



**2021**

**Informe de gestión**

**CORPARQUES**



# INFORME DE GESTIÓN 2021



# CAPÍTULO 1: NUEVAS REALIDADES

Pag.

5

<b>Sobre la memoria</b> .....	<b>6</b>
<b>Carta de nuestro director</b> .....	<b>8</b>
<b>Gobierno corporativo</b> .....	<b>11</b>
Nuestra Junta Directiva .....	12
Nuestro Comité de buen gobierno, riesgos y auditoría .....	13
Plan anual de auditoría 2021 .....	15
Función de la contraloría de la Cámara de Comercio de Bogotá .....	16
Función de KPMG .....	17
Nuestro Comité de Contratación .....	17
Nuestro Comité de Operaciones .....	17
<b>Equipo Directivo</b> .....	<b>18</b>
<b>Quiénes somos</b> .....	<b>25</b>

<b>Unidades de negocio</b> .....	<b>27</b>
<b>Nuestra cadena de Suministros</b> .....	<b>31</b>
<b>Nuestra gestión y selección de proveedores</b> .....	<b>35</b>
<b>Lo mejor del 2021</b> .....	<b>38</b>
Logros dirección y estrategia .....	40
Logros financieros .....	41
Logros técnicos, de mantenimiento e infraestructura .....	42
Logros operativos .....	43
Logros comerciales .....	49
Logros tecnológicos .....	50
Logros en la gestión del capital humano .....	51
Logros de planeación estratégica y proyectos .....	52
Logros en sostenibilidad, relacionamiento y comunicaciones .....	54

# CAPÍTULO 2: NUESTRA GESTIÓN

Pag.

59

<b>Entorno: el reto de reactivar el entretenimiento en Colombia</b> .....	<b>60</b>
<b>Reactivación económica</b> .....	<b>65</b>
Operación del parque en medio de emergencia económica .....	66
<b>Un año de reactivación y diversificación</b> .....	<b>67</b>
Terror al parque .....	68
Punto de vacunación .....	69
DiverFood Fest .....	70
<b>Alianzas que fortalecen nuestra gestión</b> .....	<b>71</b>
Nuestras alianzas comerciales .....	72
Nuestras alianzas con valor compartido .....	73
Nuestro relacionamiento con grupos de interés .....	80
<b>Nuestra gestión social</b> .....	<b>82</b>
<b>Experiencia al visitante: un cambio en la forma de servirle a nuestros clientes</b> .....	<b>84</b>
<b>Resultados financieros</b> .....	<b>89</b>
<b>Asuntos relevantes</b> .....	<b>91</b>

# CAPÍTULO 3: NUESTRO NEGOCIO

Pag.

93

Ingresos comerciales 2021 .....	94
Fiestras y eventos .....	97
<b>Evolución tecnológica</b> .....	<b>98</b>
Tecnología como la mejor herramienta en tiempos de emergencia sanitaria .....	99
Página web: una gran opción para la venta de productos, servicios y experiencia a los visitantes .....	100
Aplicación móvil: una manera de que nuestro negocio esté al alcance del cliente .....	102
<b>HSEQ</b> .....	<b>103</b>
Salud y seguridad en el trabajo, clave para nuestra operación .....	104
Ambiental: una transformación corporativa .....	104
<b>Nuestro talento humano</b> .....	<b>105</b>
Lo que hicimos en talento humano durante 2021 .....	109
Beneficios para los nuestros .....	109
Cultura enfocada en Servicio .....	110
Impactos Clima Organizacional Corparques 2021 .....	113
Impactos “Cultura Organizacional enfocada en la Experiencia del Visitante” 2021 .....	114
Control desde la auditoría, buen gobierno y riesgos .....	115

# CAPÍTULO 4: VIABILIDAD DEL NEGOCIO

Pag.

119

<b>Contrato de aprovechamiento</b> .....	<b>120</b>
<b>Asuntos legales</b> .....	<b>122</b>
Jurídica .....	123
Planeación .....	125
Materialidad .....	127
<b>Nuestros retos para continuar la evolución del negocio</b> .....	<b>128</b>
Planes y expectativas para el 2022 .....	129
Operaciones .....	130
Transformación tecnológica .....	131
Gestión sostenible y comunicaciones .....	132
Planeación y proyectos .....	133
Talento humano .....	134
Comité de Buen Gobierno Riesgos y Auditoría 2022 .....	135





1

**NUEVAS  
REALIDADES**



La memoria anual de Corparques contempla la **información relevante de la gestión corporativa**, la generación de valor compartido con los grupos de interés y los resultados de **desempeño financiero, social, ambiental, cultura de servicio, estrategia corporativa**, principales logros del año, **oportunidades de mejora y retos a futuro** en el sector del entretenimiento.

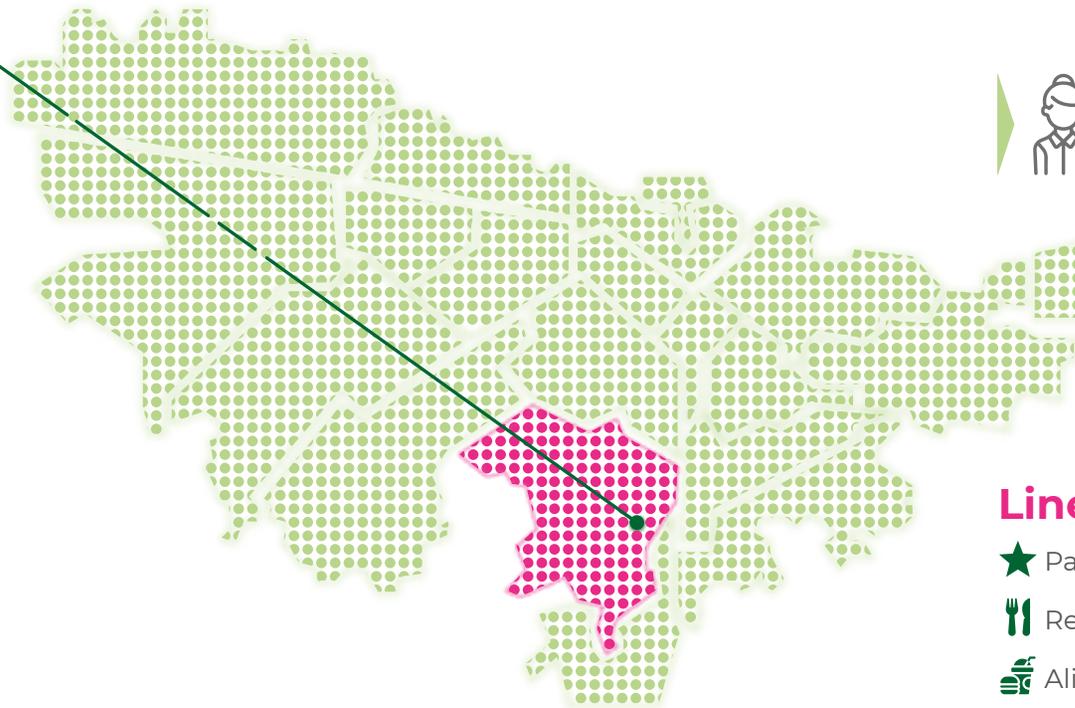
# Sobre el Parque Mundo Aventura

El Parque Mundo Aventura y el restaurante temático Arazá **son administrados por CORPARQUES**, filial de la Cámara de Comercio de Bogotá.

 **BOGOTÁ**  
Colombia  
Localidad de  
**Kennedy**

 Inaugurado el  
**31 de enero**  
**de 1998**

 Opera en  
**13**  
**Hectáreas**  
pertenecientes al IDRDR



 **485**  
Empleados

## Lineas de negocio

-  Parque de diversiones
-  Restaurante temático Arazá
-  Alimentos & bebidas
-  Mundo Natural
-  Fiestas y eventos

 **28** Atracciones  
mecánicas

 **04** Atracciones  
no mecánicas

 **17** Destrezas

 **02** Mascotas  
representativas



Sin duda **el 2021 fue un año atípico e incierto para el entretenimiento** y en especial para los parques temáticos a causa de los cambios normativos y altibajos generados por la **pandemia**, esta con la que fue necesario acostumbrarnos a vivir para recuperar la economía mundial, la salud mental y de la vida en 2019. Cuando asumí el reto de liderar Corparques en medio de la pandemia por covid-19 y de ser el encargado de una reactivación económica incipiente, no sabía claramente lo que podía ocurrir ante lo incierto que se tornaba el panorama para el 2021, pues la recesión mundial de 2020 llevó al sector del entretenimiento a una disminución del 5,6% con respecto a 2019 y en 2021 se proyectaba un crecimiento cercano al 6,4%, cifras que fueron indicadores de gestión para todo el sector

Tras largas jornadas de trabajo con mi equipo entendí que las propuestas de **diversificación del entretenimiento** y la experiencia son claves para lograr una reactivación económica exitosa en nuestro Parque Mundo Aventura y en general en todo el sector del entretenimiento. En el caso de Corparques puedo contar que la reactivación del parque Mundo Aventura y de sus líneas de negocio de Mundo Natural, fiestas y eventos, destrezas, eventos corporativos, aliados comerciales y el Restaurante temático Arazá nos sorprendió gratamente, pues las cifras de este informe de gestión así nos lo indican.

# Carta de Nuestro director

Durante 2021 la Corporación tuvo grandes retos en materia de salud y seguridad, el principal de ellos sin duda alguna fue el relacionado con la gestión en nuestras instalaciones de la emergencia sanitaria a causa del SARS-CoV-2, para lo cual **desarrollamos protocolos de bioseguridad cuyo objetivo principal era proteger y prevenir el contagio en nuestros colaboradores y visitantes**, aportando con ello a la reactivación económica y segura de Bogotá, y al cumplimiento de las normativas expedidas por el Gobierno Nacional para la apertura gradual de nuestras actividades.

En 2021 presupuestamos inversiones para la recuperación de Mundo Aventura, pues luego de 8 meses de cierre obligatorio en 2020 era necesario mantener, recuperar y reactivar las operaciones del parque y el talento humano de Corparques.

Dentro de las estrategias de reactivación planeadas para 2021 que tuvieron gran aceptación en nuestros grupos de interés podemos resaltar **la primera versión de Terror al Parque, el festival gastronómico DiverFood Fest y el punto de vacunación en Mundo Aventura**. Gracias al desarrollo de Terror al Parque compartimos buenas prácticas empresariales con el equipo del parque Salitre Mágico, el cual lleva más de 7 años con el exitoso Festival del Terror, lo cual nos permite pensar como sector en nuevas y mejores oportunidades que nos beneficien a todos.



El consumo per cápita ha sido el mejor de los últimos años a pesar de las restricciones por aforo de visitantes, es decir, **incrementamos en un 58% el consumo de nuestros usuarios versus 2019**. Estos resultados se convirtieron en claras señales de la recuperación de la economía.

En lo referente a recuperación de empleos **logramos reincorporar al 89% de nuestros colaboradores con contrato directo Corparques**, que por la crítica situación del parque en 2020 se desvincularon de la corporación. Del mismo modo, de la planta temporal se reincorporó el 90% del personal existente antes de la pandemia. Estos números de generación de empleo se dieron sin duda por el comportamiento atípico de las temporadas bajas en el parque, pues la afluencia de visitantes fue constante y continua, sumado a las

estrategias de diversificación que logramos implementar en la Corporación.

En el marco de nuestra gestión social, trabajamos basados en el derecho universal de la recreación, por lo cual en 2021 logramos reactivar el Programa de Entretenimiento Social de Corparques, que permitió el acceso al parque Mundo Aventura de manera gratuita a las poblaciones diferenciales de Bogotá y la región, lo cual contribuyó a su vez a mejorar la salud mental de los niños, niñas y jóvenes que durante la pandemia fueron la población con mayores afectaciones debido a los aislamientos prolongados que vivimos en el año 2020 según lo indicado por Unicef a mediados de 2021: *“Los últimos 18 meses han sido muy largos para todos nosotros, especialmente para los niños y niñas. Debido a los confinamientos nacionales y a las*

## Corparques

*restricciones de movimiento relacionadas con la pandemia, los niños han perdido un tiempo valioso de sus vidas lejos de la familia, los amigos, las aulas y los lugares de recreo, que son muy importantes durante la infancia”,* dijo Henrietta Fore, directora ejecutiva de UNICEF.

**Trabajamos en el marco de la reactivación en la generación de alianzas estratégicas de valor compartido** que le permitieran a nuestra Corporación impulsar temas importantes para los bogotanos, tales como: firma de la Gran Alianza por la Nutrición donde Corparques se compromete a hacer de Mundo Aventura el primer parque en Colombia amigo de la lactancia materna y la familia, y a pertenecer como actor privado a la Estrategia Nacional

Pedagógica y de Prevención del castigo físico; firma con el IDT como Locatarios de Marca Bogotá; firma de alianza con la Alcaldía de Kennedy para trabajar por la salud mental y física de los habitantes de la localidad y posicionar a Mundo Aventura como un espacio cultural para la comunidad y Bogotá; firma del convenio con UNIEMPRESARIAL para desarrollar la Red de emprendimiento temprano, Red-e y programas de capacitación a los colaboradores de Corparques.

**Como Corparques ratificamos nuestro compromiso con Pacto global de la ONU y sus 10 principios,** buscando la sostenibilidad corporativa y el aporte para el cumplimiento de los ODS 2030.

Arrancando 2022 reconfirmo que en 2021 prendimos motores, **mejorando y ofreciendo nuevas alternativas de entretenimiento para las familias bogotanas y de la región,** resignificando la importancia de los espacios al aire libre como nuestro parque Mundo Aventura, donde la experiencia, la diversión, la variedad y la seguridad son el sello de un buen plan. Sea esta la oportunidad para invitarlos a conocer más de Corparques por medio de este informe de gestión y por supuesto **agradecer a la Cámara de Comercio de Bogotá y a nuestra junta directiva** por su respaldo, y a todo mi equipo por su compromiso y arduo trabajo, estoy confiado que seguir trabajando por la diversificación del negocio del entretenimiento nos traerá nuevos frutos y satisfacciones.





