surge con la aplicación de la programación informática. Una vez conseguida la ingeniería y la maquinaria sólo quedaba aplicarlas al mayor número de localizaciones y sectores posible. Una de estas aplicaciones, donde nuestra empresa es pionera y primera en el mundo, es la implantación de sistemas en el sector inmobiliario, el cual, desde finales de los ochenta carece de espacio para aparcamiento, principalmente en ciudades con una estructura urbanística incapaz de absorber el espectacular crecimiento del parque automovilístico. Pero no sólo la existencia de la ingeniería y la maquinaria podía solucionar el problema cada vez más acuciante del almacenamiento de vehículos. La implantación de estos sistemas requiere de una carga importante de otras materias como la consultoría, la arquitectura, el urbanismo. Estos sistemas, que se vienen desarrollando en Europa los últimos cuarenta años, no han llegado a México hasta hoy, donde el problema del aparcamiento se ha convertido en prioritario en la mayoría de nuestras ciudades. México, por la carencia de suelo urbano susceptible de aparcamiento convencional, por su entramado urbanístico histórico, y por su patrimonio cultural, se convierte en un nicho estratégico prioritario para la implantación de dichos sistemas.

Hoy en día la sobrepoblación de las ciudades y el aumento considerable de automóviles en todo el mundo han sacado a la luz un nuevo problema relacionado con la planificación urbanística: la falta de espacios para estacionar, ya hay quienes han comenzado a proponer soluciones a la situación como los parqueaderos robotizados. La idea resulta atractiva:

entrar y sin necesidad de avanzar demasiado ni perder tiempo buscando un lugar disponible, colocar el carro sobre una plataforma, tomar un tiquete e irse. Al sistema le toma alrededor de un minuto y medio mover la plataforma donde se dejó el auto y depositarlo a salvo en algún recoveco donde jamás un humano hubiese podido estacionar.

El parqueadero robotizado más famoso hasta ahora es el ‘Car Tower’ de Volkswagen. Aunque la marca alemana lo usa de forma privada para almacenar los modelos que salen de fábrica, no se puede descartar que, tomando su diseño como base, se construyan ejemplares similares en un futuro. Esta maravilla de la arquitectura, construida con acero y cristal, tiene capacidad para 800 vehículos.

No tiene calles, ni rampas: sólo plazas de estacionamiento. Los vehículos son colocados en ellas gracias a un robot elevador. El Car Tower, (Turm Fahrt en alemán), está ubicado en la sede de Volkswagen (Wolfsburg, Alemania) y supone una de las mayores atracciones para los visitantes.

En Dubai, está proyectada la construcción de aparcamientos automatizados similares al de Volkswagen para las zonas empresariales. La idea es la misma, se eliminan las rampas y calles y queda sólo espacio para los espacios de garaje. De menores dimensiones que el ‘Car Tower’, estos sólo darían cabida a 67 vehículos.

Smart cuenta con una torre que almacena 64 Smart For Two como si de autos de juguete se tratase. Actualmente, utilizan este sistema para exposición, pero la marca ha presentado una solución similar para los parqueaderos públicos de centros comerciales. No obstante, esta idea no ha visto la luz aún.

En varias ciudades de la geografía mundial estas construcciones ya son una opción para el público. Sin ir más lejos, en Nueva York hay uno. Por el momento, el reto más difícil parece ser el volumen, pues estos parqueos inteligentes no consiguen guardar más de alrededor de 70 autos. El futuro ya está aquí.

En ciudades como Bogotá, mientras tanto, nos preocuparemos de por lo menos poder usar nuestros carros, estacionar en las bahías, o de gozar de semáforos funcionales instalados sobre vías en un estado digno².

2.1.2 A nivel nacional³. El proyecto de Estacionamientos, nació como respuesta al problema del espacio público invadido por el parque automotor, impidiendo el adecuado disfrute de este por parte de los peatones, degradando la imagen de la ciudad, destruyendo o maltratando las zonas verdes y causando congestión vehicular en algunos casos.

²Terra. (s.f.). *Terra Colombia*. Recuperado el 22 de mayo de 2015, de <http://www.terra.com.co/automovil/articulo/html/aum1555-la-solucion-al-problema-de-parqueo-en-las-grandes-ciudades.htm>.

³Alcaldía de Bogotá. (s.f.). *Movilidad Bogotá*. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de http://www.movilidadbogota.gov.co/hiwebx_archivos/audio_y_video/10-PlandeEstacion.pdf

Además limitando gravemente el desarrollo de sectores caracterizados como “áreas de actividad múltiple” afectando vitales núcleos históricos, comerciales e institucionales. Este problema es consecuencia de la carencia de zonas especialmente destinadas al estacionamiento de vehículos. De acuerdo con lo anterior y con base en el acuerdo 31 de 1992, se establece la concesión para proyectos y obras especiales y se autoriza al Distrito y al Instituto de Desarrollo urbano (IDU) para celebrar contratos de concesión, la Entidad concibió el proyecto para la construcción de estacionamientos por este sistema en el subsuelo de los espacios públicos predeterminados para tal fin.

En este sentido, el IDU realizó estudios de oferta y demanda para la ubicación de los estacionamientos y posteriormente, un concesionario seleccionado mediante concurso público, desarrolló los diseños definitivos, la construcción y operación de los mismos. La base para el diagnóstico de la red de estacionamientos de la ciudad, se encuentra en la actualidad fundamentada en tres estudios realizados entre los años 1998 y 2001, siendo los siguientes en orden cronológico:

- Planes y programas de Parqueo, realizado por la Unión Temporal conformada por Cal y Mayor y Asociados, Walker Parking Consultants y Luís Soto Proyectos.
- Implementación de los planes y programas de Parqueo para la ciudad de Bogotá, realizado por Jorge Enrique Amaya Pacheco.
- Plan Maestro de Estacionamientos, realizado por Duarte Guterman y Cia. Ltda. En general el tema del estacionamiento en la Ciudad está en cabeza y es responsabilidad de la Secretaria de Tránsito y Transporte -STT- y del Departamento Administrativo de Planeación Distrital -DAPD-, quedando en manos del IDU por definición del Plan de Ordenamiento Territorial, lo correspondiente al desarrollo y construcción de una infraestructura física de estacionamientos propios de la Ciudad.

En ciudades de Bogotá los 1'800.000 vehículos que existen si tuvieran que estacionarse en los parqueaderos públicos y de centros comerciales disponibles, apenas habría espacio para el 3 por ciento de ellos. El resto tendría que hacerlo en calles, plazas y parques. Y lo que sucederá en el futuro, cuando se estima que, de aquí al 2020, la ciudad tendrá 1'400.000 carros más, según estimaciones de la Secretaría de Movilidad. El caos⁴.

Debido a esta gran problemática, ya una institución médica de Medellín acaba de poner en servicio un sistema de parqueo robotizado sin precedentes en Colombia y Latinoamérica. Construido bajo tierra, cuenta con cinco niveles, 95 celdas de parqueo y puede mover vehículos hasta de 3.500 kilos. El conductor llega, ubica el vehículo en uno de los dos elevadores, desciende el carro y activa el sistema, para que este, de manera automatizada, lo lleve a la celda disponible más cercana, sin riesgo alguno para el carro ni el conductor. Además, el sistema recupera el carro más lejano en menos de dos minutos y lo entrega de

⁴ Redacción Bogotá. (27 de Junio de 2013). *Bogotá en crisis por parqueaderos*. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12872891>

frente, para que el conductor no tenga que salir del ascensor en reversa. Cuatro años duró la ejecución de este novedoso proyecto⁵.

2.1.3 Estudios realizados

Para la realización del presente proyecto se consultó las siguientes investigaciones realizadas relacionadas con el tema de los parqueaderos.

2.1.3.1 Algunos aspectos económicos para el debate sobre el tema de los parqueaderos en Bogotá. Este estudio presenta el análisis de los principales factores económicos que intervienen en la tarifa que se cobra al usuario por el servicio de parqueo. Su finalidad es estudiar cada uno de estos como son: el de oferta y demanda, el de la renta de la tierra y la renta diferencial; todo esto hace que las tarifas presenten una alza de precios que reducen la demanda de los parqueaderos en Bogotá provocando congestión en la ciudad, incomodando no solo a los peatones sino también a los conductores que transitan por ella.⁶

2.1.3.2 Soluciones de parqueo mediante sistemas mecánicos, eléctricos e hidráulicos. El proyecto presenta el diseño de una solución de parqueo, ya que a causa del crecimiento demográfico, se han creado más espacios de negocios, recreación y comercio, generando un aumento del parque automotor y por ende la necesidad de áreas de parqueo existentes no cubre la demanda existente. Esta solución consiste en la utilización de tecnologías tales como los sistemas hidráulicos y sistemas de transmisión mecánica, atendiendo a las sugerencias referenciadas por propietarios de parqueaderos, que requieren ubicar más automóviles en el mismo espacio, debido a que su capacidad económica no es suficiente para realizar ampliaciones de terrenos. Se contempla también las empresas privadas y públicas que no pretenden eliminar áreas productivas para ser reemplazadas por zonas de parqueo y que requieren de estas aplicaciones para el manejo de carga pesada.⁷

2.1.3.3 Plan de negocio para el parqueadero los Sauces. Este trabajo de grado presenta un plan de negocio para la iniciativa de la creación de una empresa, el Parqueadero Los Sauces. Incluye todas las fases que se requieren para llegar a un proceso en el que se le da al negocio su identidad, donde se enuncia de manera clara los propósitos de ella, la forma operativa y los resultados proyectados sobre el estudio a desarrollar.

Esta idea surge de la necesidad que se viene presentando en el municipio de Marinilla por la existencia de pocos espacios para el parqueo de vehículos; la creación del parqueadero se

⁵ Revista Semana. (8 de Diciembre de 2012). *Semana*. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://www.semana.com/enfoque/articulo/parqueadero-robotizado/269082-3>

⁶ Tarapuez Chamorro, E. (2008). Algunos aspectos económicos para el debate sobre el tema de los parqueaderos en Bogotá. *Revista tendencias*, Pág. 47-67.

⁷ Ceballos Latorre, T. &. (s.f.). Soluciones de parqueo mediante sistemas mecánicos, eléctricos e hidráulicos. *Cuaderno de Investigación* 32, pág. 92 a 98.

hará con el fin de cubrirla dando un valor agregado de lavadero con un servicio completo para la comunidad de dicha localidad y para los turistas que acuden al municipio⁸.

2.1.3.4 Influencia del costo de parqueo en el uso del auto en Bogotá. En este trabajo se aplica un experimento de elección, mediante la técnica de preferencias declaradas, para investigar acerca del comportamiento de los usuarios del auto frente a cambios en las tarifas de parqueo en una zona céntrica de Bogotá. El objetivo que orienta la investigación es determinar la elasticidad entre el precio de parqueo y el uso del auto en viajes al trabajo. Inicialmente se hace la selección de la zona a observar buscando especialmente la compatibilidad con otros estudios y luego se diseña el experimento de elección tomando en cuenta variables como el costo, el tiempo de viaje, la duración del parqueo y la distancia de caminata desde el parqueadero hasta el sitio de trabajo⁹.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Para el desarrollo de la presente investigación, se manejarán conceptos relacionados con Investigación de mercados, servicios, precios, parqueadero, tipos de parqueadero, infraestructura, turismo, estructura organizacional y capacidad operativa

2.2.1 Investigación de mercados. Son los procedimientos mediante los cuales se consigue y analiza nueva información para ayudar a la toma de decisiones¹⁰.