# Gobierno Corporativo

# Nuestra Junta Directiva



**NICOLÁS URIBE RUEDA**

**Principal**

Presidente Ejecutivo  
Cámara de Comercio de Bogotá.

**MARTHA VELEÑO QUINTERO**

**Suplente y segunda vicepresidenta**

Vicepresidenta ejecutiva Cámara  
de Comercio de Bogotá. Mesa directiva.



**CAMILO LIÉVANO LASERNA**

**Principal y presidente**

Empresario y Miembro Junta Directiva  
Cámara de Comercio de Bogotá.

**JUAN PABLO FAJARDO**

**Suplente**

Empresario.



**CARLOS AUGUSTO RAMÍREZ**

**Principal**

Empresario y miembro Junta Directiva  
Cámara de Comercio de Bogotá.

**JORGE PACHÓN ESPITIA**

**Suplente**

Empresario y miembro Junta Directiva  
Cámara de Comercio de Bogotá.



**GONZALO SERRANO RODRÍGUEZ**

**Principal y primer vicepresidente**

Empresario y Miembro Junta Directiva  
Cámara de Comercio de Bogotá.

**LUIS FERNANDO ÁNGEL**

**Suplente**

Empresario y miembro Junta Directiva  
Cámara de Comercio de Bogotá.



**FRIEDRICH BIRSCHEL GUERICKE**

**Principal**

Empresario.

**MANUEL ALFONSO CARRILLO**

**Suplente**

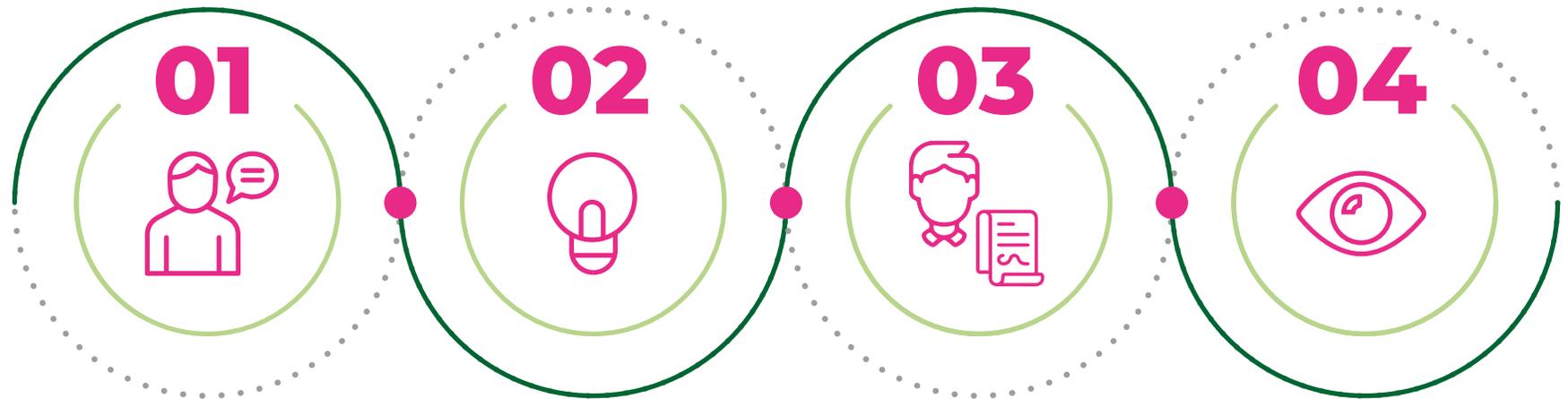
Empresario.



# Comité de Buen Gobierno, Riesgos y Auditoría

Presentar a la junta directiva los aspectos claves y sobre **cualquier PROBLEMA SIGNIFICATIVO** que represente un riesgo para la Corporación.

Verificar la **EFICACIA Y LA EFICIENCIA** de la auditoría interna.



Comunicar permanente a la administración sobre los **RIESGOS EMERGENTES** y su posible materialización.

Evaluar el alcance y la efectividad de los **SISTEMAS DE GESTIÓN ESTABLECIDOS** por la administración identificando y determinando la posible materialización de los riesgos.

# Plan anual de Auditoría 2021

En el Comité de Buen Gobierno, Riesgos y Auditoría realizado el **22 de febrero de 2021** SE APROBÓ EL **PLAN DE TRABAJO DEL ÁREA DE AUDITORÍA INTERNA**, para lo cual fue aprobada la realización de 9 evaluaciones para los procesos implementados por Corparques:



Evaluación Proceso de  
HSEQ – SST



Evaluación Proceso de  
Activos Fijos – Financiera



Evaluación Proceso  
de Infraestructura



Evaluación Operación  
Restaurante arazá



Evaluación Proceso  
Producción-Alistamiento-  
Distribución Pasaportes



Evaluación Proceso  
de Contabilidad



Evaluación Operación  
Alimentos & Bebidas



Evaluación Proceso de  
Operaciones – Atracciones



Evaluación Proceso  
de Logística

## Corparques

Adicionalmente, durante el 2021 por solicitud de la dirección general se llevó a cabo la evaluación de las siguientes actividades:

Evaluación proceso liquidación de nómina
Evaluación liquidación compensación variable
Arqueos: caja general / cajas menores / taquillas
Toma de Inventarios
Control y monitoreo - matrices de riesgo
Liquidación cesantías
Seguimiento planes de acción KPMG – Contraloría CCB – Auditoría Interna

## Función de la contraloría de la CCB

El sistema de control interno de la Cámara de Comercio de Bogotá está basado en el modelo COSO – ERM (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission - Enterprise Risk Management), mediante su labor **se ha mejorado la efectividad del sistema de control interno** (SCI) para el cumplimiento de los objetivos institucionales a nivel de cada una de las filiales de la Cámara de Comercio de Bogotá.





## Función de KPMG

El enfoque y plan de trabajo de KPMG está basado en una metodología desarrollada para dar cumplimiento a las **normas internacionales de auditoría**, evaluación de aspectos tributarios y evaluación de procedimientos establecidos al interior de Corparques, lo cual los lleva a realizar procedimientos de auditoría basados en pruebas selectivas con el objetivo principal de salvaguardar para prevenir o detectar errores o irregularidades en el desarrollo de la operación.

## Nuestro Comité de Contratación

Desempeña el rol de órgano asesor y consultivo de las diferentes instancias que autorizan y ordenan el gasto en materia contractual en la Corporación cuando el valor estimado de la contratación es igual o superior a 40 SMMLV antes de IVA y, además, vela por el cumplimiento del Manual de Contratación en los procesos sometidos a su consideración. Dicho Comité está conformado por el director general, la directora financiera y administrativa y la asesora jurídica y son invitadas permanentes la auditora y la jefa de logística.

## Nuestro Comité de Operaciones

Establecido para analizar **novedades de la operación del parque y los responsables en su ejecución**. En este participan la Subdirección de Operaciones, la Subdirección de Mercadeo y ventas y la Dirección de Ingeniería.

A vibrant amusement ride named "RANGER" is the central focus. The ride features a central control cabin with a black, conical roof that has the word "RANGER" written in large, bold, yellow letters. The cabin is surrounded by a red and yellow structure with multiple levels and railings. The ride is set against a backdrop of a clear blue sky and a red brick ground. The overall aesthetic is bright and playful, typical of a fair or amusement park.

**RANGER**

**Equipo  
Directivo**

# Andrés Falla Cabrera

## Director general Corparques

### Rol

Dirige a Corparques desde marzo de 2021. Dentro de sus retos están liderar la estrategia innovación, sostenibilidad y diversificación de la Corporación, y mantener el posicionamiento de Mundo Aventura como el parque número 1 del país por cantidad de visitantes, gestión social y el desarrollo de mejores experiencias para la familia.

### Academia y experiencia

- Administrador de empresas de la Universidad Sergio Arboleda
- Especialista en mercadeo del Colegio de Estudios Superiores en Administración – CESA
- Magíster en administración de negocios de la Universidad Sergio Arboleda
- Más de 15 años de experiencia en gestión y administración de parques de diversiones y negocios de entretenimiento.





**Sandra Serrano**

**Directora financiera**

### **Rol**

Responsable de garantizar el buen funcionamiento del parque, los procesos con base en el mejoramiento continuo, brindando información oportuna y veraz para la toma de decisiones estratégicas. Encargada de la reestructuración de la Dirección Financiera apalancada en la estrategia de ética y Buen Gobierno de la Cámara de Comercio de Bogotá.

### **Academia y experiencia**

- Contadora pública de la Universidad Central
- Especialista en revisoría fiscal de la Universidad Central
- Especialista en normas internacionales de la Universidad Javeriana
- Con amplios conocimientos en normas internacionales de contabilidad
- Más de 20 años de experiencia en gestión de procesos relacionados con planeación estratégica y financiera; control presupuestal; auditoría; negociación; tesorería; presentación de información financiera, de control y de gestión a entidades vigilantes y a niveles directivos de las organizaciones.



**William Ojeda**

**Director de ingeniería**

### **Rol**

Responsable de diseñar el programa de mantenimiento y controlar la ejecución según parámetros del RCM de acuerdo con la ley 1225 y/o la norma internacional ASTM F24. También es el encargado de evaluar las fallas de seguridad encontradas en el funcionamiento del parque y generar las diferentes acciones correctivas. Evalúa fallos relevantes en las atracciones y diseñar estrategias de solución. Planea, ejecuta y controla los presupuestos anuales de mantenimiento.

### **Academia y experiencia**

- Ingeniero mecánico de la Universidad América
- Especialista en gerencia de proyectos, ingeniería
- Con amplios conocimientos como auditor líder ISO 9001
- Más de 20 años de experiencia en temas relacionados con mantenimiento, proyectos, asesoría técnica e ingeniería



## Mallerly Medina Murillo

**Subdirectora de planeación estratégica y proyectos**

### Rol

Responsable de desarrollar la planeación estratégica general, así como de direccionar el sistema integrado de gestión HSEQ; desde su rol garantiza la supervisión al cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura (BPM) y asegura la definición y seguimiento de proyectos tendientes al mejoramiento de la Corporación.

### Academia y experiencia

- Ingeniera ambiental de la Universidad de Pamplona
- Especialista en gestión energética y ambiental de la Universidad de la Salle
- Especialista en higiene, seguridad y salud en el trabajo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas
- Más de 10 años de experiencia profesional en áreas tales como la gestión energética, la gestión ambiental, cálculo de huella de carbono corporativa, en la elaboración de estudios ambientales, y en el manejo de la seguridad y salud en el trabajo



## Ernesto Gutiérrez Corredor

**Subdirector de Operaciones**

### Rol

Encargado de dirigir la operación del parque Mundo Aventura, sus retos, mantener los estándares de seguridad en atracciones y servicio al cliente, lidera la comercialización interna de las unidades de negocio, cumpliendo con los objetivos trazados por la Corporación, conservando el posicionamiento de Mundo Aventura como el más seguro del país.

### Academia y experiencia

- Industrial CIDCA - Universidad los libertadores
- Productor de eventos masivos y conciertos con experiencia de 17 años
- Diplomado en Organización de eventos y servicio al cliente Universidad Externado de Colombia
- Más de 23 años de experiencia en gestión, administración y operación en parque de diversiones y negocios de entretenimiento.



**Amanda Arias Venegas**

**Subdirectora de talento humano**

### **Rol**

Responsable de liderar el área de Talento Humano y Centro de Formación Corparques C.F.C., soportando los requerimientos y estrategias con el talento para la satisfacción del cliente.

### **Academia y experiencia**

- Psicóloga de la universidad Católica de Colombia
- Especialista en psicología de las organizaciones de la universidad Católica de Colombia
- Maestría en Administración con énfasis en Gerencia Global de la Universidad Regiomontana de México
- Más de 12 años de experiencia diseñando e implementando todos los procesos de recursos humanos, en compañías nacionales y multinacionales, manejando presupuestos y liderando equipos multidisciplinarios.



**Marlon Hurtado Peña**

**Subdirector de IT**

### **Rol**

Encargado de asegurar que la tecnología esté 100% disponible para que la experiencia del visitante sea lo más eficiente posible con el precio correcto, para el visitante indicado según la atracción y servicio, con los controles de idoneidad de cada uno de nuestros operadores y de los movimientos de inventario para cumplir las metas de ingreso y operacionales del parque.

### **Academia y experiencia**

- Ingeniero de sistemas de la Universidad Nacional de Colombia
- Especialista en administración y análisis financiero de la Universidad Católica de Colombia
- MBA en administración de empresas de ISEAD, Universidad Complutense de Madrid
- Más de 20 años de experiencia en venta Consultiva, “as a Service” y en firme, creación de unidades de negocio, gerencia de cuentas y ampliación de portafolio.



## Alexandra Angel Ortega

**Subdirectora gestión sostenible y comunicaciones**

### Rol

Encargada del relacionamiento estratégico con grupos de interés, relaciones públicas, manejo de medios de comunicación, gestión sostenible de la Corporación, diseño y ejecución de la estrategia de comunicación y gestión social de la Corporación.

### Academia y experiencia

- Diseñadora gráfica de la Fundación Universitaria Los Libertadores
- Especialista en gerencia de diseño (I+D+I, mercadeo y marketing, desarrollo de producto, administración) de la Universidad Jorge Tadeo Lozano
- Especialista en comunicación corporativa de la Universidad Politécnica Gran Colombiano
- Más de 13 años de experiencia en el desarrollo de estrategias de comunicación interna y externa; gestión de proyectos corporativos y de sostenibilidad; relacionamiento interinstitucional y manejo de grupos de interés; manejo de crisis, reputación de marca y medios; desarrollo de alianzas y convenios; relacionamiento de alto nivel con entidades públicas y privadas; y coordinación de eventos privados y de gobierno.



## Juan Carlos Rosas

**Subdirector de mercadeo y ventas**

### Rol

Responsable de la planeación, coordinación, control y dirección de las estrategias de venta, mercadeo y servicio, enfocadas en el crecimiento comercial de la Corporación.

### Academia y experiencia

- Administrador de empresas de la Universidad la Sabana
- Master of Business Administration – MBA Marketing de la Universidad Adolfo Ibáñez
- Máster Marketing Digital de la IEBS
- Más de 12 años de experiencia en la dirección de áreas de mercadeo y ventas.



**Shirley Niño Pacheco**

**Asesora jurídica**

### **Rol**

Encargada de brindar seguridad jurídica en el desarrollo de las actividades de la Corporación a través de la mitigación del riesgo jurídico y la respuesta oportuna de requerimientos internos y externos.

### **Academia y experiencia**

- Abogada trilingüe de la Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario
- Especialista en derecho contractual y magister en derecho administrativo de la Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario
- Magister en Análisis Económico del Derecho y las Políticas Públicas de la Universidad de Salamanca (España)
- Más de 12 años de experiencia profesional como asesora y litigante en derecho comercial, contractual, laboral y administrativo en empresas privadas y entidades públicas como el Viceministerio de Turismo y el SENA.



**Yamile Ortiz Corredor**

**Auditora**

### **Rol**

Encargada de realizar la auditoría interna de Corparques proporcionando aseguramiento y consultoría mediante una actividad permanente, independiente y objetiva al sistema de control interno y de gestión de riesgos a la Corporación, agregando valor y mejorando las operaciones, contribuyendo de este modo al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la Corporación, los intereses particulares y la mejora del ambiente de control.

### **Academia y experiencia**

- Contadora de la Universidad Militar Nueva Granada
- Más de 15 años de experiencia y trayectoria laboral en áreas administrativas, financieras y auditoría Interna, contando con una formación integral y consiente de la responsabilidad que implican los juicios y opiniones frente a las organizaciones.



# MONO LOCO



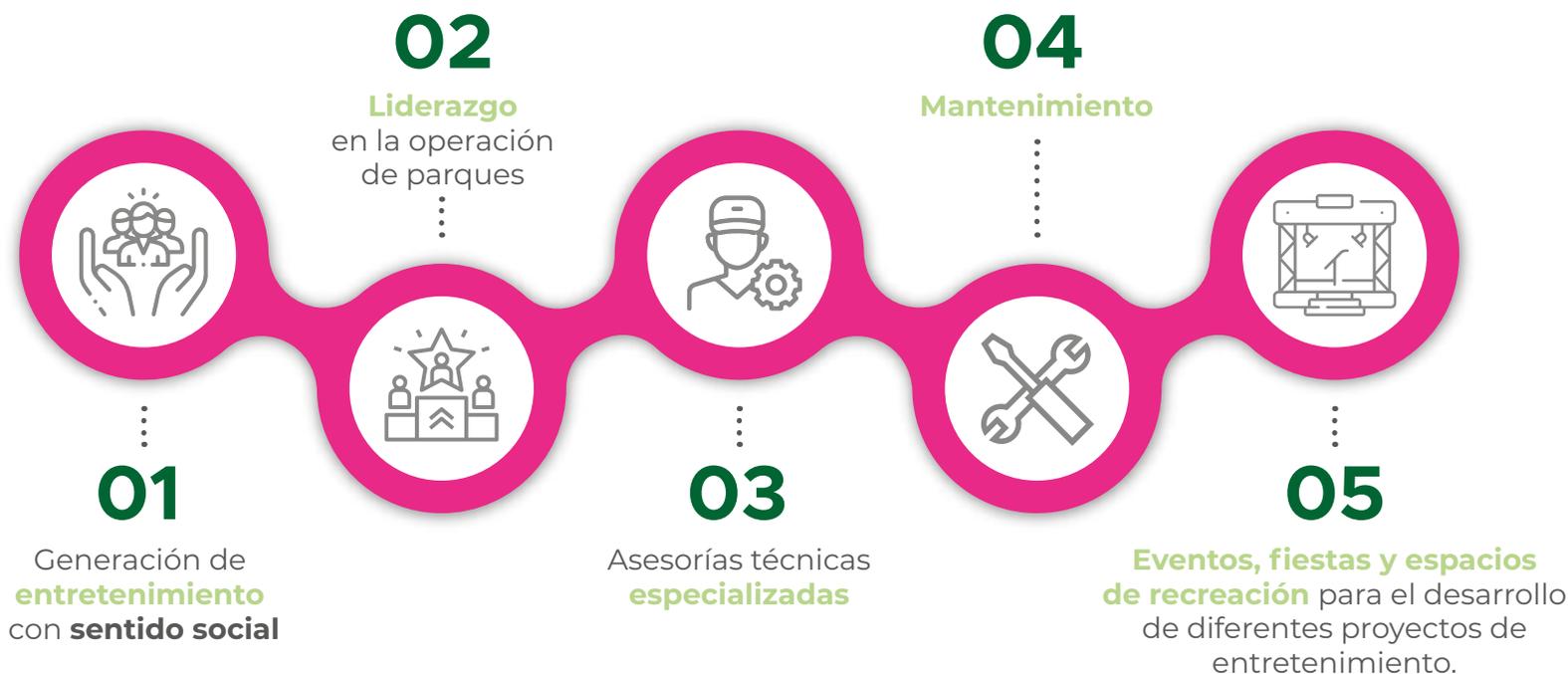
**Quienes  
somos**

## Corparques

La Corporación para el Desarrollo de los Parques y la Recreación en Bogotá, Corparques, **es una entidad sin ánimo de lucro, filial de la Cámara de Comercio de Bogotá**, propietaria y administradora del parque Mundo Aventura y el restaurante temático Arazá.

Corparques actúa como el brazo social de la Cámara de Comercio de Bogotá, fue creada en el año de 1995 con el objetivo de **generar bienestar social en Bogotá - región** por medio de proyectos de entretenimiento y para impulsar el desarrollo del entorno a nivel económico, social y ambiental.

La Corporación cuenta con **amplia experiencia** en:





# Unidades de Negocio



## Parque **Mundo Aventura**

El parque cuenta con 13 hectáreas en las cuales se ubican 28 atracciones mecánicas y cuatro no mecánicas de tipo extremo, familiar, infantil y de destreza, las cuales se ubican en Mundo Pombo, Mundo Natural, Bogotá Turística y Sabana precolombina. La oferta diversa permite a los visitantes disfrutar del entretenimiento para toda la familia.



## Restaurante **temático Arazá**

En Mundo Aventura la experiencia de entretenimiento de los visitantes debe ser única e inolvidable, así como la oferta gastronómica del restaurante Arazá, donde la diversidad de los sabores autóctonos de Colombia presentes en un ambiente tematizado de la selva Amazónica, acompañado por la recreación animatrónica de la fauna de esta zona del país.

Para los clientes empresariales el restaurante Arazá ofrece una amplia variedad de platos y preparaciones gourmet que satisfacen todos los requerimientos para cualquier tipo de evento, reunion o simplemente para disfrutar de las emociones del parque Mundo Aventura.



## Mundo Natural

Mundo Natural es un espacio de entretenimiento y de aprendizaje para familias, colegios y grupos infantiles, que busca despertar conciencia sobre la importancia de la naturaleza, el respeto por ésta y el valor de las labores agropecuarias. La granja es un espacio donde es posible experimentar el contacto con más de 17 especies de animales, los cuales son cuidados y mantenidos con respeto y amor en espacios adecuados según sus características.

En esta zona también es posible disfrutar de los productos derivados de los animales de la granja como yogures, postres, huevos orgánicos y más, producidos con altos estándares de calidad e higiene, es decir, toda una experiencia natural en medio de la ciudad.



## Alimentos & Bebidas

Con más de 20 años de experiencia en la producción y comercialización de alimentos, la unidad de Alimentos & Bebidas ofrece a los visitantes y clientes corporativos una amplia oferta gastronómica especialmente diseñada para atender todas las necesidades alimenticias según la ocasión. Nuestros profesionales se encargan de preparar, presentar y ofrecer alimentos deliciosos, nutritivos y con buenas prácticas de manufactura para todo tipo de eventos.



## Fiestas y eventos

Corparques dentro del Parque Mundo Aventura ofrece las mejores opciones para disfrutar las fiestas familiares en un ambiente de diversión y alegría. El complejo de fiestas cuenta con cuatro salones temáticos bajo los conceptos de Selva, Ciudad, Mar y Edad Media. Complementando la oferta de salones con la sala Multifuncional, la Casita Pombo, la Baby Zone, La Granja y celebraciones tipo picnic en las zonas verdes del parque. Dentro de la oferta de celebraciones están fechas importantes como: cumpleaños, bautizos, primeras comuniones, grados, entre otros momentos memorables.



## Ventas corporativas

Corparques cuenta con un equipo especializado en soluciones de entretenimiento para eventos y actividades empresariales que se ajustan a las necesidades de bienestar de las empresas.



**Nuestra cadena  
de Suministros**



.....

La cadena de suministros establecida en Corparques busca permitir la **adquisición de bienes y servicios de una manera óptima en tiempos y recursos**, que satisfaga nuestras necesidades a nivel operativo, de mantenimiento, de materia prima y de gestión administrativa. Nuestra cadena es robusta con diferentes clientes a nivel interno y externo, productos y servicios, que se ve representada en el siguiente esquema:

# Cadena de Abastecimiento

Corparques



# Importación de suministros

Dentro de nuestro proceso de **adquisición de bienes y servicios en el exterior**, hemos definido el procedimiento que permita adelantar estas operaciones de acuerdo con las disposiciones legales establecidas según el estado. En tal sentido las importaciones se realizan de la siguiente manera:





**Nuestra gestión  
y selección de  
proveedores**

## ¿Cómo se realiza la contratación en Corparques?

A partir del Manual de Contratación y del Manual de Procedimiento de Compras y Suministros, como Corporación gestionamos el proceso de contratación de manera oportuna, a través de proveedores estratégicos que garanticen el cumplimiento de los estándares requeridos en cuanto a calidad, tiempos de respuesta y precio.

Dicho proceso se realiza a partir de las cuantías a contratar, lo cual define el tipo de convocatoria a realizar, el número de ofertas mínimo a comparar y el mecanismo de formalización del negocio (orden de compra/servicio o contrato), de la siguiente manera:



CUANTÍA	TIPO DE CUANTÍA	MODALIDAD
> 0 y < 40 SMLMV antes de IVA	Menor cuantía	Convocatoria privada – “Términos de referencia”
≥ 40 SMLMV y < 400 SMLMV antes de IVA	Mayor cuantía	Convocatoria privada
≥ 400 SMLMV antes de IVA	Superior cuantía	Convocatoria de participación abierta

Gracias a los buenos resultados de la reactivación económica de 2021 en Corparques pudimos reactivar nuestras relaciones con los proveedores claves en el desarrollo de nuestro negocio lo cual nos permitió:

1. Recuperar nuestras relaciones comerciales con más de **500 proveedores**
2. La Corporación realizó compras de productos, servicios y materia prima por **\$10.801.074.663**

## Criterios para la selección de proveedores

El área responsable de la contratación establece las especificaciones técnicas necesarias del bien o servicio a contratar, así como los criterios para evaluar las diferentes propuestas de manera objetiva, generalmente se tienen en cuenta factores como: el precio, la calidad, los aspectos técnicos, la organización y el equipo de trabajo, así como la experiencia adicional o específica, entre otros.

Por lo anterior, actualmente no se tiene contemplada la evaluación de aspectos ambientales o sociales, lo cual aportaría al modelo de sostenibilidad empresarial, lo cual implica un reto y una oportunidad de mejora para la organización.

Así las cosas, en medio de la reactivación económica empezamos los planteamientos para el desarrollo de una herramienta idónea para clasificar a los proveedores de acuerdo con una serie de criterios que permitan establecer la satisfacción con el bien o servicio contratado y el cumplimiento de la ofrecido, entre otros.



# Lo mejor del 2021

Gracias a los planes y las estrategias de diversificación del entretenimiento desarrolladas por nuestro equipo fue posible hacer inversiones económicas en **adecuaciones, tematización y generación de empleo, relacionamiento, eventos** durante 2021, **apostando de esta manera a la reactivación económica de la ciudad y el país**. A continuación, resaltamos los logros de nuestro equipo, los cuales permitieron que la Corporación se reactivara satisfactoriamente:



Mundo Aventura en el marco de la reactivación recibió **631.532 visitantes**, de este número **62.328 personas de comunidades vulnerables**, cerca del 10% del total de visitantes, accedieron a nuestro parque de manera gratuita gracias a nuestro Programa de Entretenimiento Social.



Los ingresos de la Corporación fueron por \$25.131.000.000 COP para 2021 en el marco de la reactivación económica, **lo cual permio reactivar el 100% de la operación del parque**.



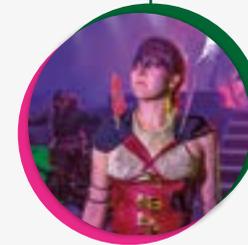
El consumo per cápita ha sido el mejor de los últimos años a pesar de las restricciones por aforo de visitantes, es decir, **incrementamos en un 58% el consumo de nuestros usuarios versus 2019**. Estos resultados son claras señales de la recuperación de la economía.