La Investigación de mercados se inició formalmente en el periodo 1910-1920 donde se realizaron avances metodológicos como es la recolección de datos por medio de cuestionarios, encuestas y posteriormente entrevistas.

Según estos autores la investigación de mercados es “el enfoque sistemático y objetivo, para el desarrollo y suministro de información para el proceso de decisiones por la gerencia de marketing”¹¹

Otra definición de esta es “un proceso sistemático para la obtener información que sirva al administrador para tomar decisiones señalando planes y objetivos”.¹²

2.2.2 Servicio. “Es un hecho que uno realiza en beneficio de otro. Cuando se da un servicio a un cliente, éste no puede conservarlo, un servicio se experimenta, se utiliza o se consume”.¹³

⁸ Gónzales Marín, A., Gómez Zuluaga, H., & Gónzales Marín, M. (2009). Plan de negocio para el parqueadero los Sauces.

⁹ Márquez Díaz, L., Gallo Gonzales, L., & Chacón Pérez, C. (2011). Influencia del costo de parqueo en el uso del auto en Bogotá

¹⁰ McCarthy E. Jerome y Perreault, W. (1997) Marketing. Madrid: McGraw-Hill.

¹¹ Kinnear, T. C., & Taylor, J. R. (1998). Investigación de mercados. Bogotá.

¹² Fisher de la Vega, L., & Navarro Vega, A. E. (1996). Introducción a la investigación de mercados. Mc Graw Hill.

¹³ McCarthy, E. J., & Perreault, W. (1997). Marketing. Madrid: McGraw-Hill. pág. 273

2.2.3 Precio. El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.¹⁴

2.2.4 Parqueadero. Son parqueaderos los lugares o zonas legalmente constituidas y autorizadas para la prestación del servicio de estacionamiento y cuidado de vehículos automotores, que cobren una tarifa establecida por la autoridad competente.

Tipos de parqueadero. Hay dos tipos de parqueadero en los que encontramos los públicos y los privados.

Parqueadero público. Es aquel que presta sus servicios a la comunidad en general y se caracterizan por estar ubicados en espacios amplios e independientes.

Parqueadero privado. Esta clase de parqueadero por lo general pertenece a una entidad en particular, es decir, a una empresa, un hotel, restaurantes, etc. Por esto prestan el servicio de parqueo solo a quienes acceden al servicio principal de la entidad, por lo general lo hacen de manera gratuita como cortesía de la empresa.

Tipos de parqueadero según el vehículo a que presten el servicio. Son aquellos que prestan sus servicios a un tipo de automóvil específico, por ejemplo: Motocicletas, automóviles, camiones, tracto mulas, entre otros.

Cabe aclarar que también hay parqueadero que prestan sus servicios a toda clase de automóviles.

2.2.6 Infraestructura. Acervo físico y material que permite el desarrollo de la actividad económica y social; en cuanto a parqueaderos esta es el espacio físico adecuado en el que se sitúan y estacionan los vehículos, por lo general estas son instalaciones amplias en las cuales caben un número determinado de vehículos.

2.2.7 Estructura organizacional. Son las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización, en este caso los parqueaderos, para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de sus objetivos.

2.2.8 Capacidad operativa. Se entiende como la capacidad que tienen los parqueadero para prestar sus servicios, es decir, para cuantos vehículos están capacitados, forma de controlar el ingreso y salida de autos, su horario de atención, la forma de atención al cliente o usuario, su tarifa y las demás actividades que garantizan la correcta prestación del servicio.

¹⁴ Thompson, I. (s.f.). *Marketing free.com*. Obtenido de <http://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>

2.2.9 Turismo. Es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.¹⁵

2.3 MARCO TEÓRICO

2.3.1 Teoría del precio. Cantidad de dinero que es ofrecida a cambio de una mercancía o servicio. Dentro de un sistema de precios estos se determinan por la interacción de la oferta y la demanda. Si la oferta sube los precios aumentan y viceversa; si la demanda aumenta, el precio tiende a bajar y viceversa; la magnitud del cambio en el precio se determina por la elasticidad de la oferta y la demanda respectivamente. El precio no es equivalente al valor de las cosas, ya que científicamente y de acuerdo con la teoría marxista, lo que da el valor a las cosas es el trabajo que cuesta producirlas.¹⁶

Durante casi toda la historia los precios se fijaron por negociación entre quienes compran y quienes venden. Establecer un mismo precio para todos los compradores es una idea relativamente moderna que surgió con el desarrollo de las ventas al detalle a gran escala al final del siglo XIX F. W. Woolworth, Tiffany & Co., y otros anunciaron una "política estricta de un solo precio" por que trabajaban tantos artículos y supervisaban a tantos empleados.

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal.

Al mismo tiempo, la competencia de precios es el problema más grave que enfrentan las empresas. Pese a ello, muchas empresas no manejan bien la fijación de precios.

2.3.2 Teoría de la oferta y la demanda. La comprensión total del modelo de oferta y demanda, de los conceptos mismos y su relación se constituye en el eje central del análisis macroeconómico y del entendimiento de todas las áreas que conforman la ciencia económica. Prioritariamente, se centra el análisis en los mercados de competencia perfecta es decir para el que existen gran número de compradores y vendedores y se comercializan mercancías relativamente homogéneas.

¹⁵ Organización Mundial del Turismo OMT. (s.f.). *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 16 de 04 de 2015, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

¹⁶ Diccionario de Economía. Salvador Osvlado Brand. Pág. 617

La teoría de la oferta y la demanda muestra las preferencias de los consumidores que se expresan a través de la demanda de productos, mientras que el costo de las empresas es el fundamento de la oferta, las cuales se equilibran gracias al mecanismo de los precios.

La ley de la demanda puede enunciarse como: “Cuanto menor sea el precio, mayores serán las cantidades demandadas. Con otros factores constantes de igual manera, a mayor precio menores serán las cantidades demandadas. ” Dado que el precio no es el único factor que influye en la decisión de compra, si y solo si las otras variables como: el ingreso, la moda, los gustos y preferencias de los consumidores, la existencia de productos sustitutos permanecen constantes, se podrá saber a ciencia cierta que es el precio el que está determinando la cantidad.

Por el contrario la ley de la oferta se entiende como: “Entre más alto sea el precio mayor será la cantidad ofrecida, permaneciendo otros factores constantes”. Establece que existe una relación directa entre la variación en la cantidad ofrecida, frente a la modificación en el precio. Para los productores el precio representa un ingreso, por lo que un precio elevado estimula a los productores a aumentar la producción y a los vendedores a ofrecer más de un producto dado, mientras un precio bajo muchas veces ni siquiera alcanza a cubrir los costos de producción.¹⁷

2.3.3 Teoría del turismo. La epistemología del turismo es un tema que no tuvo importancia en los estudios turísticos sino hasta la década de 1990, esto debido a que los investigadores de esta área estaban más interesados en estudiar cuestiones prácticas como la gestión, planeación y políticas públicas. Raymundo Cuervo fue el primer autor en proponer el análisis del turismo utilizando la teoría de los sistemas en su publicación “el turismo como medio de comunicación humana”; aquí se define el turismo como un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos.

Para Cuervo, el turismo está compuesto por subconjuntos de: los medios de comunicación (aéreo, automovilístico, ferroviario, marítima, etc.); los establecimientos de hospedaje y albergues; las agencias de viaje, los guías de turismo; los restaurantes, cafés y demás establecimientos en los que una población obtiene servicios de comida y bebida; artesanos y centros de diversión.¹⁸

2.4 MARCO LEGAL

2.4.1 Ley 036 de 2011. Por medio de la cual se reglamenta el funcionamiento de los parqueaderos en el territorio nacional, y se dictan otras disposiciones.

¹⁷ Restrepo Montoya, C. (s.f.). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010043/lecciones/5ofertydeman.htm>

¹⁸ Pannoso neto, Alexander & Lohman, Guilherme. (2012). *Teoría del turismo*. México: Trillas.

Esta ley establece que la prestación del servicio de parqueadero puede realizarse por parte de una persona natural o jurídica y debe estar debidamente inscrita en la cámara de comercio así como informar su ubicación en la Alcaldía municipal o distrital a la que corresponda. En el artículo 3 de la presente ley establece que los propietarios deben poseer una póliza de responsabilidad civil extracontractual en donde se hará responsables de hurtos o daños al vehículo automotor ocurridos dentro del parqueadero.

Así mismo estipula bajo que parámetros se fijaran las tarifas de cobro por sistemas de contrato y disposiciones que deben poseer los parqueaderos como baños para los usuarios, dar tiquetes al momento de la entrada, entre otras establecidas en la ley.

2.4.2 Ley 1480 de 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.

La presente obliga a los parqueaderos a responder por los daños, robos de bienes u objetos que se encuentren dentro de su vehículo, mientras se encuentra estacionado dentro del establecimiento público.

La Superintendencia de Industria y Comercio advirtió que los establecimientos están obligados a cumplir el Código del Consumidor, así como lo establece el parágrafo 2 del artículo 18 de la Ley 1480 del 12 de octubre de 2011.

“Quien preste el servicio asume la custodia y conservación adecuada del bien y, por lo tanto, de la integridad de los elementos que lo componen, así como la de sus equipos anexos o complementarios, si los tuviere”.

Además el establecimiento está obligado a responder, o a llegar a un arreglo con el dueño del vehículo, de no haber solución la Superintendencia entrará a resolver el problema. De encontrarse culpable al parqueadero este deberá cumplir con la sanción establecida por la Superintendencia, de otra forma incurrirá en multas que pueden llegar hasta los dos mil salarios mínimos legales vigentes.

2.4.3 Decreto 0444 de 1984. Por el cual se reglamenta la prestación del Servicio de Parqueaderos Públicos, y se modifican unas disposiciones al respecto.

En esta se establece la clasificación de los parqueaderos en el artículo 1 en A, B, C Y D

a. Parqueadero Clase A: Es aquel reglamentario, diseñado y aprobado para tal fin, construido en estructura de acero o de concreto reforzado, en sótanos, semisótanos y/o en altura, se denomina con la letra A y se identifica con el color verde claro.

b. Parqueadero Clase B: Es aquel reglamentado, diseñado y aprobado para tal fin, construido a nivel en espacios abiertos. Se denomina con la letra B y se identifica con el color amarillo claro.

c. Parqueadero Clase C: Es aquel reglamentado, diseñado y aprobado por un tiempo limitado, ubicado en superficie en lotes acondicionados para tal fin. Se denomina con la letra C y se identifica con el color naranja.

d. Parqueadero Clase D: Es aquel ubicado en superficie en lotes improvisados para tal fin. Se denomina con la letra D y se identifica con el color carmelito. Ver Resolución 548 de 1988 Departamento Administrativo de Planeación Distrital. Los propietarios o representantes legales de los parqueaderos, para obtener la clasificación y aprobación contemplada en el presente Decreto, deberán presentar ante el Departamento Administrativo de Planeación Distrital.