Realizamos inversiones por \$1.450.000.000 COP en el **programa de mantenimiento de atracciones e infraestructura, lo cual nos permitió mantener, recuperar y reactivar el 100% de la operación** de las diferentes unidades de negocio del parque.



**Inversiones en adecuaciones locativas** para mejoras en el aspecto del parque por \$200.000.000 COP.



Como estrategia de reactivación realizamos la **primera versión de Terror al Parque** con un balance positivo gracias a las **9.672 visitantes que confiaron en nuestra apuesta**, lo cual se vio reflejado en un ingreso per cápita del evento de \$66.400 COP.



Gracias a Terror al Parque **compartimos buenas prácticas empresariales con el parque Salitre Mágico**, el cual que lleva más de 7 años con el exitoso Festival del Terror, lo cual nos permitió pensar como sector en nuevas y mejores oportunidades que nos beneficien a todos.



Gracias a la alianza entre la Secretaría Distrital de Salud, Corparques y la IPS Innovar Salud, **15.660 personas fueron inmunizadas entre agosto y diciembre del 2021** en el punto de vacunación de Mundo Aventura.



En lo referente a **recuperación de empleos** logramos reincorporar al **89% de nuestros colaboradores** con contrato directo con Corparques, que por la crítica situación del parque en 2020 se desvincularon de la Corporación. Del mismo modo, **de la planta temporal se reincorporó el 90% del personal** existente antes de la pandemia.

# Logros dirección y estrategia

El cambio de director permitió **refrescar y fortalecer la Corporación en diferentes frentes**, repercutiendo en una recuperación exitosa no esperada para 2021. A pesar de que los retos eran muchos y de complejidad, en tan solo **9 meses de gestión** nuestro director Andrés Falla ha logrado:

- **Fortalecimiento y redefinición de las líneas de negocio**, lo cual permitió una reactivación económica exitosa alcanzando **cifras diferenciales de impacto positivo** a nivel económico, de generación de empleo y en ventas.
- Ajustes estratégicos para la oferta en productos y servicios de **A&B, Súper Fan y Mundo Natural**, lo cual permitió mejorar la experiencia del visitante en el parque.
- Direccionamiento para la **optimización de procesos y filas en las atracciones** para mejorar los tiempos de atención.
- Conformación de un **equipo directivo equitativo** compuesto por 5 hombres y 6 mujeres, lo cual permitió reemplazar un esquema directivo de jerarquía vertical y sin equidad de género bajo el cual se había manejado la Corporación.
- La dirección se acercó a todos los niveles de la organización mostrándose como una **administración de puertas abiertas**.



- Fortalecimiento de la **marca Corparques** en el gremio del entretenimiento, el sector del turismo y el equipo que integra la Corporación.

## Logros financieros

- A pesar de las restricciones por la emergencia sanitaria y los disturbios de orden público generados por las manifestaciones en el marco del paro nacional, en 2021 logramos recibir 631.532 visitantes con un per cápita de \$39.175, en comparación con 2019 año durante el cual se recibieron 1.131.557.000 visitantes con un per cápita de \$24.810. De acuerdo con estas cifras, el parque tuvo una menor afluencia de personas en 2021, pero **el consumo de los visitantes aumentó significativamente**, reflejándose en el aumento del per cápita y de los ingresos para Corparques que en 2021 con tan solo 9 meses de funcionamiento fueron de \$25.131.000.000 comparados 29.480.689 generados en 2019.
- El EBIDTA en 2021 fue del 6%, solo un (1) punto por debajo de 2019.
- Una de las líneas de negocio que tenía serias afectaciones desde antes de la pandemia era el Restaurante Arazá, el cual, tras las nuevas estrategias comerciales pensadas en su reactivación, **incrementó sus ventas en un 129%** comparado con 2019, lo que significa que aportó a la Corporación un 6% de sus ingresos.

# Logros técnicos

---

## de mantenimiento e infraestructura

Nuestro equipo de ingeniería y asesorías técnicas **alcanzó el cumplimiento del plan de mantenimiento programado**, así como también el soporte a las estrategias comerciales que se desarrollaron en el año, de esta forma los siguientes son sus logros:

- Cumplimos al 100% del cronograma de mantenimiento mayor y END para el 2021 garantizando los niveles de seguridad, confiabilidad y la disponibilidad de las 28 atracciones, con un presupuesto ejecutado de \$1.450 M en actividades de mantenimiento programado.
- Se llevó a cabo **la Auditoría REI de las atracciones** que permitió confirmar las buenas condiciones estructurales y los mínimos problemas de seguridad. Tras el informe de la firma auditora confirmamos que el mantenimiento de las atracciones se realizó de manera oportuna y el programa de inspección de las estructuras fue altamente satisfactorio.
- A pesar de no ser de temas no contemplados en los planes de la Corporación para 2021, se logró habilitar la Infraestructura que permitió **la reapertura de Mundo Natural y el servicio de equinoterapia**.
- Adecuado uso y revisión del inventario de repuestos estratégicos del almacén, logrando una optimización de los recursos para el mantenimiento del parque.



- Realizamos la planeación, fabricación y montaje de **la cocina campestre del Restaurante Arazá.**
- Se reinició del **programa de Gestión de activos**, comenzando por el diagnóstico del estado de madurez del proceso para 2021, desarrollando el plan de trabajo para mantener y consolidar el nivel de madurez y gestión del cambio de la Corporación en 2022.

## Logros operativos

En nuestro equipo de operaciones durante 2021, desarrollamos múltiples estrategias que fortalecieron la atención a los visitantes desde diferentes frentes, de forma que la experiencia sea integral a partir de los diferentes servicios que ofrecemos a través de las jefaturas que la integran.

### **Mundo Natural y equinoterapia, espacios que hacen la diferencia dentro de la ciudad**

Gracias al esfuerzo de toda la Corporación, logramos la reapertura en tan solo mes y medio sin encontrarse proyectada en el plan de negocio de 2021, igualmente **superamos el**



## Corparques

**presupuesto de ingresos planteados en los ocho meses de operación.** Logros obtenidos son los siguientes:

- Fue aprobado el plan de análisis financiero de la unidad de negocio
- Desarrollamos y ejecutamos el cronograma trabajo para dar inicio a la operación de la unidad de negocio.
- Se adelantaron adecuaciones y mejoras locativas en nuestras instalaciones para habilitar el servicio a los visitantes.
- Se superó el presupuesto de ingresos establecidos en un 91%.
- Tras la apertura de la Granja **logramos poner en funcionamiento el servicio de equinoterapia**, donde alcanzamos las 1.066 sesiones obteniendo ingresos por \$59.382.000.

## Fiestas y eventos, un reto en el marco de la reactivación

En 2021 nuestra unidad de fiestas contó con nuevos espacios que responden a los retos que impone la pandemia a través de celebraciones tipo picnic en las zonas verdes, y en la granja de Mundo Natural. También realizamos la ampliación de celebraciones de fechas para la familia.



A continuación, demostramos los principales logros que hemos obtenido:

- Alcanzamos el 168% de cumplimiento en ventas del presupuesto 2021.
- Logramos un 10% de incremento en las ventas del segundo semestre de 2021 comparado con 2019.
- Se reestructuró el área de fiestas para mejorar la comercialización y atención operativa de las fiestas vendidas.
- Se unificó el área de fiestas y eventos, **generando así un aumento de 65% en personal** y un soporte a toda la operación del parque en lo referente a temas logísticos.
- Se realizaron 458 celebraciones durante 2021.
- Se amplió la oferta de servicios **con desarrollo de fiestas Picnic**, las cuales se pensaron para el aprovechamiento de las zonas verdes del parque y optimización del complejo de fiestas.
- Se diversificó el portafolio de fiestas, lo cual permitió ofrecer distintas celebraciones familiares.

## Taquillas

Para nuestra jefatura de taquillas el año 2021 fue de fortalecimiento de sus procesos donde el principal reto consistió en ofrecer la mejor experiencia a los visitantes a fin de garantizar una adecuada gestión en la venta que permitiera los ingresos requeridos. En tal sentido sus logros fueron los siguientes:



## Corparques

- A partir de las oportunidades de mejora detectadas en el marco de la redefinición de procesos para el área de taquillas, **realizamos mejoras en los procedimientos, tecnología y talento humano.**
- Pusimos en funcionamiento de la totalidad de las taquillas existentes en el parque
- Llevamos a cabo la renovación tecnológica y aumentamos de medios de atención para mejorar la experiencia de nuestros visitantes.
- Modificación del proceso de venta incluyendo la venta de agrandados de comida desde las taquillas, impactando positivamente los ingresos de la Corporación en las líneas de negocio Arazá y Alimentos & Bebidas.

## Atracciones

Nuestro equipo de operaciones ha superado retos importantes en 2021 como la consolidación en la **implementación de los protocolos de bioseguridad.** Así mismo nos enfocamos en la optimización en los tiempos de espera en atracciones y destrezas. A continuación, presentamos nuestros principales resultados:

- Hemos puesto en marcha de todas las atracciones cumpliendo con protocolos de bioseguridad, optimización de capital humano, visibilizando mejoras en el servicio al cliente y haciendo la diferencia en la experiencia de los visitantes. La satisfacción de los visitantes, según medición de servicio, alcanzó un cumplimiento de 99%.
- Logramos **cero incidentes en atracciones** durante el año 2021.





## Destrezas

Para nuestro equipo de destrezas en 2021 se centró en la consolidación de la oferta de entretenimiento, reflejándose en un mayor ingreso y el cumplimiento de su presupuesto. De tal manera los siguientes fueron sus logros:

- Logramos el 106% en ventas de destrezas para 2021.
- Iniciamos la operación de **la nueva destreza Barras**, como una nueva experiencia para el visitante.

## Logros en nuestra cadena de producción de alimentos

Para la unidad de negocio de A&B el año que terminó fue del fortalecimiento de la oferta a través de **nuevos puntos de venta y la consolidación de los existentes**, de esta manera sus logros fueron los siguientes:

- Entre el primero de enero hasta el 31 de diciembre del año 2021 el área de alimentos y bebidas reportó ingresos de \$4.922.163.352 a pesar de los cierres decretados por los entes gubernamentales en el primer semestre del año.
- **Iniciamos año con 3 puntos de venta en el parque, para diciembre de 2021 se cuenta con 17 puntos** generando mayores ingresos.

## Corparques

- Se adicionó punto de venta en Mundo Natural y mi tienda al área de A&B, ampliando la **oferta de productos con postres y yogures**, de igual manera adquiriendo una zona de producción más (Lácteos).
- Apertura de 2 puntos móviles con carros de patrocinadores a las salidas del parque una hora antes del cierre.

## Logros de nuestro Restaurante Temático Arazá

Gracias a las estrategias comerciales desarrolladas durante 2021 nuestro restaurante logró importantes ingresos, muestra de ello fue **la promoción de agrandado desde taquillas y la realización del DiverFood Fest** en sus diferentes versiones que permitió ampliar la oferta gastronómica.

- Las ventas para 2021 de nuestro restaurante:
  - Por pasaportes: \$ 568,073,519
  - Por uno a uno: \$ 948,252,250
- Ingresos DiverFood Fest mexicano, italiano, peruano con ventas de productos nuevos por valor de \$ 127.379.600
- Cambio de estructura en la planta humana lo cual permitió mejoras en el nivel de servicio
- La nueva cocina de Arazá permitió mejorar el proceso de producción y repercutiendo en la prestación del servicio.



# Logros comerciales

## Super Fan

A partir de mayo del 2021 el equipo de Experiencia al Visitante asumió la responsabilidad de promover las ventas del producto Super Fan, liderando el proceso bajo las siguientes estrategias:

- Reactivación de los puntos Fan 1 y Fan 2.
- Promoción del producto a través de un auxiliar impulsador por punto Fan.
- **Actitud como clave de venta.**
- Presentación de beneficios Fan vs valor a cancelar.
- Identidad y reconocimiento membresía Fan (porta carné).
- 5.314 membresías a Super Fan se llevaron a cabo entre mayo a diciembre.
- \$ 271.756.000 en ventas por suscripciones a Super Fan.
- \$ 379.268.165 en compras por parte de los clientes de Super Fan.
- Crecimiento de ventas en un 1042% comparado con 2021.



## Terror al parque

Tras meses de arduo trabajo, de adaptarnos al cambio se lanzó en el mes de octubre Terror al Parque como una de las estrategias de **diversificación del negocio del entretenimiento**, la cual nuestro trabajó en tiempo récord, reflejando los siguientes resultados:

- El balance de la primera versión fue positivo, acogimos a 9.672 visitantes.
- Los ingresos ascendieron a \$642.618.650 de pesos, reflejado en un ingreso per cápita del evento de \$66.400 pesos.

# Logros Tecnológicos

Durante 2021 fortalecimos nuestros recursos tecnológicos a través de la **consolidación funcional de las plataformas del negocio**, que forma que aseguren la continuidad y el funcionamiento del parque a través de los siguientes resultados:

- Contratamos especialistas en SAP y CORE para asegurar que estas aplicaciones funcionaran al nivel de exigencia requerida por Corparques y Mundo Aventura.





- Realizamos tres actividades de seguridad de la información sobre nuestras páginas web para asegurar cumplimiento de la normatividad y mantener un alto nivel de desempeño.
- Prolongamos el soporte de todas las aplicaciones SAP hasta diciembre de 2023 para viabilizar desde IT el cumplimiento de las metas propuestas por la Corporación.
- Invertimos más de 500 horas en validaciones y mantenimientos preventivos en todos los equipos de cómputo de atracciones, taquillas y servicio para mejorar la experiencia de los visitantes.
- Para cumplir con los preceptos de Integridad, Disponibilidad y Seguridad de la Información, se actualizaron las plataformas de Antivirus y Firewall de red, se aseguró la disponibilidad de los servidores de contingencia y se contrató a final de año, un nuevo canal de backup.
- Para asegurar un acceso más fluido a nuestras atracciones y facilitar la experiencia de nuestros visitantes, actualizamos la tecnología del 100% de los lectores y renovamos o dotamos de UPS a todos los puntos de atención directa a público.