En el artículo 2 estipula que para los propietarios de un parqueadero en cualquiera de las clasificaciones ya mencionadas, deben establecerse de manera clara las zonas de estacionamiento, maniobra, circulación vehicular, cupos de parqueo, entre otros. Así como rampas, andenes y demás aditamentos necesarios para su funcionamiento.

Adicional a esto, el presente decreto establece disposiciones generales de cómo debe ser visible el parqueadero para el público en general que así se traten de establecimientos comerciales, industriales o de servicios, deben estar inscritos ante la alcaldía menor.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El proyecto se realizó teniendo en cuenta la investigación descriptiva; ya que pretende describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Este tipo de estudio busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente; no está interesada en comprobar explicaciones, ni en probar determinadas hipótesis, ni en hacer predicciones. Con mucha frecuencia las descripciones se hacen por encuestas (estudios por encuestas), aunque éstas también pueden servir para probar hipótesis específicas y poner a prueba explicaciones ¹⁹

Para el caso de la presente investigación, se identificaron las características de la situación real que presentan los parqueaderos de Ocaña y las condiciones de calidad, capacidad, seguridad y servicios.

3.2 POBLACIÓN

Para efectos de cumplir con los objetivos propuestos, se considera que la población objeto de estudio se conformó únicamente por los 35 parqueaderos que se encontraron registrados en la Cámara de Comercio de Ocaña en el año 2014, según información recolectada por la autora del trabajo en consultas realizadas.

3.3 MUESTRA

Teniendo en cuenta que la población objeto de estudio es limitada y que se desea conocer la capacidad operativa de cada una de ellos, se hace necesario el estudio de la totalidad, para garantizar el cumplimiento del objetivo central.

3.4 TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para recolectar la información necesaria y pertinente al estudio de los parqueaderos, se aplicaron encuestas cuyo instrumento es el cuestionario, el cual contiene variables relacionadas con la capacidad operativa, servicios adicionales, sistemas de contrato, infraestructura, competencia de los trabajadores y su estructura organizacional y empresarial.

3.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

La información recolectada mediante los instrumentos seleccionados, fue procesada a través del análisis cuantitativo e interpretado de manera cualitativa con el objeto de establecer la cantidad y la capacidad de los parqueaderos de Ocaña N.S así como su

¹⁹ Tamayo y Tamayo, M. (1999). Aprender a investigar.

respectiva evaluación para los clientes; en el siguiente capítulo se presenta la tabulación y análisis de los datos recolectados sobre el tema.

4. RESULTADOS

A continuación se presenta la tabulación de los datos recolectados mediante las encuestas aplicadas a los representantes y/o propietarios de los diferentes parqueaderos de la ciudad de Ocaña, siendo la población total analizada de 35 parqueaderos.

4.1 CUANTIFICACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE PARQUEADEROS

Al hacer el recorrido por la ciudad de Ocaña, se encontró que existe un total de 60 parqueaderos, pero solo se toman los 35 relacionados en el cuadro 1, que son los que están debidamente registrados ante la Cámara de Comercio de Ocaña y los que se incluyen para el presente análisis.

Cuadro 1. Parqueaderos de Ocaña Norte de Santander

	NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	REP. LEGAL
1	PARQUEADERO CENTRAL OCAÑA	Calle 13 N.11-67	3173836546	LUIS SAID NAVARRO GUILLIN
2	PARQUEADERO CAÑAVERAL DE LA 11	Calle 11 N.10-21	3182004740	JAIRO PORTILLO URIBE
3	PARQUEADERO SAN AGUSTIN CON 9	Calle 9 N.16-41	5626139	MAYERLY PACHECO
4	PARQUEADERO TELO	Carrera 7 N.11-34	3102049699	LEONARDO LUNA JÁCOME
5	PARQUEADERO MARABELITO	Calle 4 N.20-02	3212589954	LUIS FERNANDO RINCÓN MOLINA
6	PARQUEADERO LOS DOS AMIGOS	Carrera 10 N.12-72	5622289	MARIO JAVIER CHELELA ROMÁN
7	PARQUEADERO COLCARO	Calle 10 N.9-17	3165382310	ALEXANDER O'MEARA AMAYA
8	PARQUEADERO MULTISERVICIOS EL CENTRO	Carrera 13 N.10-61	5624326	TRINO QUINTANA PLATA
9	PARKILOBO	Carrera 7 N.7-17	3125875638	MIRIAM ROSA AMAYA BALLESTEROS
10	PARQUEADERO CALLE 12 CARRERA 12	Calle 12 N.12-77	3166114966	EDELMIRA PEÑARANDA
11	PARQUEADERO ESPAÑA DEL NORTE	Calle 5 N.49-47	3115274986	JOSÉ FERNANDO MÁRQUEZ ZAMBRANO
12	AUTOLAVADO JR'S	Calle 6 N.13-35	5695980	ALONSO NAVARRO
13	PARQUEADERO Y LAVADERO CENTRO MERCADO LA 14	Carrera 14 N.8ª-06	3166083543	CLAUDIA PATRICIA SANJUAN PÉREZ
14	PARQUEADERO OCAÑA "LA CASTELLANA"	Carrera 11 N.11-52	3163060703	EDUARDO JOSÉ CASTELLANOS LEMUS
15	LAVA PARK AZUL	Carrera 11 N.13-00	5692032	GOUGLIAGNO SERNA PÁEZ
16	PARQUEADERO AVENIDA LOS COCHES	Calle 7 N.31-33	3125653379	JAIRO QUINTERO BOHÓRQUEZ

	NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	REP. LEGAL
17	PARQUEADERO SANTA BARBARA	Calle 6 N.16-78	3108589668	JAIRO ALONSO VERGEL PACHECO
18	LAVADERO PARQUEADERO LOS BARBATUSCOS	Calle 7 N.30-23	3165374893	JHON JAIRO PALACIO ARÉVALO
19	PARQUEADERO EL DANUBIO	Calle 4 N.19-76	3208774988	JUAN BAUTISTA CARO ARIZA
20	LAVADERO PARQUEADERO EL ÉXITO	Carrera 10 N.12-54	3177496280	JOSÉ ELÍAS GUERRERO SERRANO
21	PARQUEADERO NUEVO	Calle 10 N.13-35	5625786	RAÚL JOSÉ QUINTERO BENAVIDES
22	PARQUEADERO LA COSTA	Calle 8 N.7-26	3187331490	EDILMA PALLARES DE TRIGOS
23	PARQUEADERO MULTICENTRO	Calle 8 N.13-32	3142551151	MIGUEL ANTONIO IBÁÑEZ SÁNCHEZ
24	PARQUEADERO TORCOROMA	Calle 13 N.11-44	3188288885	HILDA MEYER DE MARÚN
25	PARQUEADERO TEJARITO	Calle 8 N.9-94	5696762	LUIS HUMBERTO BASTOS ÁLVAREZ
26	PARQUEADERO LA PLAZA	Carrera 12 N.11-28	3156691937	REPRESENTANTE LEGAL
27	PARQUEADERO EL BODEGÓN	Calle 10 N.13-15	5622480	LEONARDO GANDÚR JÁCOME
28	PARQUEADERO Y ESTACIÓN LA MAGDALENA	Calle 17ª N.17-01	3128441210	NUBIA ANGARITA
29	PARQUEADERO LA CONCENTRACIÓN DE OCAÑA	Carrera 10 N.6-13	3117861015	LUIS FERNANDO HERRERA CASELLES
30	PARQUEADERO NUESTRA SEÑORA DE LA TORCOROMA	Calle 21 lote 4	3135497690	MARIELA BOHÓRQUEZ SALAZAR
31	PARQUEADERO Y LAVADERO AVENIDA	Calle 11 N.14-50	3155910135	NEMECIO ALVARADO RINCÓN
32	PARQUEADERO DONDE MILLO	Calle 14 con Carrera 11 N.1059	3162665703	ISMAEL ORTIZ
33	CENTRIAUTOS OCAÑA	Calle 10 N.14-47	3168262407	JESÚS EMILIO BONZA FONTALBO
34	PARQUEADERO INTERNACIONALES	Calle 10 N.14-63	3163706493	JHON FAVER DÍAZ
35	PARQUEADERO EL BAMBO	Carrera 1º N.21-22	5690867	ARMANDO BERNAL GUTIÉRREZ

Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueaderos.

Para el desarrollo del primer objetivo se hizo un barrido por la ciudad de Ocaña y se encontró que en su totalidad existen 60 parqueaderos de los cuales 35 están debidamente registrados en la cámara de comercio de Ocaña y los 25 restantes no lo están. Teniendo en cuenta que el objetivo primordial de este proyecto de investigación es determinar la

capacidad operativa de los parqueaderos de Ocaña N.S. en lo referente al turismo, se analizaron solo los 35 parqueaderos registrados ya que estos son los que podrían incluirse en el ofrecimiento de servicios para el turismo regional, por la garantía y legalidad de su actividad.

Es importante resaltar que de los 35 parqueaderos descritos en el cuadro 1, nueve (9) parqueaderos representados en el 25.7% se encuentran ubicados en las áreas cercanas al centro de la ciudad, el 8.5%, es decir (3) de ellos están ubicados en los alrededores del mercado público y el 17.1%, es decir seis (6) se encuentran cercanos a la plazoleta de San Francisco. Estos lugares representan una mayor demanda para los turistas que frecuentan a Ocaña debido a su ubicación como lo son: Parqueadero San Agustín con 9, Parqueadero Cañaverál de la 11, Parqueadero los dos Amigos, Parqueadero Central Ocaña, Parqueadero Colcaro, Parqueadero Multiservicios el Centro, Parqueadero Calle 12 Carrera 12, Parqueadero y Lavadero Centro Mercado la 14, Parqueadero Ocaña “la castellana”, Lava Park Azul, Lavadero Parqueadero el Éxito, Parqueadero Nuevo, Parqueadero Multicentro, Parqueadero Torcoroma, Parqueadero la Plaza, Parqueadero el Bodegón; Parqueadero y Lavadero Avenida, Parqueadero Donde Millo, Centriautos Ocaña y Parqueadero Internacionales, con una capacidad de estacionamiento total de aproximadamente 851 carros y 818 motos.

Además al referirse al tema de la capacidad turística que tiene Ocaña en cuanto a los parqueaderos, existen algunos hoteles, que ofrecen dicho servicio, entre los que se encuentran: Hotel Hacaritama, Hotel El Príncipe y Hotel Tarigua, en los cuales se pueden estacionar 60 carros y 20 motos. Los cuales no se incluyeron en la tabulación porque están registrados como hoteles y no como parqueaderos puesto que esto es un servicio anexo a su actividad principal.

4.2 CONDICIONES Y CARACTERISTICAS EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LOS PARQUEADEROS DE OCAÑA N.S

4.2.1 Servicios que ofrecen y sistema de contrato de los parqueaderos. Para mostrar los resultados obtenidos de la encuesta, en este punto se hará la relación de los servicios prestados y los sistemas de contrato implementados por cada uno de los parqueaderos de la ciudad de Ocaña en los cuadros 3 y 4 respectivamente.