## Logros en la gestión del capital humano

En Corparques creemos en el valor y la importancia de tener un **equipo motivado y concentrado en alcanzar la reactivación del parque**, en tal sentido durante 2021 hemos alcanzado los siguientes logros:

## Corparques

- Logramos la disminución en el tiempo de contratación de vacantes disponibles en un 10% en relación con el año 2020.
- Implementamos la formación de semillero de talentos con perfiles identificados para cubrir en corto tiempo las vacantes de la Corporación.
- Transformamos las vidas de 63 jóvenes que en 2021 fueron formados en operación de parques de diversiones, siendo Corparques -Mundo Aventura su primer empleo, lo cual confirma nuestro compromiso con Bogotá y la región.
- Pusimos en servicio el Seminario “Superando las expectativas del cliente en el sector del entretenimiento” en alianza con Uniempresarial.
- Logramos un Incremento del 22% en horas de Capacitación con respecto al 2019.
- Creamos el grupo de entrenamiento.

# Logros de planeación estratégica y proyectos

A pesar de las dificultades presentadas por la pandemia, la Corporación enfocó sus esfuerzos en la **implementación de los protocolos de bioseguridad y en la sensibilización del equipo de trabajo para vacunarse**, de tal manera que





permitiera una reapertura del parque y alcanzar las metas propuestas para el año. De esta manera Los principales logros obtenidos son los siguientes:

- **Incentivamos a nuestro equipo de trabajo y de la temporal Activos a iniciar y completar sus esquemas de vacunación**, logrando a corte de noviembre un porcentaje de vacunados del 75% de la Corporación y del 56% de la temporal, registrando esquemas completos.
- **Obtuvimos la actualización del sello Check-in y Safe Zone**, a través del organismo certificador Future Builders y Assurance Certification World SAS, el cual nos permite garantizar a todo el equipo de trabajo de la Corporación y a nuestros visitantes espacios seguros para trabajar y disfrutar mientras gracias a los protocolos de bioseguridad.
- A través de la firma Bureau Veritas Certification, obtuvimos la recertificación de las normas ISO 9001:2015 Gestión de calidad e ISO 45001:2018 Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Logramos el registro Parques en Orden, mediante el cual la secretaría de gobierno de Bogotá certifica el cumplimiento de la documentación requerida para funcionamiento de Mundo Aventura de acuerdo con lo requerido por la Ley 1225 de 2008.
- Llevamos a cabo la semana de la salud y la seguridad, la cual se enfocó en la importancia de la vacunación del Covid-19, así como en las medidas de autocuidado y hábitos de vida saludable.
- Realizamos un contrato para la prestación de servicios con el gestor de residuos ECOPOSITIVA S.A. E.S.P., buscando mejorar la cantidad de residuos que se aprovechan y disminuir los que se deben entregar a disposición al relleno sanitario, así como contar con una alternativa para la gestión integral de los residuos peligrosos y especiales que se pudieran generar.

## Corparques

- Incentivamos la separación de residuos a través de las bolsas dispuestas para tal fin que llegan al centro de acopio temporal, a los cuales se le realiza una reclasificación de los materiales que no hayan sido separados adecuadamente. Esta actividad ha permitido que se recuperen materiales tales como el tetrapack y el polyboard los cuales no se habían aprovechado en años anteriores.

# Logros en sostenibilidad, relacionamiento y comunicaciones

Para nuestra Corporación los espacios de recreación y entretenimiento, los entendemos como escenarios para fomentar el desarrollo social de las distintas comunidades que integran la ciudad y la región. Es por ello que durante 2021 **fomentamos alianzas y actividades que nos dieran mayor alcance a dichas poblaciones a través de entidades públicas como privadas**, obteniendo de esta manera los siguientes logros:

- **Visibilidad de la marca Corparques/Mundo Aventura** en redes sociales y medios de comunicación lo cual permitió llegar muchos de nuestros grupos de interés.





- Gracias al relacionamiento logrado desde la Corporación desarrollamos eventos, alianzas y posicionamiento de marca con entidades de gobierno nacional, distrital e internacional.
- **Gestión para el uso de la marca Bogotá** como locatario del IDT para las marcas Corparques y Mundo Aventura.
- Con el programa de entretenimiento social se impactó a **62.328 personas de comunidades diferenciales de Bogotá**, la región y Colombia a través de los subprogramas que lo conforman: **Pasaportes Sociales** (recreación), **Biosaludable** (salud física y mental), **Red de emprendimiento temprano RED-E** (emprendimiento), **IDRD** (contrato de aprovechamiento), **Personas con Discapacidad** (inclusión), **Equinoterapia** (Inclusión) y **Actividades Culturales** (construcción de ciudad).
- Nuestra inversión a nivel social fue de **\$2.100.777.000 millones de pesos** cerca del 8% del total de los ingresos de la Corporación, lo cual confirma el compromiso de Corparques con el desarrollo social del país y el acceso a recreación de calidad como un derecho fundamental para las personas.
- Gracias al relacionamiento alcanzado con la primera dama de la nación María Juliana Ruiz y la Consejería Presidencial para la Niñez y Adolescencia Carolina Salgado logramos convertirnos como Corparques en **integrantes de la Gran Alianza por la Nutrición** haciendo de Mundo Aventura el primer parque Amigo de la Lactancia Materna en Colombia.
- Fuimos invitados a conformar la mesa de la Consulta Nacional para co-crear la Estrategia Nacional Pedagógica para la Prevención del Castigo Físico y los Tratos Humillantes, Crueles o Degradantes contra Niñas, Niños y Adolescentes - Ley 2089 de 2021.
- Participantes en las mesas distritales de seguridad organizadas por la veeduría ciudadana con la participación de entidades

## Corparques

públicas y privadas que buscan trabajar de manera conjunta mejoras en temas de seguridad y comercio informal en Bogotá.

- Trabajo conjunto con la Secretaría Distrital de Seguridad para hacer la integración de las cámaras de seguridad del parque Mundo Aventura a la red de vigilancia C4 de la Policía Metropolitana de Bogotá y creación de frentes de seguridad en trabajo conjunto con Plaza de Las Américas y el CAI de la localidad en la **generación de rutas seguras para los habitantes y visitantes de la localidad.**
- Gestión de medios de comunicación logrando un **cubrimiento a las actividades del parque en free press de 61 medios de comunicación**, con mayor representatividad en tier 1 y 2, con un retorno de inversión de \$627.198.949
- Con el fin de impactar socialmente a diferentes comunidades de Bogotá a través de **espacios de aprendizaje dentro de Mundo Aventura**, trabajamos de la mano de secretarías e instituciones de orden público distrital.



# Cifras relevantes de la operación 2021

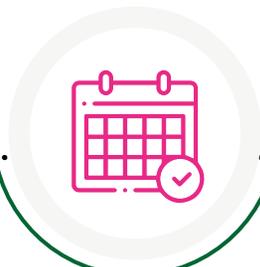
631.532

Visitantes en 2021



254

Días de operación en 2021



62.328

Personas beneficiadas por programas sociales de Corparques



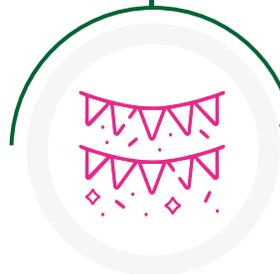
838

Eventos corporativos en el año



458

Fiestas realizadas



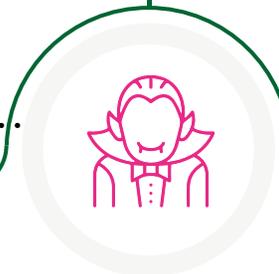
08

Campañas comerciales



9.672

Visitantes Terror al parque



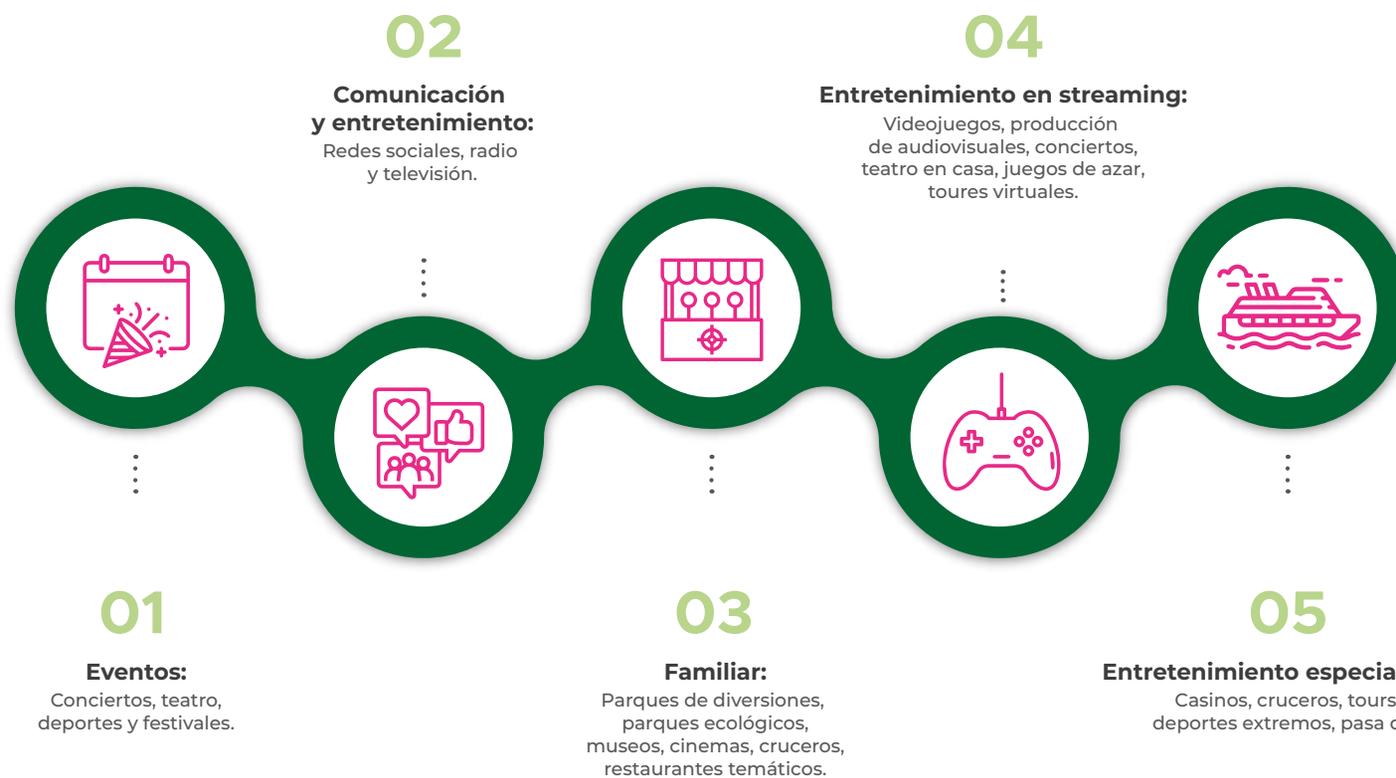


A vibrant, colorful scene featuring a large teapot and a cup on a table, with a staircase in the background. The teapot is yellow with a red zigzag pattern and a red handle. The cup is red with a yellow zigzag pattern. The background shows a red wall and a white staircase. The overall scene is bright and cheerful.

# 2 NUESTRA GESTIÓN



**Entorno:  
el reto de reactivar  
el entretenimiento  
en Colombia**



*Ariel Vidán, socio de PwC Argentina líder de la industria de Medios y Entretenimientos comentó, “mientras la caída observada en 2020 continuará afectando la economía mundial, las proyecciones muestran que la tendencia a largo plazo en este sector sigue siendo de un sólido crecimiento. En los últimos años, a medida que los medios fueron tomando posiciones de mayor relevancia en nuestras vidas, el crecimiento global de la industria ha superado al PIB” y continuó, “en 2021, el gasto en Entretenimientos y Medios se estima crecerá 6,4%. Si observamos el período de proyección de cinco años, de 2019 a 2024, la tasa anual compuesta de crecimiento de los ingresos (TCAC) se estima será de 2,8%”.*

## Corparques

La industria del entretenimiento fue la más golpeada en 2020 y la que mayores retos tuvo en 2021 durante la reactivación económica mundial, la cual fue satisfactoria logrando una recuperación favorable que aportó a la economía local y regional a diferentes escalas. En el caso de Colombia **la recuperación del PIB de antes de pandemia se dará al finalizar el tercer trimestre de 2022**, una vez se alcance un per cápita de \$21.4 millones. Según las proyecciones del Banco Mundial la economía de Colombia creció 9,9% en 2021, cifra que superó la proyección de 7,7% para el mismo año. Sin embargo, la entidad mejoró el pronóstico para 2022 a 4,2% y proyecta que la economía colombiana crezca tan solo un 3,5% en 2023.

Tras el inicio de la pandemia la torta de participación del entretenimiento mundial marcaba números y proyecciones diferentes en lo que se refería a eventos, comunicación y entretenimiento de tipo familiar, streaming y especializado, lo cual dio un vuelco en 2020 e implicó **grandes cambios en 2021**. Es decir, debido a la pandemia, sus restricciones y cambios bruscos para el mundo debido al confinamiento y las restricciones para reuniones y encuentros presenciales, **el entretenimiento digital se desarrolló a pasos gigantes** lo que generó cambios importantes y diferenciales en el comportamiento y las preferencias de los consumidores, quienes impulsaron la disrupción digital mientras podían volver a escenarios de entretenimiento presenciales.

Gracias a la fuerza que tomó el entretenimiento digital el desarrollo de videos juegos en China, Estados Unidos, Japón, Corea del Sur y Alemania aumentó su demanda generando ingresos económicos representativos a nivel mundial en 2020. El boom mundial no fue la excepción en Colombia, pues las exportaciones de videojuegos en 2021 llegaron a US\$160.000, entre enero





y mayo de 2021, un aumento de más de 6.000% frente al mismo periodo de 2020. Partiendo de lo anterior es claro que el entretenimiento en casa llegó para quedarse, por eso las ofertas de producciones audiovisuales, espectáculos en streaming, video juegos y realidad virtual siguen creciendo de manera constante y exponencial.

Por otro lado, **el comercio electrónico experimentó un crecimiento acelerado en 2020** en respuesta a las medidas de confinamiento establecidas en el país, esto acentuó un cambio importante en **la manera en la que los consumidores deciden sus compras**, el medio por el cuál las hacen y la seguridad en todos los aspectos para llegar a realizarlas. La compra de servicios y/o productos, se convirtieron en todo un reto para reactivar los museos, parques temáticos, eventos a gran escala y turismo de entretenimiento especializado, pues los compradores después de largos periodos de aislamiento querían facilidades para entretenerse, con experiencias diferenciales, minimizando los riesgos en su salud.

Lo anterior, llevó al sector del entretenimiento en el segmento de parques de diversiones a **aprovechar las ventajas de ser espacios al aire libre**, que en 2021 fueron los más valorados por los visitantes, dando pie para **crear estrategias sectoriales y locales** ajustadas a las necesidades de cada parque. Dentro de los esfuerzos más relevantes para la recuperación de los



parques de diversiones destacamos los realizados a nivel gremial por la Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones, ACOLAP y sus mesas de trabajo a nivel nacional y distrital con el fin de reactivar el turismo enfocado en parques temáticos; el apoyo del Instituto Distrital de Turismo - IDT en la reactivación de los parques en Bogotá bajo la campaña **“En Los Parques El Plan Es”**, la cual permitió visibilizar el trabajo realizado por Multiparque, Salitré Mágico, Mundo Aventura en pro de reactivarse cumpliendo con todas las normativas de bioseguridad.

Fue así como el equipo de Corparques trabajó durante 2021 en estrategias de diversificación del negocio, las cuales dieron cabida a nuevas iniciativas pensadas en el entretenimiento, la salud y la reactivación económica del parque: **DiverFood Fest, Terror Al Parque, concierto de fin de año Olimpica Stereo, eventos corporativos, fiestas picnic, alianzas comerciales y de valor compartido**, las cuales nos permitieron crecer a nivel económico un 19% sobre lo presupuestado en 2021, cifra positiva y muy alentadora a pesar de los cierres parciales a inicio del año por emergencia sanitaria y de los disturbios de orden público generados por los paros nacionales que ubicaban un centro de manifestación crítico en inmediaciones del parque, el Portal de las Américas.

De la mano de estos importantes retos se trabajó en las mejoras tecnológicas, pues estas facilidades fueron claves para mejorar la experiencia del usuario. En este capítulo desarrollaremos los **temas relevantes de nuestra gestión** que hicieron sostenible la reactivación de Corparques en 2021.

# PENALTY

Goal!

**Reactivación  
económica**

# Operación del parque en medio de emergencia económica

## Simulacros

Se realizaron dos simulacros adicionales a los establecidos, donde **se probaron los mecanismos de emergencia de forma real**, arrojando un mejoramiento de la operación como lo fue las alarmas de **la bomba 150 de Troncos y la botonera auxiliar de Quantum** donde los auxiliares tuvieron su primer acercamiento, obteniendo un mejor entrenamiento.

## Implementación de protocolos de bioseguridad en las atracciones

Se reinicia operación con la implementación de las políticas de bioseguridad en las atracciones, **dando cumplimiento a la desinfección por ciclo en las máquinas, distanciamiento social y uso de tapabocas** durante la operación. Nos encontramos certificados con el sello de calidad Check in certificado (Resolución 576 de 2020 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo), el cual tiene una vigencia de dos años y avala

el cumplimiento de las disposiciones de bioseguridad expedidas por el Ministerio de Salud y Protección Social, tanto en la operación del parque como en su oferta de productos y servicios.

## Destrezas

Durante 2021 **se promovió la venta a través de la recreación**, lo cual va de la mano con el servicio al cliente. Esto con el fin de integrar a los visitantes con las destrezas incentivando la realización de la venta. Los resultados de esta estrategia se ven reflejados en las cifras obtenidas durante 2021.

## Nuevas destrezas

Como parte de la ampliación de la oferta de entretenimiento, **contamos con dos nuevas destrezas Barras y Rana**, las cuales han tenido gran aceptación en los visitantes, como también ha tenido un favorable comportamiento en ingresos.

A vibrant night scene at an outdoor event, possibly a festival or concert. The atmosphere is illuminated by bright purple and blue stage lights, creating a hazy, energetic environment. In the foreground, a person in a red jacket sits on a green and black motorcycle. To the right, a person in a white shirt and dark pants stands near a large black speaker. In the background, a person in a dark cape and another in a white outfit are visible on a stage. The overall scene conveys a sense of celebration and entertainment.

**Un año de  
reactivación  
y diversificación**

# Terror al parque

Como parte de las estrategias de diversificación en el negocio del entretenimiento desarrolladas en 2021, llevamos a cabo **la primera versión de Terror al Parque en el mes de octubre**, evento durante el cual los visitantes pudieron vivir una experiencia diferencial en Mundo Aventura, presenciando **espectáculos, estaciones de terror, fotográficas y tematizadas** que les permitían interactuar con actores en un ambiente del terror propio de Halloween. Gracias al trabajo multidisciplinar entre todas las áreas de la Corporación logramos un balance fue positivo y las cifras así lo demuestran:

**9672** visitantes

**Cubrimiento free press** de 19 medios de comunicación tier 1 y 2

**\$642.000.0000 COP** ascendieron los ingresos en el mes de octubre

**\$66.377 COP** ingreso per cápita del evento

## ¿Cómo califica el evento Terror al parque del 1 al 5?

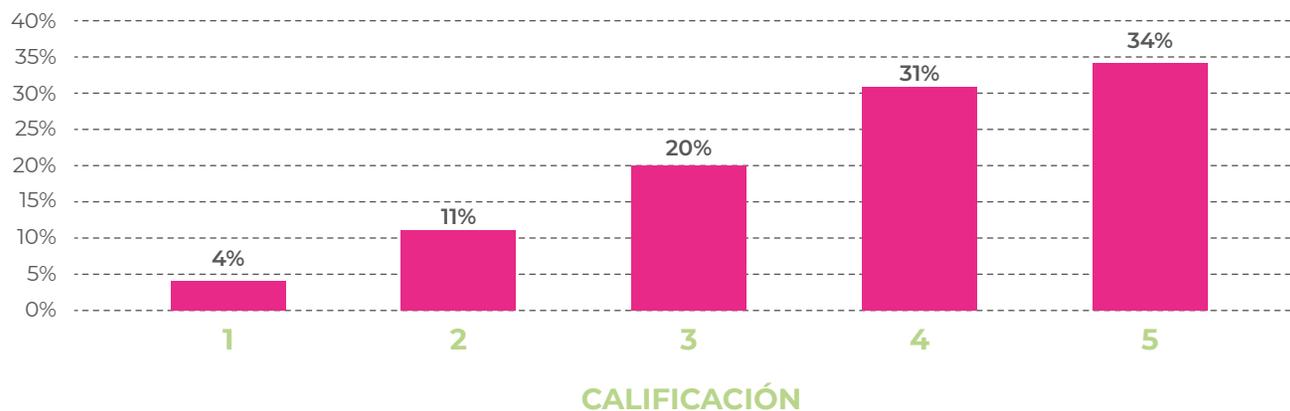


Gráfico 1. Satisfacción de los Usuarios con el evento terror al parque. Muestra aleatoria realizada con un 65% de los visitantes quienes calificaron el evento positivamente; el 82% indicó que volvería a la segunda versión; sin embargo, el 74% de los visitantes esperan ver una tematización más terrorífica.

## ¿Volvería a Terror al parque en 2022?

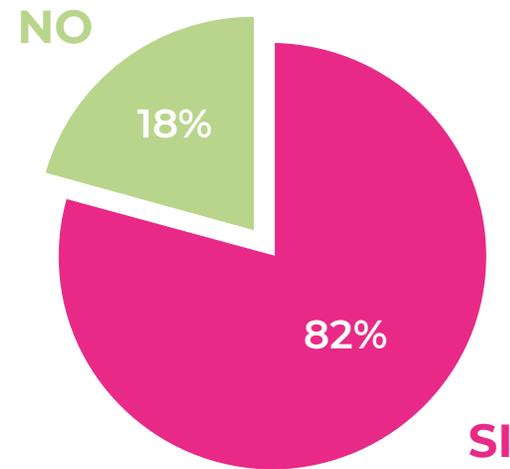


Gráfico 2. Porcentaje de los usuarios que volverían a terror al Parque en 2022. Muestra aleatoria aplicada a 142 personas asistentes al evento Terror al Parque.

## Punto de vacunación

Entendiendo las dinámicas a las que se ha visto enfrentado el mundo por el covid-19, trabajamos en el desarrollo de una alianza por medio de la Secretaría Distrital de Salud con la IPS Innovar Salud, **con el propósito de facilitar espacios adecuados de vacunación en el sector de Kennedy y Bogotá**, que promovieran, y aportaran con el desarrollo del plan nacional y distrital de vacunación. Gracias a esta iniciativa se benefició nuestro equipo Corparques, nuestros vecinos los habitantes de la localidad y nuestros visitantes quienes tuvieron doble beneficio al poder vacunarse y gozar del 50% de descuento en todos los pasaportes del parque el mismo día que recibieron su vacuna.

- **6.966 personas vacunadas** los fines de semana de agosto a noviembre.
- **8.694 personas vacunadas** diariamente desde el 02 hasta el 31 de diciembre 2021.
- **416 personas día en promedio** fueron vacunadas en Mundo Aventura.
- **15.660 personas vacunadas** entre agosto y diciembre del 2021.

# DiverFood Fest

2021 fue un año clave para la diversificación en el negocio del entretenimiento en Corparques, por tal motivo creamos el **festival gastronómico y cultural DiverFood Fest** como una estrategia de nuestro grupo directivo para complementar la oferta de las atracciones y generar así nuevas y mejores experiencias a nuestros visitantes; quienes esperaban después de un año de aislamiento encontrarse con **conceptos novedosos** que se ajustarán a sus necesidades de diversión y entretenimiento.

Durante el año realizamos tres ferias cuyos países invitados fueron: **México en marzo, Italia en junio y Perú en diciembre**, esta última contó con la presencia del señor embajador Félix Ricardo Americo Antonio Denegri Boza y su equipo. Adicional realizamos muestras gastronómicas y culturales en los puntos de A&B y Arazá, las cuales nos permitieron acercar a nuestros visitantes a la cultura de los países invitados, generando cifras positivas en las ventas de estas zonas del parque:

- **Ingresos adicionales de \$16.967.600** en los puntos de A&B
- **Ingresos adicionales de \$103.026.250** en el restaurante temático arazá



A group of four people and a mascot character are posing on a green lawn. From left to right: a woman in a dark jacket and cap, a woman in a red jacket and patterned shirt, a large mascot character with a white hoodie and pink shoes, and a woman in a dark jacket. All are wearing face masks and making hand gestures. The background shows trees and a building.

**Alianzas  
de valor compartido**

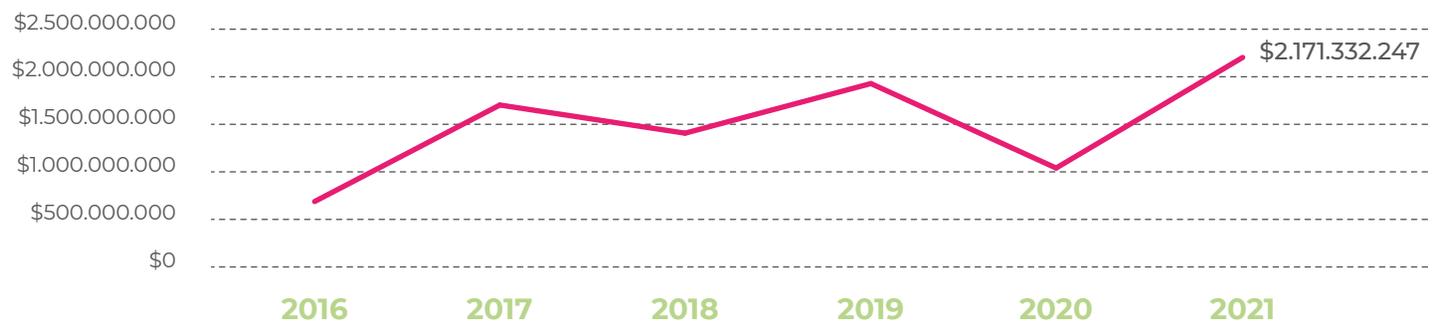
# Nuestras alianzas comerciales

Las alianzas siguen siendo pilar fundamental en nuestro cumplimiento de visitantes e ingresos, debido a que **la visibilidad de la marca Mundo Aventura es posible a través de los canales de comunicación del aliado**, hecho clave en el posicionamiento de la marca. Teniendo en cuenta lo anterior las principales alianzas para 2021 fueron:

- Codensa
- Cámara de Comercio de Bogotá
- Almacenes ARA
- Actividades Gremiales

Fortalecimiento de Alianzas y Convenios Gremiales para impulsar el tráfico de visitantes 1 a 1 al parque temático Mundo Aventura. Entre los más relevantes encontramos **Círculo Dorado VIP, Colsubsidio y Cuponatic.**