Cuadro 2. Servicios que ofrecen los parqueaderos de Ocaña

Parqueadero \ Servicio	24 horas	Diurno	Lavadero	Engrase	Monta llantas	Venta de productos
Y lavadero avenida		X	X	X		X
La plaza		X				
Lava park azul	X		X		X	X
La 12	X					
Cañaverál	X					
San Agustín con novena		X				
Telo		X				
Marabelito		X				
Los dos amigos		X				
Col caro	X					
Multiservicios el centro		X	X			
Parkilobo		X				
España del norte		X				
JR'S	X		X	X		X
Centro mercado la 14		X	X			
Ocaña "la castellana"		X				
Avenida los coches		X				
Santa Bárbara		X				
Y lavadero los Barbatascos		X	X			X
El Danubio		X				
Lavadero parqueadero Éxito		X	X	X		X
Nuevo		X	X			X
La costa		X				
Multicentro		X	X			
Torcoroma		X				
Tejarito		X				
El bodegón		X				
La magdalena	X		X		X	
La concentración de Ocaña		X				X
Nuestra señora de la Torcoroma	X				X	
Donde Millo	X		X			
Centriautos	X	X	X	X		X
Internacionales	X		X			X
El bambo		X				
Lavadero y parqueadero centra Ocaña		X	X			X

Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero.

Al analizar la pregunta uno (1) de la encuesta, se evidenció que además del parqueo, estos establecimientos proveen a los clientes de servicios adicionales como son el de: lavadero, engrase, monta llantas y venta de productos, de los cuales la mayoría no cuentan con todos ellos de manera integral, de estos, solo 54.3% de los parqueaderos, es decir, diecinueve (19) prestan el servicio único de parqueo ya sea de manera diurna o las 24 horas. El 45.7%

restante representado en dieciséis (16), ofrecen servicios conexos al mismo que les permiten mayor demanda y por ende mayores ingresos.

Cuadro 3. Formas de pago ofrecido por parqueaderos de Ocaña

Sistema de contrato	Por horas	Por días	Por mes
Parqueadero			
Y lavadero avenida	X		X
La plaza	X		X
Lava park azul	X	X	X
La 12	X	X	X
Cañaverál			X
San Agustín con novena			X
Telo	X		X
Marabelito		X	X
Los dos amigos			X
Col caro	X	X	X
Multiservicios el centro	X		
Parkilobo		X	
España del norte		X	
JR'S			X
Centro mercado la 14			X
Ocaña "la castellana"	X		
Avenida los coches	X	X	
Santa Bárbara		X	X
Y lavadero los Barbatucos	X		X
El Danubio		X	
Lavadero parqueadero Éxito	X	X	X
Nuevo	X		
La costa			X
Multicentro	X	X	X
Torcoroma	X		X
Tejarito		X	X
El bodegón	X		
La magdalena	X	X	X
La concentración de Ocaña		X	
Nuestra señora de la Torcoroma		X	
Donde Millo	X	X	X
Centriautos	X		X
Internacionales	X	X	X
El bambo			X
Lavadero y parqueadero centra Ocaña	X		X

Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero.

Los diversos parqueaderos que operan en la ciudad de Ocaña ofertan tres opciones de sistema de contrato o modalidades de cancelación del servicio de parqueo como se observa en la figura 1: por horas, por días y mensual. Se encontró que siete (7) parqueaderos representando el 20.% cobran por horas y meses; de igual manera, solo siete (7)

parqueaderos presentan los tres sistemas de contrato lo que ofrece al cliente mayor elección frente a la forma de pago que más se ajuste a sus necesidades; el 17.1% de ellos que son seis (6) solo ofrecen un contrato mensual lo cual es desventajoso en algunos de estos ya que no tienen capacidad de recibir más vehículos debido a que poseen un contrato fijo mensual con los mismos clientes, el 14.3% que son cinco (5) parqueaderos cobran por días y así mismo cinco (5) parqueaderos cobran por horas; solo el 8.6% representado por tres (3) parqueaderos ofertan el sistema de contrato por días y meses ya que poseen capacidad para recibir mayor cantidad de vehículos que los que reciben mensualmente; finalmente el 5.7% restante de los parqueaderos de la ciudad que son dos (2) ofertan los sistemas de contrato por horas y días. Esta gama de contrato permite a los clientes elegir el parqueadero que más convenga a sus necesidades y presupuesto.

Figura1. Modalidades de cancelación del servicio de parqueo ofrecido por parqueaderos de Ocaña N.S.



Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero.

4.2.2 Número de empleados para ofrecer el servicio. Para tabular estos datos se realizó una relación entre el número de empleados de nivel administrativo así como de nivel operativo clasificándolos en sexo masculino y femenino para cada caso.

Cuadro 4. Relación personal que labora en los parqueaderos de Ocaña

Parqueadero	Empleados	Hombre	Mujer	Personal administrativo	Personal operativo
PARQUEADERO CENTRAL OCAÑA	3	3			3
PARQUEADERO CAÑAVERAL DE LA 11	3	2	1	1	2
PARQUEADERO SAN AGUSTIN CON 9	2	1	1	1	1
PARQUEADERO TELO	2	2		1	1
PARQUEADERO MARABELITO	3	2	1	1	2
PARQUEADERO LOS DOS AMIGOS	1	1		1	
PARQUEADERO COLCARO	2	2		1	1
PARQUEADERO MULTISERVICIOS EL CENTRO	4	2	2	1	3
PARKILOB	2	2		1	1
PARQUEADERO LA 12	1	1		1	
PARQUEADERO ESPAÑA DEL NORTE	1	1		1	
AUTOLAVADO JR'S	8	7	1	1	7
PARQUEADERO Y LAVADERO CENTRO MERCADO LA 14	3	2	1	1	2
PARQUEADERO OCAÑA "LA CASTELLANA"	2	2		1	1
LAVA PARK AZUL	5	4	1	2	3
PARQUEADERO AVENIDA LOS COCHES	1	1		1	
PARQUEADERO SANTA BARBARA	2	1	1	1	1
LAVADERO PARQUEADERO LOS BARBATUSCOS	4	4		1	3
PARQUEADERO EL DANUBIO	1	1		1	
LAVADERO PARQUEADERO EL EXITO	4	4		1	3
PARQUEADERO NUEVO	3	3			3
PARQUEADERO LA COSTA	1	1		1	
PARQUEADERO MULTICENTRO	3	1	2	1	2
PARQUEADERO TORCOROMA	2	1	1		2
PARQUEADERO TEJARITO	1	1		1	
PARQUEADERO LA PLAZA	5	4	1		5
PARQUEADERO EL BODEGÓN	2	1	1	1	1
PARQUEADERO Y ESTACIÓN LA MAGDALENA	6	5	1	1	5
PARQUEADERO LA CONCENTRACION DE OCAÑA	1	1		1	

Parqueadero	Empleados	Hombre	Mujer	Personal administrativo	Personal operativo
PARQUEADERO NUESTRA SEÑORA DE LA TORCOROMA	3	2	1	1	2
PARQUEADERO Y LAVADERO AVENIDA	8	7	1	1	7
PARQUEADERO DONDE MILLO	2	2		1	1
CENTRIAUTOS OCAÑA	5	5		1	4
PARQUEADERO INTERNACIONALES	3	2	1	1	2
PARQUEADERO EL BAMBO	1	1		1	
TOTAL	100	82	18	32	68

Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero.

Para conocer la capacidad operativa de los parqueaderos en lo referente a la atención al cliente y funcionamiento del mismo, en la encuesta se consultó el número de empleados que tienen contratados para ofrecer sus servicios, la distribución por género y los empleados que atienden los cargos administrativos y operativos.

En el cuadro 4 se observó que los parqueaderos de Ocaña cuentan con 100 trabajadores, de los cuales 82 son hombres y 18 son mujeres, lo que muestra que estos establecimientos ocupan aproximadamente el 82% de hombres en su planta de personal y sólo el 18% de personal femenino; así mismo se presenta el hecho de que del total de su personal, existen 32 en el área administrativa y 68 en el área operativa. Aquí se resalta que los parqueaderos de Ocaña carecen de mayor personal en el ámbito administrativo pues algunos de ellos solo se basan en lo operativo del negocio y obtener entradas sin determinar si proporciona ganancias o no para el mismo, es probable que si la mayoría de los parqueaderos de Ocaña establecieran personal administrativo, estos tendrían un funcionamiento más eficaz y mayor demanda de clientes.

4.2.3 Infraestructura de los parqueaderos de Ocaña. Para determinar la infraestructura que poseen los parqueaderos de la ciudad se indago aspectos relacionados con recepción, sistematización, señalización de rutas, cámaras de circuito cerrado, cubiertas, amplios espacios y demarcación de lugares, por ello en el cuadro 5 se hace una relación de estas características de infraestructura para cada parqueadero encuestado.

Cuadro 5. Infraestructura de cada parqueadero de la ciudad de Ocaña

Característica de infraestructura Parqueadero	Recepción (22)	Sistematización (0)	Señalización de rutas (4)	Cámaras de circuito cerrado (7)	Cubiertas (27)	Amplios espacios (23)	Demarcación de lugares (15)
Y LAVADERO AVENIDA	X				X	X	
LA PLAZA	X		X	X	X	X	X
LAVA PARK AZUL	X		X	X	X	X	X
LA 12	X					X	
CAÑAVERAL	X				X		
SAN AGUSTÍN CON NOVENA					X		
TELO	X				X	X	X
MARABELITO					X	X	
LOS DOS AMIGOS					X		X
COL CARO							X
MULTISERVICIOS EL CENTRO	X			X	X		X
PARKILOBO					X		
ESPAÑA DEL NORTE					X	X	
JR'S						X	
CENTRO MERCADO LA 14	X		X		X	X	X
OCAÑA "LA CASTELLANA"	X					X	
AVENIDA LOS COCHES				X	X	X	
SANTA BÁRBARA	X				X	X	X
Y LAVADERO LOS BARBATUSCOS	X				X	X	X
EL DANUBIO						X	
LAVADERO PARQUEADERO ÉXITO	X				X	X	X
NUEVO	X				X	X	X
LA COSTA							
MULTICENTRO	X				X	X	X
TORCOROMA	X				X	X	X
TEJARITO					X		
EL BODEGÓN	X				X		
LA MAGDALENA						X	

Característica de infraestructura	Recepción (22)	Sistematización (0)	Señalización de rutas (4)	Cámaras de circuito cerrado (7)	Cubiertas (27)	Amplios espacios (23)	Demarcación de lugares (15)
Parqueadero							
LA CONCENTRACIÓN DE OCAÑA					X		
NUESTRA SRA. DE TORCOROMA	X					X	
DONDE MILLO	X			X	X	X	X
CENTRIAUTOS	X		X	X	X	X	X
INTERNACIONALES	X			X	X		
EL BAMBO	X				X		
LAVADERO Y PARQ. CENTRO OCAÑA	X				X	X	

Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero.

En el cuadro 5 se observa que veinte dos (22) parqueaderos representando el 62.8% tienen dentro de su infraestructura física un espacio determinado para la recepción y trece (13) parqueaderos que son el 37.1% de ellos no la poseen o no consideran necesario su existencia, ninguno cuenta con un programa de sistematización lo que permitiría mayor agilidad al momento de prestar el servicio, mayor seguridad y mayor dinamismo para operaciones contables. Analizando de manera detallada la infraestructura que ofertan los mismos se determinó que de los 35 parqueaderos solo cuatro (4) cuentan con señalización de rutas lo que no garantiza el aprovechamiento del espacio para los demás parqueaderos, siete (7) cuentan con cámaras de circuito cerrado y por ende los veinte cuatro (24) restantes no tienen una garantía o herramienta para una mejor vigilancia de los vehículos que allí ingresan, de la totalidad de los parqueaderos estudiados se encontró que veinte siete (27) poseen cubiertas, veinte tres (23) poseen amplios espacios y quince (15) con demarcación de lugares. De los parqueaderos encuestados solo el parqueadero la Costa no posee alguna de las características descritas anteriormente y solo cuenta con la existencia de un espacio en el cual se pueden aparcar vehículos; solo once (11) tienen varias de las características al mismo tiempo lo que permite la prestación de un servicio más integral y completo a los propios y visitantes que puedan requerirlo. Existen siete (7) con solo la cubierta o un amplio espacio lo que priva de efectividad y mayor entrada de clientes a dichos establecimientos debido a la deficiencia en cuanto a una distribución óptima del espacio que opera, limitando así la capacidad operativa de la ciudad de Ocaña en cuanto a parqueaderos.

4.2.4 Tipo de transporte al que va dirigido el servicio de parqueadero. En este ítem se determinó si los parqueaderos de Ocaña aparcan automotores pequeños, grandes, motocicletas o todas las anteriores, según la información suministrada los datos son los siguientes:

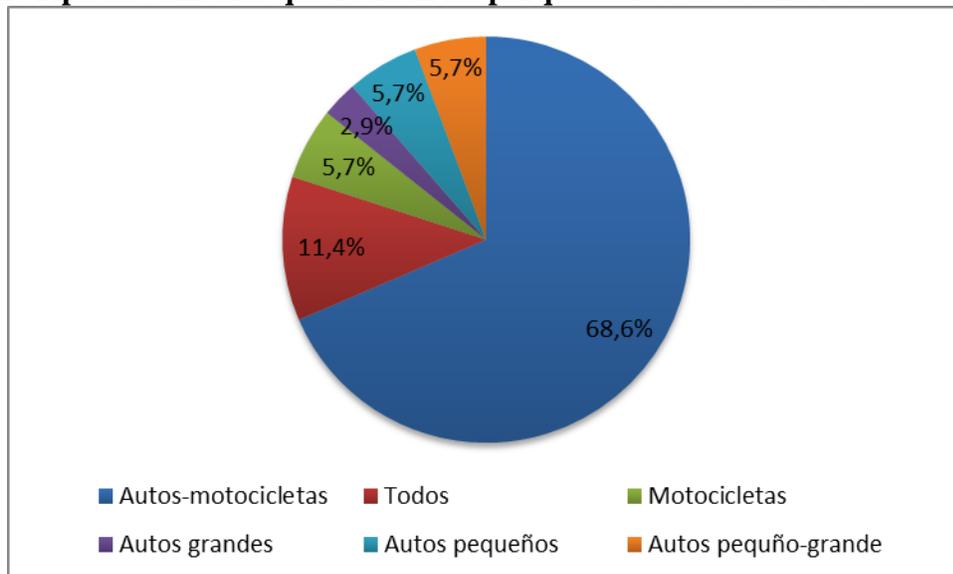
Cuadro 6. Tipo de vehículos que recibe

PARQUEADERO	VEHICULO PEQUEÑOS	VEHICULO GRANDES	MOTOCICLETAS
PARQUEADERO CENTRAL OCAÑA	X		X
PARQUEADERO CAÑAVERAL DE LA 11	X		X
PARQUEADERO SAN AGUSTIN CON 9	X		X
PARQUEADERO TELO	X		X
PARQUEADERO MARABELITO	X		X
PARQUEADERO LOS DOS AMIGOS	X		X
PARQUEADERO COLCARO	X		X
PARQUEADERO MULTISERVICIOS EL CENTRO	X		X
PARKILOBO	X		X
PARQUEADERO CALLE 12 CARRERA 12	X		X
PARQUEADERO ESPAÑA DEL NORTE	X		X
AUTOLAVADO JR'S	X	X	X
PARQUEADERO Y LAVADERO CENTRO MERCADO LA 14	X		X
EFFECTUS SONIDO Y PARQUEADERO OCAÑA	X		X
LAVA PARK AZUL	X		X
PARQUEADERO AVENIDA LOS COCHES	X		X
PARQUEADERO SANTA BARBARA	X		X
LAVADERO PARQUEADERO LOS BARBATUSCOS	X		X
PARQUEADERO EL DANUBIO	X	X	
LAVADERO PARQUEADERO EL EXITO	X		
PARQUEADERO NUEVO	X		X
PARQUEADERO LA COSTA	X		
PARQUEADERO MULTICENTRO			X
PARQUEADERO TORCOROMA	X		X
PARQUEADERO TEJARITO	X		X
PARQUEADERO LA PLAZA	X	X	X
PARQUEADERO EL BODEGÓN			X
PARQUEADERO Y ESTACIÓN LA MAGDALENA	X	X	X
PARQUEADERO LA CONCENTRACION DE OCAÑA	X	X	X
PARQUEADERO NUESTRA SEÑORA DE LA TORCOROMA		X	
PARQUEADERO Y LAVADERO AVENIDA	X		X
PARQUEADERO DONDE MILLO	X		X
CENTRIAUTOS OCAÑA	X		X
PARQUEADERO INTERNACIONALES	X		X
PARQUEADERO EL BAMBO	X	X	

Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero.

Con el objeto de conocer a qué clase de transporte está dirigido el servicio de parqueadero, se indagó sobre este aspecto y se encontró como se muestra en la figura 2, que el 68.6% de los parqueaderos siendo veinte cuatro (24) reciben vehículos pequeños y motocicletas debido al dinamismo que permite el tamaño de estos dos medios de transporte y además es lo que permite la infraestructura del mismo; solo el 11.4% que son cuatro (4) parqueaderos albergan todo tipo de vehículos debido a los amplios espacios que estos poseen y la adecuada distribución del espacio; el 5.7% representado en dos (2) de ellos solo reciben motocicletas debido a la infraestructura que posee; de igual manera los que reciben solo autos pequeños o los dos tipos, vehículo grande y pequeño, son el 5.7% de la población total; finalmente existe un 2.9% (1) es decir solo un parqueadero que recibe vehículos grandes generalmente de carga pesada como tracto mulas y camiones debido a sus amplios espacios y la zona geográfica en la cual se encuentra ubicado.

Figura 2. Tipo de vehículos que reciben los parqueaderos de Ocaña N.S.



Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero

4.2.5 Capacidad operativa de los parqueaderos de Ocaña. Para determinar cuántos vehículos y motocicletas puede recibir los parqueaderos de la ciudad de Ocaña se indagó el número de estos que ocuparían los respectivos establecimientos y se aprecia en el cuadro 7.

Cuadro 7. Capacidad operativa de los parqueaderos de Ocaña

PARQUEADERO	CARRO	MOTOCICLETA
PARQUEADERO CENTRAL OCAÑA	40	
PARQUEADERO CAÑAVERAL DE LA 11	85	10
PARQUEADERO SAN AGUSTIN CON 9	60	8
PARQUEADERO TELO	40	30
PARQUEADERO MARABELITO	30	10
PARQUEADERO LOS DOS AMIGOS	15	
PARQUEADERO COLCARO	39	30
PARQUEADERO MULTISERVICIOS EL CENTRO	50	70
PARKILOBO	35	
PARQUEADERO CALLE 12 CARRERA 12	20	25
PARQUEADERO ESPAÑA DEL NORTE	25	15
AUTOLAVADO JR'S	40	
PARQUEADERO Y LAVADERO CENTRO MERCADO LA 14	60	100
EFFECTUS SONIDO Y PARQUEADERO OCAÑA	25	20
LAVA PARK AZUL	30	60
PARQUEADERO AVENIDA LOS COCHES	25	20
PARQUEADERO SANTA BARBARA	60	20
LAVADERO PARQUEADERO LOS BARBATUSCOS	50	20
PARQUEADERO EL DANUBIO	17	
LAVADERO PARQUEADERO EL ÉXITO	22	
PARQUEADERO NUEVO	50	50
PARQUEADERO LA COSTA	16	
PARQUEADERO MULTICENTRO		600
PARQUEADERO TORCOROMA	50	15
PARQUEADERO TEJARITO	18	10
PARQUEADERO LA PLAZA	45	150
PARQUEADERO EL BODEGÓN		100
PARQUEADERO Y ESTACIÓN LA MAGDALENA	50	
PARQUEADERO LA CONCENTRACION DE OCAÑA	50	20
PARQUEADERO NUESTRA SEÑORA DE LA TORCOROMA	15	
PARQUEADERO Y LAVADERO AVENIDA	120	30
PARQUEADERO DONDE MILLO	50	50
CENTRIAUTOS OCAÑA	40	20
PARQUEADERO INTERNACIONALES	25	40
PARQUEADERO EL BAMBO	40	15
TOTAL	1337	1538

Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero.

Con relación a la capacidad operativa de estacionamiento de los parqueaderos, se tuvo en cuenta la cantidad de vehículos que puede albergar cada parqueadero, ya sean carros (pequeños y/o grandes) o motocicletas. En el cuadro 7 se observó que la capacidad operativa en cuanto a número de vehículos que pueden estacionarse en los parqueaderos de

Ocaña es de 1337 carros y 1538 motos; esta cifra muestra una gran capacidad para recibir vehículos lo cual es un punto a favor para el turismo de Ocaña.

4.2.6 Vehículos que recibe diariamente. Con el fin de conocer el dinamismo de la demanda de los parqueaderos de la ciudad, se preguntó el número de vehículos o motocicletas que recibían diariamente, algunos representantes no tenían el dato debido a que no realizan cualquier tipo de registro de las operaciones del mismo, a continuación se presentan los datos obtenidos.