## Ingresos por concepto de alianzas



## Alianzas, Cantidad de visitantes y mejoras de pasaportes

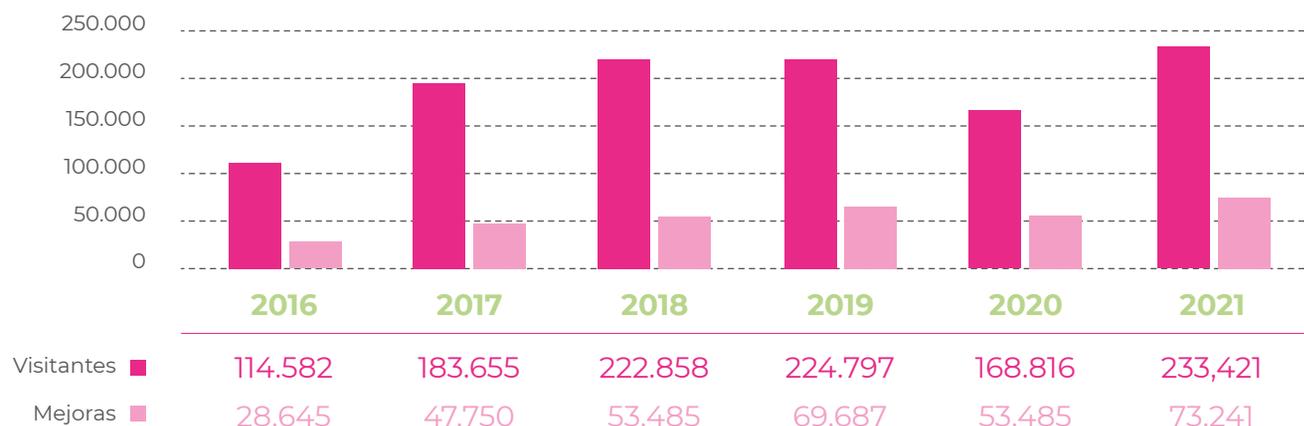


Gráfico 4. Ingresos por más de \$2.100.000 millones de pesos

# Nuestras alianzas con valor compartido

## Uso de Marca Bogotá – IDT

Como administradores del parque Mundo Aventura, lugar emblemático de la ciudad, presentamos el 16 de abril de 2021 una solicitud formal al Instituto Distrital de Cultura y Turismo - IDT, mediante el cual manifestamos nuestro interés en obtener **la autorización de uso de la marca**

**Bogotá (mixta)** registrada ante la Superintendencia de Industria y Comercio, siendo autorizados en el mes de junio y ser parte de la estrategia de mercadeo y posicionamiento de Bogotá en el mundo. De esta manera **hacemos visible nuestra gestión como un sitio turístico de la ciudad.**

## Gran Alianza por la Nutrición

### Nuestro compromiso con la familia y la niñez. (Derecho a la familia, la alimentación. a una vida digna. Derechos de los niños)

En el marco de la **Gran Alianza para la Nutrición**, liderada por la primera dama de la Nación, María Juliana Ruiz, y la Consejería Presidencial para la Niñez y la Adolescencia, se llevó a cabo la vinculación de Corparques – Mundo Aventura a esta iniciativa, convirtiéndose en **el primer parque temático del país en estimular la práctica de la lactancia materna en los espacios públicos.**

En el acto protocolario, celebrado en Recinto Cultural del Parque el 11 de agosto del 2021, la primera dama de la Nación, María Juliana Ruiz, resaltó la importancia de Corparques en la Gran Alianza por la Nutrición, porque “desdibuja algunos de los estereotipos de cuál es el verdadero actuar y demuestra cuál es la capacidad que tiene, incluso, el sector privado para aportar en un objetivo



### Formalización de nuestro compromiso con las familias, la niñez y la juventud. (Derecho a la familia, la alimentación. a una vida digna. Derechos de los niños)

Es así como la unión de esfuerzos entre la Consejería Presidencial para la Niñez y la Adolescencia y Corparques realizada en 2021 constituye un aporte fundamental para la Gran Alianza para la Nutrición -nutrición en cuerpo y alma, se dejó consignada bajo la firma de una alianza nuestra voluntad clara y expresa de comprometernos a coordinar actuaciones en el marco de nuestras competencias y de lo estipulado en la “Gran Alianza por la Nutrición” tendientes a lograr los objetivos trazados en el marco de esta y de manera específica lo contemplado en las **“Líneas estratégicas de Promoción, protección y apoyo a la lactancia materna y la alimentación complementaria, y Programas de educación e información en nutrición”**,

- Trabajar de manera conjunta y coordinada con la Consejería Presidencial para la Niñez y la Adolescencia en la movilización social y gobernanza del Plan Decenal de Lactancia Materna y Alimentación Complementaria –PDLMA- 2021- 2030.
- Impulsar las acciones tendientes a promover espacios seguros, protectores y que promuevan la Nutrición del Alma desde la prevención de las violencias y la Crianza Amorosa + Juego de niños, niñas, adolescentes y sus familias.
- Igualmente, trabajaremos de manera conjunta en las líneas de acción transversales como son:
  - » Desarrollo de estrategias que promuevan el respeto hacia la práctica de la lactancia materna en el espacio público y privado, el reconocimiento de las mujeres en el libre

ejercicio del derecho de amamantar en cualquier espacio, la normalización de la lactancia materna como parte del derecho a la alimentación adecuada y a la atención integral de la primera infancia.

- » Movilizar y coordinar actores públicos, privados, sociedad civil, organizaciones no gubernamentales, organismos de cooperación internacional y academia para actuar en favor de la Alianza Nacional Contra la Violencia hacia Niñas, Niños y Adolescentes en el país.
- Consecuente con lo anterior, con este pacto nos comprometemos a aunar esfuerzos para continuar planteando estrategias con la finalidad de contribuir con la “Alianza por la seguridad alimentaria y la nutrición: ciudadanos con mentes y cuerpos sanos” en los hogares del país, para lo cual concertaremos en mesas de trabajo un Plan de Acción a fin de consolidar las actuaciones derivadas del presente pacto, y así realizar el seguimiento al cumplimiento de acuerdos.



## Mesa de la Sociedad Civil y Responsabilidad Social Empresarial. (Derechos de los niños)

Con el fin de proteger a la niñez y la adolescencia de Colombia de las consecuencias físicas, psicológicas y estructurales del castigo físico, los tratos crueles, humillantes y degradantes, la Alianza Nacional contra la Violencia hacia Niñas, Niños y Adolescentes, en cabeza del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF y la Consejería Presidencial para la Niñez y la Adolescencia, junto con organizaciones de la sociedad civil, adelantan la formulación de la **Estrategia Nacional Pedagógica y de Prevención del castigo físico** en el marco de la Ley 2089/2021, la cual prohíbe el uso del castigo físico, los tratos crueles, humillantes o degradantes.

Gracias a nuestra incorporación a la Gran Alianza por la Nutrición, **fuimos invitados a participar en 2021 de las mesas de construcción como actor privado** para reafirmar nuestro compromiso con la niñez y la juventud, y la construcción de tejido social en Colombia.



## Alianza de cooperación Alcaldía de Kennedy

En el marco de las buenas relaciones con la alcaldía de la localidad en donde se ubica Mundo Aventura, se firmó una carta de intención con el objetivo principal de fomentar la **colaboración entre entidades públicas y privadas**, así como sumar esfuerzos entre Corparques y la Alcaldía Local de Kennedy, con el fin de coordinar acciones para **fomentar actividades de recreación en el marco de la responsabilidad social empresarial**. Gracias a la alianza realizada en el segundo semestre de 2021 pudimos realizar eventos conjuntos que **beneficiaron a la comunidad de la Localidad de Kennedy como los que se relacionan a continuación:**

- **Biosaludable (derecho a la recreación):** la generación de espacios para el desarrollo de actividades que promuevan los hábitos saludables y la salud física, son una prioridad para nosotros como administradores de uno de los parques distritales más importantes de Bogotá. Es por esto, que en las instalaciones de Mundo Aventura cerca de 1550 vecinos del parque pudieron acceder durante 2021 a Biosaludable, subprograma de la Subdirección de Gestión Sostenible y Comunicaciones, que fue posible gracias a la alianza de cooperación con la Alcaldía Local de Kennedy y el relacionamiento con el IDRD.
- **Evento inclusión, entrega de ayudas técnicas (derecho a la salud):** gracias al trabajo conjunto entre la Alcaldía Local de Kennedy y Corparques se estableció de manera temporal en el mes de octubre un punto de entrega de más de 1200 ayudas técnicas para personas en condición de discapacidad de la localidad en el parque Mundo Aventura. En este espacio se entregaron elementos no cubiertos por el POS como sillas de ruedas, colchonetas ortopédicas, prótesis, entre otros.
- **Obra de teatro Antígona (derecho a la recreación):** en el mes de noviembre cerca de 300 personas tuvieron la oportunidad de presenciar la obra Antígona en el recinto cultural del Parque Mundo Aventura, producción escénica de Orbitante Plataforma Danza Bogotá 2020, un proyecto de la Gerencia de Danza de Idartes que potencia la creación de la danza en la ciudad. Dirigida por Jimmy Rangel con la participación de los bailarines multiplicadores de Orbitante, en articulación con el Centro de Memoria Paz y Reconciliación, es una apuesta por la creación de manera presencial, una producción con grandes retos en tiempos de pandemia.
- **Maratón de baile con influenciadores de la localidad (derecho a la recreación):** Con la asistencia de más de 170 personas a la maratón de baile llevada a cabo en el mes de diciembre, organizada por la Alcaldía Local de Kennedy, dimos cierre a nuestro programa social Biosaludable. Después de 3 horas de actividad física y baile, los asistentes pudieron disfrutar de un día de entretenimiento y recreación en el parque Mundo Aventura, a través de nuestros pasaportes sociales.

## Red de Emprendimiento temprano, Red-E (derecho a la educación)

Gracias a la alianza firmada entre **Uniempresarial y Corparques**, como filiales de la Cámara de Comercio de Bogotá, se llevó a cabo la primera edición del Programa de Emprendimiento temprano, Red-E, el cual se centró en el **desarrollo de las habilidades necesarias para que la población infantil y juvenil de Bogotá y la región se proyecte como un agente de cambio**, crean en sus ideas y aprendan las herramientas necesarias para poder materializarlas en proyectos, productos o servicios. Durante 2021, participaron 18 instituciones educativas públicas y privadas, de las cuales sus estudiantes recibieron formación virtual en emprendimiento basada en la metodología Design Thinking. Las cifras que dejó el cierre del programa son:



**18**  
Colegios  
participantes



Cerca de  
**2500**  
Niños y jóvenes  
participantes



Niños de los  
**4 a 17**  
educados en  
emprendimiento



**1**  
Feria de  
emprendimiento en  
Mundo Aventura



**9**  
Talleristas expertos  
en  
emprendimiento



**13**  
Talleres virtuales  
enfocados en  
emprendimiento



**27**  
Proyectos de  
emprendimiento  
juvenil  
desarrollados



**1**  
Día de recreación y  
diversión social en  
Mundo Aventura



# RESULTADOS EVENTO CIERRE RED-E 2021

## Aguas Iluvias nuevo Muzu

Colegio cooperativo  
nuevo Muzu



## Personal Toilet

Colegio Liceo Moderno  
Santiago Felipe Walt Witman



## Care us

Liceo Moderno  
Walt Witman

## Rule The World

Luigi Pirandello



## Chips para perro

Colegio Antonio Santos

## Robot We are Nana – Alive

Liceo Mayor Andino

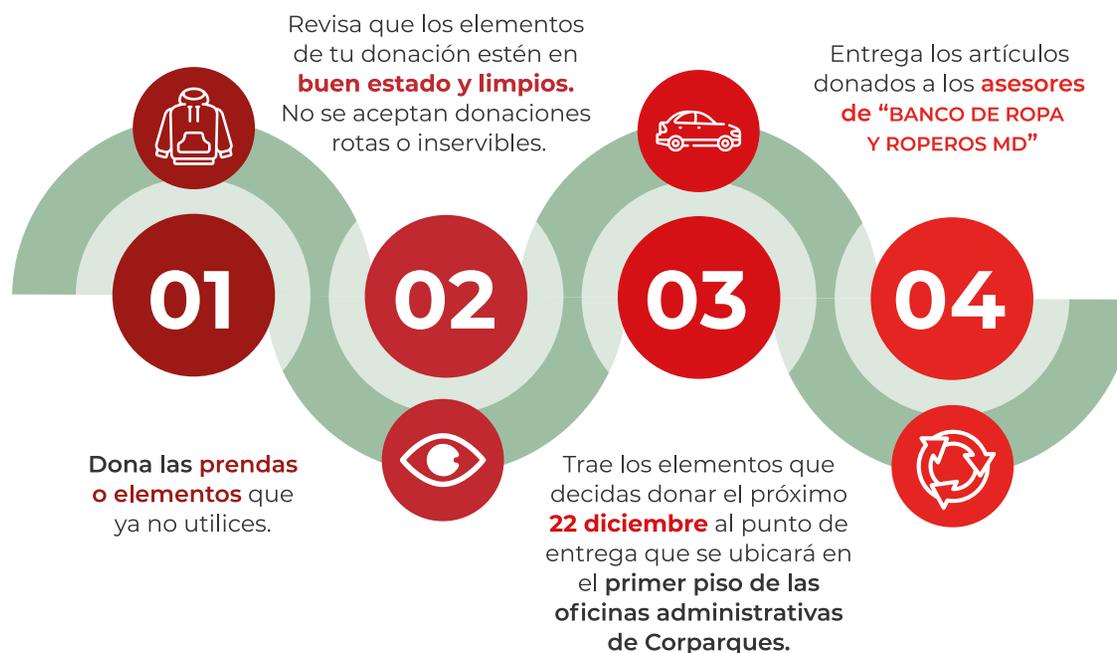


Red de  
Emprendimiento  
Temprano

## Viste la Navidad – Banco de Ropas Corporación Minuto de Dios (derecho al vestido)

En el marco de la **responsabilidad social con impacto ambiental** nos unimos a la iniciativa del Banco de Ropa de la Corporación fundación Minuto de Dios, enmarcada en el derecho al vestido, actividad por medio de la cual invitamos a la familia Corparques a ser actores activos en la construcción sociedad y aportar de este modo a mejorar las condiciones de vida de muchos compatriotas por medio

de la donación de ropa, juguetes, zapatos, entre otros. Gracias a esta actividad social logramos recolectar **más de 60 kilos** de elementos a los cuales se le dio una segunda oportunidad dentro del ciclo 4R: **REUTILIZAR, RECICLAR, REDUCIR Y RECUPERAR**. Para 2022 el programa continuará