Cuadro 8. Vehículos que reciben diariamente los parqueaderos de Ocaña

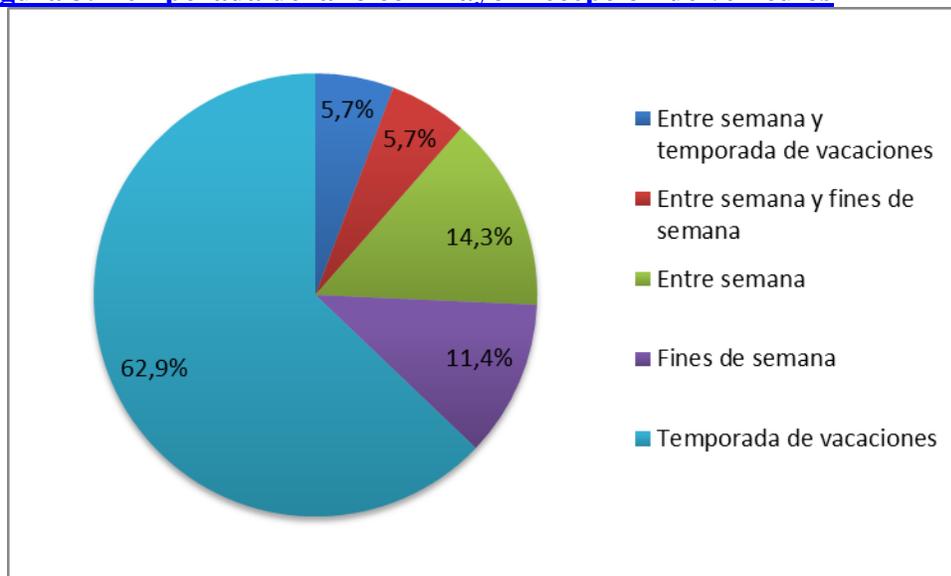
PARQUEADERO	CARROS	MOTOCICLETAS
PARQUEADERO CENTRAL OCAÑA	25	
PARQUEADERO CAÑAVERAL DE LA 11	50	150
PARQUEADERO SAN AGUSTIN CON 9	Son fijos	
PARQUEADERO TELO	20	15
PARQUEADERO MARABELITO	25	6
PARQUEADERO LOS DOS AMIGOS	15	3
PARQUEADERO COLCARO	16	8
PARQUEADERO MULTISERVICIOS EL CENTRO	No tiene registro	
PARKILOBO	30	
PARQUEADERO CALLE 12 CARRERA 12	30	25
PARQUEADERO ESPAÑA DEL NORTE	15	12
AUTOLAVADO JR'S	30	
PARQUEADERO Y LAVADERO CENTRO MERCADO LA 14	50	70
EFFECTUS SONIDO Y PARQUEADERO OCAÑA	35	15
LAVA PARK AZUL	50	100
PARQUEADERO AVENIDA LOS COCHES	10	5
PARQUEADERO SANTA BARBARA	40	20
LAVADERO PARQUEADERO LOS BARBATUSCOS	10	10
PARQUEADERO EL DANUBIO	3	
LAVADERO PARQUEADERO EL ÉXITO	13	
PARQUEADERO NUEVO	20	60
PARQUEADERO LA COSTA	10	
PARQUEADERO MULTICENTRO		200
PARQUEADERO TORCOROMA	10	4
PARQUEADERO TEJARITO	Son fijos	
PARQUEADERO LA PLAZA	100	250
PARQUEADERO EL BODEGÓN		40
PARQUEADERO Y ESTACIÓN LA MAGDALENA	No tiene registro	
PARQUEADERO LA CONCENTRACION DE OCAÑA	10	
PARQUEADERO NUESTRA SEÑORA DE LA TORCOROMA	No tiene registro	
PARQUEADERO Y LAVADERO AVENIDA	100	20
PARQUEADERO DONDE MILLO	50	50
CENTRIAUTOS OCAÑA	40	20
PARQUEADERO INTERNACIONALES	10	12
PARQUEADERO EL BAMBO	20	15
Total	837	1110

Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero.

Al realizar un análisis del dinamismo de la demanda presentada, se puede notar que en algunos parqueaderos es mayor el número de vehículos que se estacionan respecto a su capacidad operativa, debido a que existe una rotación permanente de vehículos, lo que hace que ocupen varias veces el mismo espacio durante el día. Como se puede observar en el cuadro 8 se registra los vehículos que recibe diariamente cada uno de los parqueaderos de Ocaña. Por consiguiente de manera general se evidencia que en Ocaña se estacionan 837 carros diarios y 1110 motos, sin mencionar aquellos datos faltantes de los (3) parqueaderos que no llevan un control de las entradas y salidas de vehículos y los (2) parqueaderos que no poseen rotación de vehículos por tener una demanda fija mediante un sistema de contrato mensual con sus respectivos clientes.

Por otra parte llama la atención el hecho que el Parqueadero Multicentro y el Parqueadero y Lavadero Centro Mercado la 14 por estar ubicado cerca del mercado público, aparte de recibir carros y motos, también reciben carretas y parqueaderos ubicados en zonas retiradas del centro reciben tanto vehículos pequeños, como motocicletas y vehículos grandes como volquetas, mulas o tracto camiones.

4.2.7 Figura 3. Temporada del año con mayor recepción de vehículos

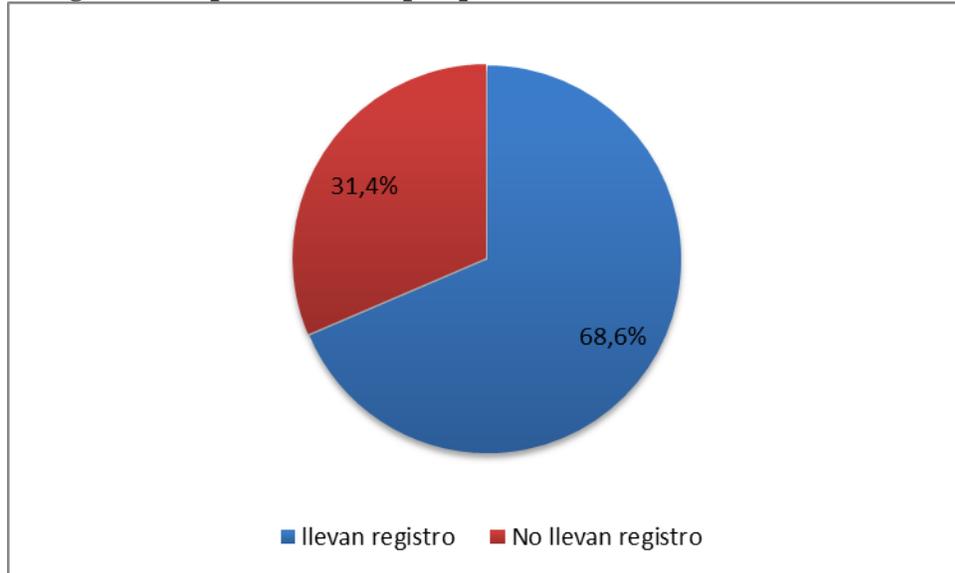


Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero.

Con el objeto de conocer la temporada de mayor recepción de vehículos se encontró que es en vacaciones de semana santa, junio, diciembre y enero donde hay mayor afluencia de personas en la ciudad que poseen vehículos y que solicitan el servicio de parqueo con un 62.9% debido al gran potencial turístico que tiene la región en cuanto a aspectos culturales, religiosos, históricos y/o políticos, seguido se encuentra la temporada de entre semana con 14.3% a causa de diferentes eventos que se presentan en la ciudad; los fines de semana con un 11.4%; finalmente entre semana y temporada de vacaciones así como entre semana y fines de semana conjuntamente con un 5.7%, como se observó en la figura 3.

4.2.8 Registro o estadística de las operaciones. Algunos de los ítems ya desarrollados anteriormente muestran la importancia de mantener registros de las operaciones que se realiza en cada negocio, con respecto a los parqueaderos de la ciudad se obtuvo la siguiente información.

Figura 4. Registro de operaciones de parqueaderos de Ocaña N.S.

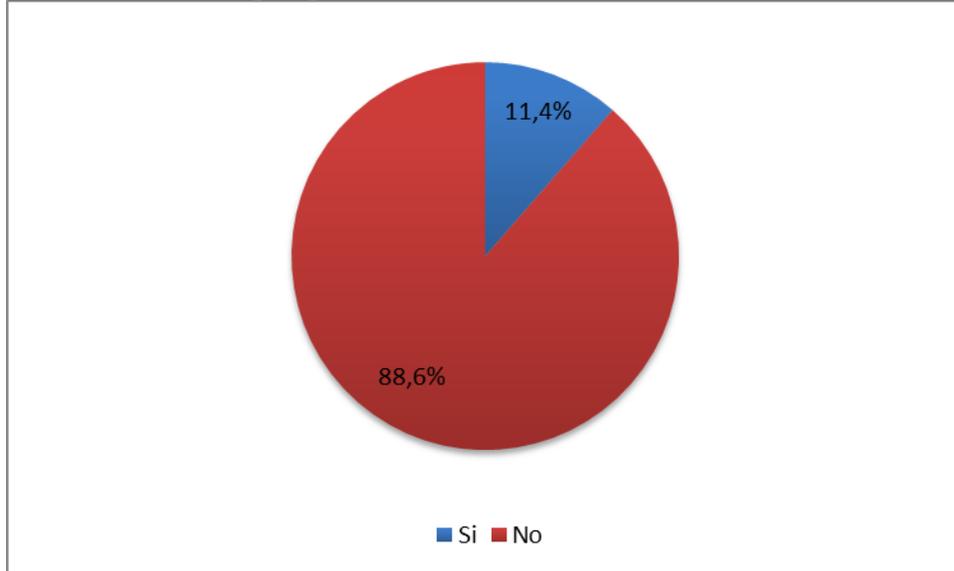


Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero.

Con el fin de conocer si en los parqueaderos existentes en Ocaña llevan registro y estadísticas de las operaciones que realizan; se determinó en la figura 4 que de los 35 parqueaderos en estudio, el 68.6%, es decir veinte cuatro (24) llevan registro porque es un deber y les permite controlar su negocio y el 31.4%, es decir los once (11) restantes no lo ven necesario.

4.2.9 Trabajo en convenio de los parqueaderos de Ocaña. Se quiso determinar si los parqueaderos de la ciudad de Ocaña cuentan con convenios para la prestación de sus servicios ya sea con hoteles, restaurantes o cualquier empresa y los datos obtenidos fueron los siguientes:

Figura 5. Convenio de los parqueaderos de Ocaña N.S.

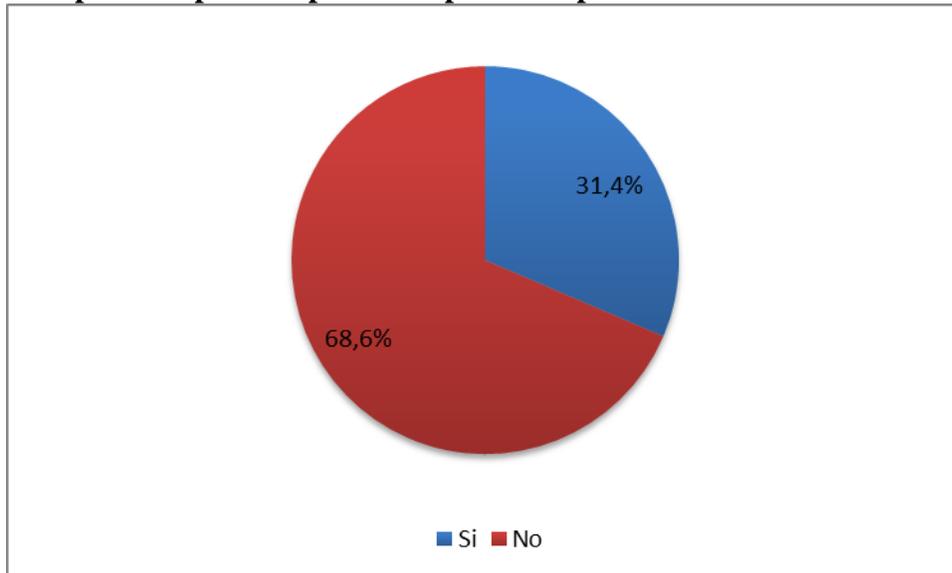


Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero.

Con el fin de conocer si los parqueaderos de Ocaña trabajan en convenio con alguna empresa, hotel o restaurante se encontró que solamente existen cuatro (4) parqueaderos (11.4%) que trabajan en convenio, y éstos son: Lava Park Azul que trabaja en convenio con el Hotel Plaza Real, el Parqueadero y Lavadero Centro Mercado la 14, que trabaja en convenio con el Supermercado Merkfácil, Parqueadero Calle 12 Carrera 12 que trabaja en convenio con el Hotel Real, Parqueadero y Lavadero Avenida que trabaja en convenio con Hotel el Camino y algunos comerciantes del Centro Comercial City Gol. El 88.6 % de los parqueaderos, es decir, los 31 restantes no poseen convenio alguno ya sea porque no lo consideran necesario o el espacio del mismo es reducido.

4.2.10 Disposición para ampliar la capacidad operativa. Con el fin de conocer que parqueaderos estarían dispuestos a ampliar sus instalaciones o modificarían su infraestructura determinando si es posible aumentar la oferta de parqueo en caso de que Ocaña reciba un mayor número de turistas o un mayor número de clientes locales, se indagó quienes de los representantes lo harían y se generó la siguiente información:

Figura 6. Disposición para ampliar la capacidad operativa.

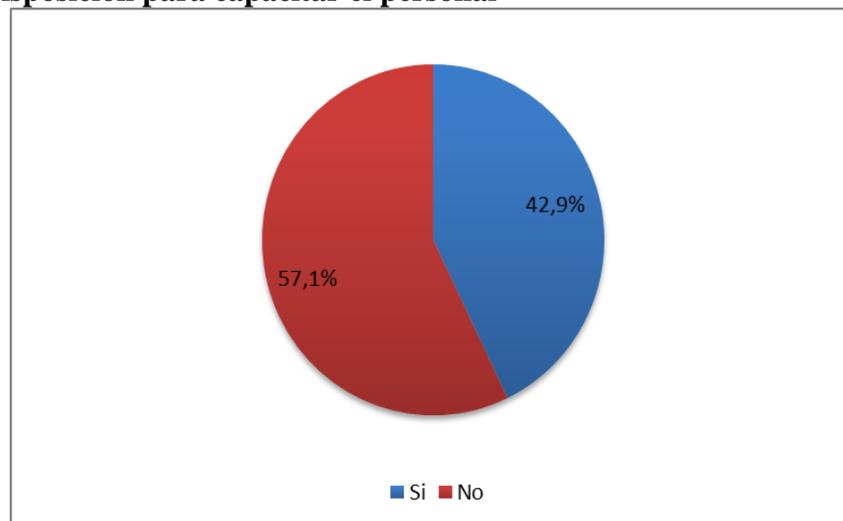


Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero.

Con respecto a esta variable se encontró que solamente 11 de los 35 parqueaderos estudiados, es decir el 31.4% aproximadamente manifiestan que sí lo harían, porque esto les permitiría que ingresen más vehículos y mejorar el servicio. El 68.6% restante no lo realizaría por carencia de espacio o de presupuesto para tal inversión.

4.2.11 Disposición para capacitar el personal. Uno de los factores de gran relevancia para el eficaz funcionamiento de toda empresa o establecimiento es el talento humano, por ello se indago que representantes y/o propietarios de los parqueaderos de la ciudad permitirían que su personal se capacitara y la información obtenida fue la siguiente:

Figura 7. Disposición para capacitar el personal

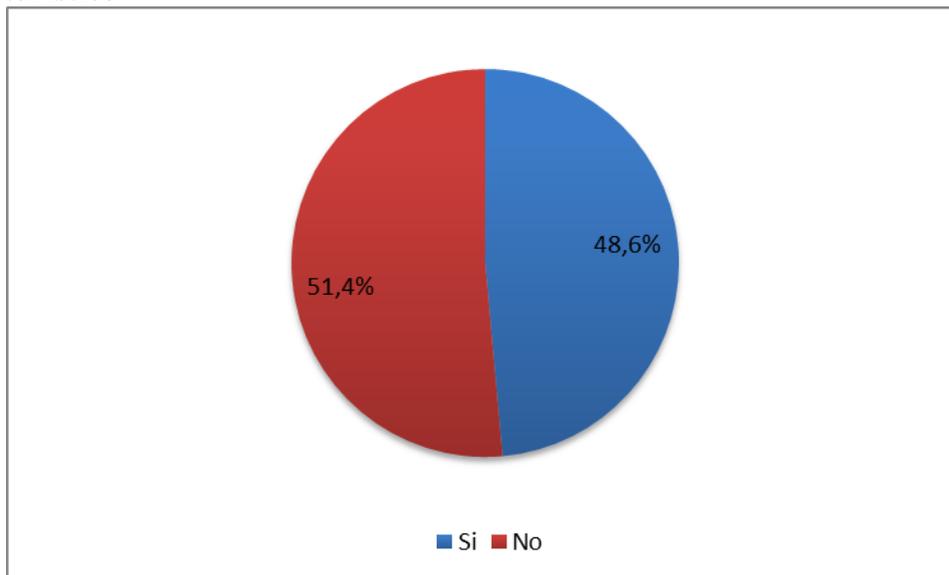


Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero

Con relación a esta variable se encontró que 15 parqueaderos que corresponde al 42.9% manifiestan que la capacitación de sus empleados es un elemento fundamental en la mejora de la calidad de los servicios y por ende estarían dispuestos a capacitarlos, contrario a esto, los representantes y/o gerentes de los 20 parqueaderos restantes, es decir, el 57.1% no apoyan esta iniciativa ya sea por falta de disponibilidad de tiempo o algunos de sus empleados ya son de la tercera edad y por ello lo consideran innecesario.

4.2.12 Aceptación para formar parte de un grupo de servicios que ofrezca a Ocaña y la región como destino turístico. La finalidad de este proyecto es en sí determinar la capacidad turística de Ocaña en cuanto a parqueaderos; por ello, se quiso indagar cuántos representantes y/o gerentes de los parqueaderos estarían dispuestos o les llamaría la atención formar parte de un grupo de servicios que ofrezca a Ocaña y su región como destino turístico, el grado de aceptación encontrado fue el siguiente:

Figura 8. Pertenecer a un grupo de servicios que ofrezca a Ocaña y su región como destino turístico



Fuente. Encuesta gerente y/o representante legal parqueadero

Con esta última variable de la encuesta se encontró que 17 parqueaderos, que es el 48.6% ve importante hacer parte de un grupo de servicios que ofrezca a la región como destino turístico debido a que lo consideran una oportunidad importante para dar a conocer la región así como obtener mayores ingresos económicos mientras se comparte la cultura de nuestra ciudad. Es importante anotar que el 51.4% de los encuestados presentaron negativa ante estos aspectos, debido a que no cuentan con los recursos económicos, ni el espacio físico ni instalaciones propias.

En síntesis la aplicación de las encuestas proporcionó información acerca de las características con las que cuentan los diferentes parqueaderos de Ocaña para prestar un servicio a los propios y visitantes de la ciudad y de acuerdo a la información obtenida se

estableció de manera general que los parqueaderos de Ocaña tienen las siguientes debilidades y fortalezas.

En cuanto a debilidades, se identificó que la mayoría de ellos carece de una buena infraestructura lo cual genera incertidumbre en el cliente a la hora de adquirir este servicio, ya que no le proporciona comodidad y seguridad, mencionando algunos aspectos como el de señalización de rutas o la existencia de cámaras de seguridad, puesto que si lo implementaran, garantizarían al cliente mayor agilidad a la hora de ingresar o sacar su vehículo. Entre otros aspectos se encuentra que algunos no poseen recepción y no permite una orientación al cliente al momento de ingresar, aquellos parqueaderos que solo tienen amplios espacios no poseen un mecanismo de resguardo frente al clima que puede presentarse en la región debido a la carencia de cubiertas siendo estos factores indispensables para la satisfacción de las necesidades de los usuarios que adquieran el servicio.

Otra debilidad es el hecho de que el 89% de la población total, no tiene convenios con otras empresas que permita obtener un reconocimiento mayor por parte de la comunidad, mejores ingresos y un servicio más completo para cubrir la gran demanda que se presenta en las diversas temporadas del año con la llegada de visitantes a la región. Sin embargo es de anotar que algunos parqueaderos no tienen el terreno propio o los directivos de los mismos no consideran importante esa posibilidad pues consideran su negocio va bien de la manera en cómo ha sido administrado.

El personal que labora en este tipo de negocios es generalmente masculino, en algunos casos son personas sin algún nivel de estudio o experiencia en el área, o son menores de edad que solo vigilan que el vehículo que ingreso pague al momento de su salida, en los parqueaderos donde trabaja personal femenino es en áreas administrativas, generalmente recepción. El talento humano de este tipo de negocios son los que presentan momentos de verdad ya sea con clientes propios o visitantes, por ello la atención y disposición que estos reflejen es determinante a la hora de que un cliente decide adquirir el servicio nuevamente en el mismo lugar.

En lo referente a las fortalezas, el 69% de ellos llevan un registro ordenado y cronológico de sus operaciones, facilitando una respuesta oportuna al cliente en el momento de optar por el servicio, suministrando datos precisos sobre los espacios disponibles para los vehículos.

Algunos de ellos ofrecen servicios adicionales como el de venta de productos, lavadero, monta llantas, etc., los cuales pueden ser solicitados por el cliente para cubrir las necesidades imprevistas de su medio de transporte.

En términos generales con la aplicación de la encuesta se observó el interés que tiene cada propietario y/o administrador de los parqueaderos en impulsar el turismo en Ocaña, no solo por mejores ingresos económicos, sino para brindar comodidad a los propios y visitantes, permitiéndoles conocer más de los sitios turísticos y la cultura de la región.

Ninguno de los parqueaderos posee un proceso de sistematización ya sea en el registro o salida de vehículos o registros contables, lo que es necesario hoy en día en esta era de la información si se quiere avanzar en los diferentes negocios, en el caso de operatividad de los parqueaderos la mayoría de propietarios y/o representantes no ve importante o cree necesario o accesible este factor; lo que reduce oportunidades ya que la capacidad operativa que se oferta es limitada y consideran costoso el sistema de parqueo por niveles. Al momento de que turistas vienen a la ciudad son pocos los parqueaderos que poseen espacios para su aparcamiento lo que muchas veces puede provocar un colapso en el momento de requerir el servicio así como problemas de movilidad y comodidad de los mismos.

4.3 PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

En primer lugar los parqueaderos de la ciudad de Ocaña necesita un proceso de reestructuración de la infraestructura para lograr acaparar una mayor demanda o cubrimiento de la que se da en las diferentes temporadas del año, este es el tipo de parqueo por niveles en donde se hace una construcción hacia arriba permitiendo mayores lugares para los vehículos y mejor distribución del espacio. Sin embargo, esto requiere de una gran inversión que muchos de los representantes de los parqueaderos no están en capacidad de asumir, además algunos de ellos laboran en terreno en arrendamiento por lo que no pueden disponer del mismo.

Debido a la complejidad del aspecto mencionado anteriormente, a continuación se listaran los aspectos que podrían mejorar la administración de los parqueaderos con el fin de garantizar un servicio de calidad a los clientes propios y visitantes:

- Contar con el personal capacitado en bilingüismo para recibir a aquellos turistas que no sean hablantes de nuestro idioma español para así lograr prestar un servicio óptimo.
- Distribuir adecuadamente al personal de acuerdo a sus conocimientos y capacidades en áreas administrativas u operativas promoviendo el orden y eficiencia en el cumplimiento de actividades.
- Designar un espacio del parqueadero para la recepción, en donde los propietarios de los vehículos puedan acercarse para entregar o retirar su vehículo, así como solicitar el pago correspondiente.
- Designar una persona que promueva el orden y control en la entrada, parqueo y salida de vehículos, en donde se proporcione al cliente un acompañamiento al momento de ingresar al establecimiento y elegir un espacio adecuado a sus necesidades para la adquisición del servicio.
- Demarcar los lugares en donde se parquearan los vehículos de manera que se aproveche al máximo el espacio del parqueadero y no se presente cualquier cuello de botella.
- Una opción de un mejor servicio podría ser la de implementar cubiertas en la mayoría de los parqueaderos que no los poseen para garantizar el cuidado de sus vehículos de los cambios climáticos.

- Implementar cámaras de circuito cerrado para garantizar la seguridad de las pertenencias de los clientes que ingresen al parqueadero así como un elemento de control en cualquier ámbito que lo desee la administración.
- Capacitar al personal en atención al cliente para proporcionar un mejor servicio y de calidad a los propios y visitantes de la ciudad de Ocaña, de la misma manera podría exigirse a los empleados el portar uniforme o ropa adecuada que refleje en el cliente seriedad, compromiso y seguridad.
- Estudiar la posibilidad de realizar convenios con aquellos hoteles, restaurantes, sitios turísticos y demás que estén conexos a la ubicación de los parqueaderos para que de esta manera se cuente con mayor oferta para los posibles clientes y al mismo tiempo un mayor reconocimiento de su operatividad.
- Que las entidades promotoras del turismo en la región promuevan lazos de apoyo para aquellos representantes y/o dueños de los parqueaderos que deseen formar parte de un grupo de servicios que ofrezca a Ocaña y la región como destino turístico para que de esta manera estos se sientan apoyados y trabajen con cooperación y responsabilidad en pro del desarrollo de la región.

5. CONCLUSIONES

Ocaña posee un gran potencial turístico debido a su geografía, clima, patrimonio cultural y costumbres que incluye, con el fin de conocer cuáles son los actores del turismo que influyen de manera directa en el mismo se estudiaron los parqueaderos de la ciudad de Ocaña en caso de aquellos turistas que elijan a Ocaña como destino turístico y utilicen su propio medio de transporte. Se encontró que en la ciudad existen un total de 60 parqueaderos pero de los cuales solo 35 de ellos están registrados debidamente ante la cámara de comercio de Ocaña y los 25 restantes no lo están; para efectos del desarrollo del proyecto se analizaron solo los que se encuentran registrados debido a la garantía y seguridad que estos representan, los cuales ofrecen una capacidad de estacionamiento de 1337 carros y 1538 motocicletas.

De acuerdo al análisis realizado se determinó que en Ocaña los parqueaderos carecen de una buena administración que permita el aprovechamiento del espacio así como la seguridad y atención al cliente necesaria para la prestación adecuada del servicio y su correcta satisfacción, así como de una adecuada infraestructura como cámaras de circuito cerrado, demarcación de lugares, recepción, entre otros, que son indispensables para contar con un factor diferenciador en la prestación de sus servicios. Para el tema de ampliación de la capacidad operativa depende de la posibilidad de inversión así como de la disposición de los propietarios del terreno en donde se encuentran, pues muchos de ellos trabajan en alquiler; así mismo la aceptación para pertenecer a un grupo de servicios que ofrezca a la ciudad como destino turístico está conexas a la capacidad operativa y financiera para hacerlo.

El compromiso y correcta planeación en cuanto al funcionamiento de los parqueaderos, la existencia de áreas de recepción, la conservación de un espacio de trabajo adecuado y llamativo, las herramientas de seguridad que puedan proporcionar al cliente mayor comodidad y satisfacción al momento de venir a la ciudad son factores que impactan el turismo regional puesto que una buena imagen podría atraer nuevos turistas o contar con más visitantes de los que ya han estado en la región. Así mismo el personal que labore en estos establecimientos debe conocer de lugares o sitios turísticos más representativos de la región permiten un mayor reconocimiento de la misma así como un mejor desarrollo social y económico que beneficiarían a más familias y a toda la población como tal.

6. RECOMENDACIONES

Con el fin de prestar un mejor servicio tanto a los turistas y propios, así como formar parte de un grupo de servicios que ofrezca la ciudad como destino turístico se hace necesario que todos los parqueaderos existentes en la localidad se registren ante la Cámara de Comercio lo cual permitiría mayor seriedad y responsabilidad, así como la ampliación de la oferta para la adquisición de este servicio.

A su vez, los parqueaderos necesitan de modificaciones en cuanto a la distribución del espacio, implementación de zonas como recepción para orientar al cliente en el ingreso, pago y salida de su vehículo y capacitaciones a sus empleados en lo referente a una correcta atención del cliente y habilidad para comunicarse con ellos en el idioma inglés en caso de que los turistas no posean la capacidad de hablar nuestro idioma.

Finalmente, sería necesario una socialización por parte de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, en conjunto con los propietarios y/o gerentes de los 35 parqueaderos analizados en el presente proyecto, con el fin de darles a conocer sus falencias y fortalezas y explicarles detenidamente el porqué de la propuesta de mejoramiento para que de manera comprometida y unánime se conforme este grupo de servicios que permitirían mayores oportunidades tanto para ellos como para los turistas y la comunidad en general.

BIBLIOGRAFÍA

Ceballos Latorre, T. &. (s.f.). Soluciones de parqueo mediante sistemas mecánicos, eléctricos e hidráulicos. *Cuaderno de Investigación 32* , Pág 92 a 98.

Diccionario de Economía. Salvador Osvaldo Brand. Pág. 617

Fisher de la Vega, L., & Navarro Vega, A. E. (1996). *Introducción a la investigación de mercados*. Mc Graw Hill.

Gonzales Marín, A., Gomez Zuluaga, H., & Gonzales Marín, M. (2009). *Plan de negocio para el parqueadero los Sauces*.

Kinnear, T. C., & Taylor, J. R. (1998). *Investigación de mercados*. Bogotá.

Marquez Díaz, L., Gallo Gonzales, L., & Chacón Pérez, C. (2011). Influencia del costo de parqueo en el uso del auto en Bogotá.

McCarthy, E. J., & Perreault, W. (1997). *Marketing*. Madrid: McGraw-Hill

Pannoso neto, Alexander & Lohman, Guilherme. (2012). *Teoría del turismo*. México: Trillas.

Tamayo y Tamayo, M. (1999). *Aprender a investigar*.

Tarapuez Chamorro, E. (2008). Algunos aspectos económicos para el debate sobre el tema de los parqueaderos en Bogotá. *Revista tendencias* , Pág 47-67.

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

Alcaldía de Bogotá. (s.f.). *Movilidad Bogotá*. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de http://www.movilidadbogota.gov.co/hiwebx_archivos/audio_y_video/10-PlandeEstacion.pdf

Apaza Mozo, A. (s.f.). *deautomoviles*. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://www.deautomoviles.com.ar/articulos/futuro/sociedad.html>

Atraccion360. (s.f.). *Atracción 360*. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://www.atraccion360.com/topico/estacionamiento>

Moreno, T. (5 de Mayo de 2004). *Buscador de Arquitectura*. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de http://documentos.arq.com.mx/Detalles/48792.html#.VWUz_tJ_Okp

Organización Mundial del Turismo OMT. (s.f.). *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 16 de 04 de 2015, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.

Redacción Bogotá. (27 de Junio de 2013). *Bogotá en crisis por parqueaderos*. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12872891>

Restrepo Montoya, C. (s.f.). Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010043/lecciones/5ofertydeman.htm>

Revista Semana. (8 de Diciembre de 2012). *Semana*. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <http://www.semana.com/enfoque/articulo/parqueadero-robotizado/269082-3>

Terra. (s.f.). *Terra Colombia*. Recuperado el 22 de mayo de 2015, de <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/cuadernos-investigacion/article/download/1312/1183::pdf#page=92>

Thompson, I. (s.f.). *Marketing free.com*. Obtenido de <http://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>.

ANEXOS

ANEXOS A. Encuesta dirigida a los gerentes y/o propietarios de los parqueaderos de Ocaña N.S.



**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
GRUPO DE INVESTIGACION GIDSE
CAPACIDAD TURÍSTICA DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER**

Encuesta dirigida a los propietarios y/o administradores de parqueaderos en Ocaña N.S.

Objetivo: Conocer la capacidad operativa de los parqueaderos en Ocaña N.S.

Nombre del parqueadero _____

Dirección _____ Teléfono _____

Horario de servicio _____

Representante legal _____ Profesión _____

Número de empleados ____ H ____ M ____ Grado de escolaridad: Bachiller ____

Técnico ____ Tecnólogo ____ Profesional ____ Área: _____

Marque con una X la respuesta de su preferencia.

1. Qué servicios ofrece su parqueadero?

Servicio las 24 horas ____ Servicio diurno ____ Servicio de Lavadero ____ Servicio de Engrase ____

Servicio de Monta llantas ____ Venta de productos ____

Sistema de contrato: Por horas ____ Por días ____ Mensual ____ Otros ____ ¿Cuáles? _____

2. ¿Con cuántos empleados cuenta para la prestación de sus servicios?

Personal Administrativo ____ Personal Operativo ____

3. ¿Con qué infraestructura cuenta su parqueadero?

Recepción ____ Sistematización ____ Señalización de rutas ____ Cámaras circuito cerrado ____ Cubiertas ____ Amplios espacios ____ mtrs² ____ Demarcación de lugares ____ Otros ____ Cuales? _____

4. ¿A qué clase de transporte está dirigido el servicio de parqueadero?

Vehículos pequeños ____ Vehículos grandes ____ Motocicletas ____ Todas las anteriores ____

5. ¿Cuál es la capacidad operativa de su parqueadero?

Vehículos ____ Motos ____

6. ¿En promedio cuántos vehículos recibe diariamente en su parqueadero?

Vehículos ____ Motocicletas ____ Otros ____ ¿Cuáles? _____

7. ¿En qué temporada y horario del año hay mayor recepción de vehículos?

Entre semana ____ Horario _____

Fines de semana ____ Horario _____

Temporada de vacaciones ____ Horario _____

8. ¿Periódicamente lleva registro y estadísticas de sus operaciones?

Sí ____ No ____

¿Por qué? _____

9. ¿Trabaja actualmente en convenio con alguna empresa, hotel o restaurante que les permita a sus funcionarios y visitantes gozar de la tranquilidad de dejar su vehículo en un lugar seguro?

Sí ____ Cual? _____

No ____ ¿Por

qué? _____

10. ¿Estaría dispuesto a ampliar su capacidad operativa?

Sí ____ No ____ ¿Por qué?

11. Permitiría que su personal, para desarrollarse y crecer en su desempeño laboral, se capacite en:

Cursos cortos ____ Diplomados ____ Carreras Técnicas (4 Semestres) ____

Carreras Tecnológicas (6 Semestres) ____ Carreras Profesionales (10 Semestres) ____

12. ¿Estaría interesado en hacer parte de un Grupo de Servicios que ofrezca a Ocaña y su región como destino turístico?

Sí ____ No ____ ¿Por qué? _____

¡MUCHAS GRACIAS!

ANEXO B. Fotografías de algunos parqueaderos