# Nuestro relacionamiento con grupos de interés

Entendemos que el relacionamiento con nuestros grupos de interés y aliados nos permite crear, mantener y expandir nuestra red de contactos para generar relaciones de valor compartido y confianza. **Durante 2021 logramos relacionamiento con actores distritales, nacionales e internacionales** que nos permitieron apalancar la reactivación económica del parque y contribuyeron a visibilizar la labor de Corparques como un actor social relevante para Bogotá y la región. Resaltamos los relacionamientos claves dados durante 2021:

- **Primera Dama María Juliana Ruiz, Gran Alianza Por la Nutrición, Consejería Presidencial para la niñez y la Adolescencia:** firma Gran Alianza Por la Nutrición.
- **Embajada del Perú:** relacionamiento diplomático y apoyo internacional al evento DiverFood Fest Perú.
- **Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia:** gracias al relacionamiento logrado con dicha entidad y a la importancia de Corparques en la localidad de Kennedy, fuimos invitados por el subsecretario Andrés Nieto Ramírez a hacer parte de las mesas de seguridad locales para mejorar los procesos de seguridad en el sector y trabajar de manera conjunta con distintos actores públicos y privados de Bogotá



- **Secretaría Distrital de Integración Social:** impacto a comunidades diferenciales de Bogotá con las cuales trabajan las diferentes direcciones de esta entidad a través del programa de entretenimiento social.
- **Secretaría Distrital de Movilidad:** impacto a estudiante de colegios públicos y bici usuarios de Bogotá a través del programa de entretenimiento social.
- **Secretaría Distrital de Salud:** vacunación al parque.
- **Alcaldía Local de Kennedy:** alianza de cooperación en beneficio de la comunidad de Kennedy.
- **Parque Jaime Duque y Fundación María José, pequeños grandes héroes:** apoyo a los niños con cáncer y sus familias gracias a la alianza establecida para crear el pasaporte Jaime Ventura bajo el cual un % de las ganancias se entregarán a la Fundación María José.
- **Salitre Mágico:** intercambio de buenas prácticas empresariales en el marco del Festival del Terror y Terror al Parque, como actividades comerciales que pueden hacer innovación en la oferta del sector del entretenimiento en Bogotá.
- **Acolap:** participación en eventos de reactivación y fortalecimiento del sector del entretenimiento y turismo.
- **IDT:** posicionamiento turístico de Bogotá partiendo del sector del entretenimiento.
- **IDRD:** acercamiento para revisar pendientes y revisar proyecciones a futuro.
- **Fundación Minuto de Dios:** trabajo cooperativo con la iniciativa del Banco de Ropas de la fundación con el fin de involucrar a los integrantes de Corparques en actividades de responsabilidad social con impacto ambiental.
- **Medios de comunicación:** generación de contenidos de valor en el marco de la reactivación económica que nos permitieron acercarnos a la prensa en diferentes momentos, visibilizando la labor de la Corporación y el parque Mundo Aventura.





**Nuestra  
gestión social desde  
el derecho a la recreación**

Como integrante del grupo empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá, **promovemos el derecho al entretenimiento y la inclusión social a través de programas sostenibles**, que impacten positivamente a comunidades vulnerables, niños, jóvenes, familias y personas en condición de discapacidad física y/o cognitiva.

Con base en **el derecho universal a la recreación** de los niños, las niñas y los adolescentes que deriva en el acceso al descanso, al esparcimiento, al juego y demás actividades recreativas propias de su ciclo vital, desarrollamos un Programa de Entretenimiento Social que **busca entregar pasaportes sociales y la apertura de espacios de cultura y recreación para el disfrute del parque Mundo Aventura de manera gratuita** a poblaciones diferenciales de Bogotá y la región.

Con nuestros subprogramas sociales nos marcamos metas de impacto a nuestros grupos de interés durante cerca de 8 meses en 2021. Los resultados sin duda fueron satisfactorios para nosotros y se ven reflejados a continuación:

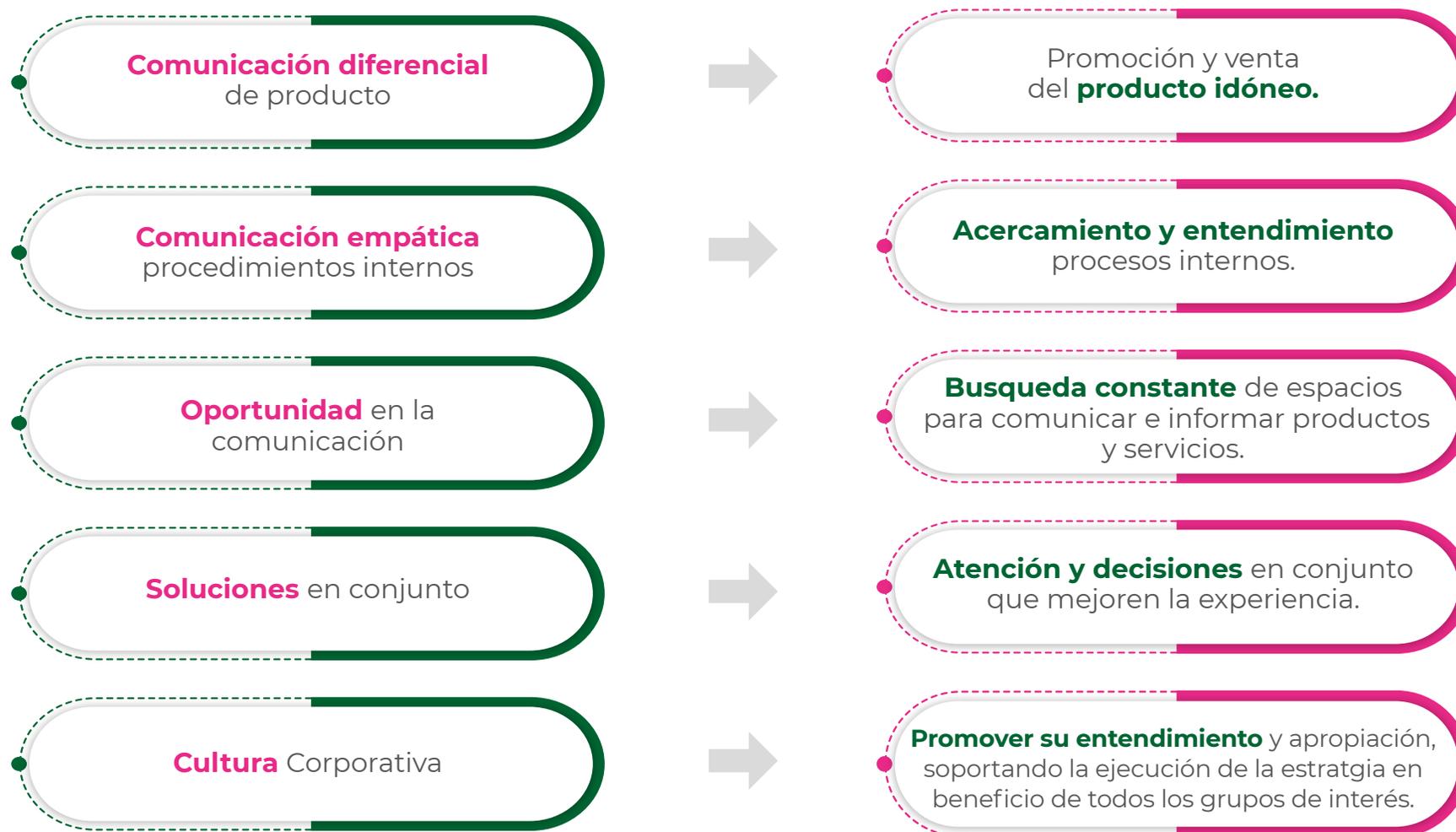
Subprograma	Presupuesto	Ejecutado	% cumplimiento
Pasaportes sociales	5.700	27.892	489%
Biosaludable	800	1.550	194%
Red emprendimiento temprano / Red-E	2.500	2.550	102%
IDRD	25.000	10.256	41%
Personas con discapacidad	8.000	4.725	59%
Equinoterapia	3.000	1.018	34%
Actividades culturales	15.000	14.337	96%
<b>TOTAL</b>	<b>60.000</b>	<b>62.328</b>	<b>104%</b>

Inversión social 2021	
42.873 pasaportes sociales de \$49.000 (inversión social)	\$ 2.100.777.000
Equinoterapia 1.018 sesiones (ingresos) 396 personas impactadas (gestión)	\$ 59.382.000



**Experienția al  
visitante:**  
un cambio en la forma de  
servirle a nuestros clientes

Para el año 2021 el Área de experiencia a la visitante continua la línea de fortalecimiento de la **experiencia 360** en cada uno de los frentes de servicio dentro de los cuales se gestionó:



### Año 2021 PQRSF (Radicadas internamente):

- **Peticiones:** 0
- **Quejas:** 123
- **Reclamos:** 5
- **Sugerencias:** 5
- **Felicitaciones:** 7

### PQRSF (Radicadas a través de página web, mail):

- **Peticiones:** 52
- **Quejas:** 73
- **Reclamos:** 22
- **Sugerencias:** 13

### Trazabilidad PQRSF

- EL 100% de las PQRSF internas fueron atendidas de manera personalizada.
- Durante la trazabilidad de PQRSF se cumplió con los tiempos de respuesta establecidos.
- Diminución del 28.2% PQRSF en comparación con el 2019

### Medición del servicio

Durante 2021 una de las mejoras significativas en las que trabajamos desde la Corporación fue la **satisfacción de cliente**, hecho que nos permitió tomar decisiones de cambio y optimización a nivel operativo y de servicio para mejorar la experiencia de los clientes, lo cual repercutió positivamente en nuestro negocio.

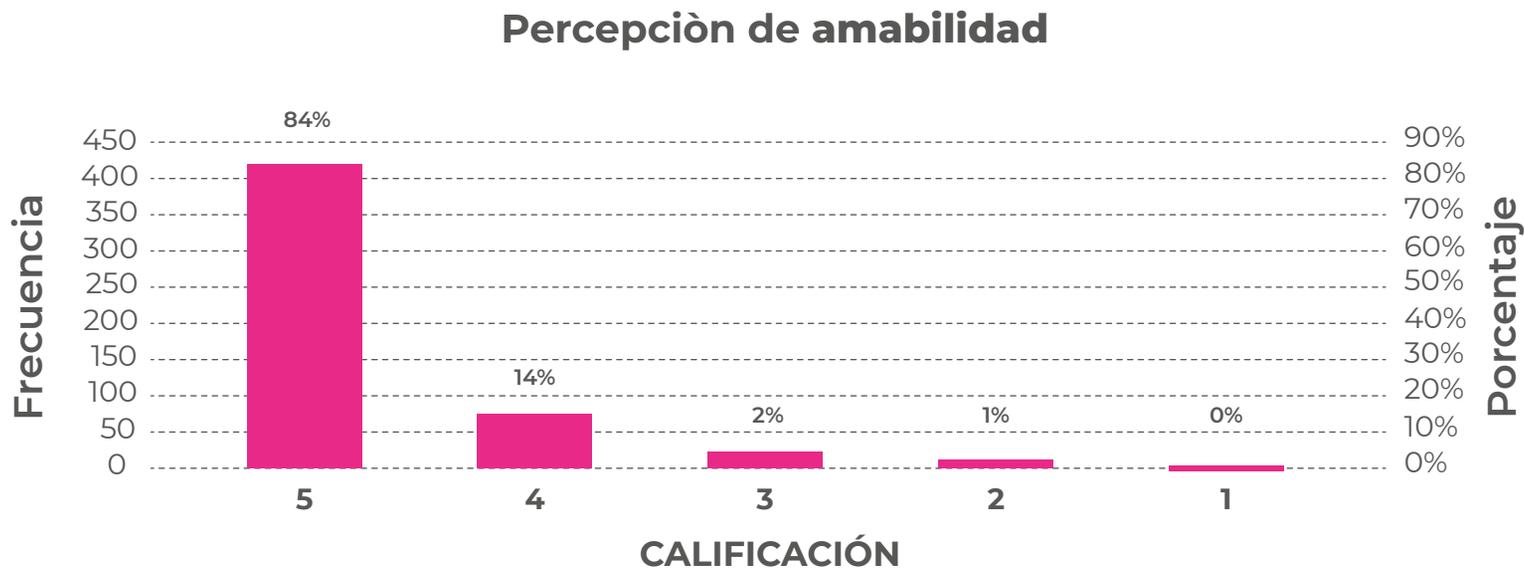


Gráfico 5. Cumplimiento aplicación de instrumento y muestra correspondiente a la medición del servicio trimestral (medición del Q1 al Q4). Promedio por trimestre cumplimiento: **Indicador Amabilidad al 99%**

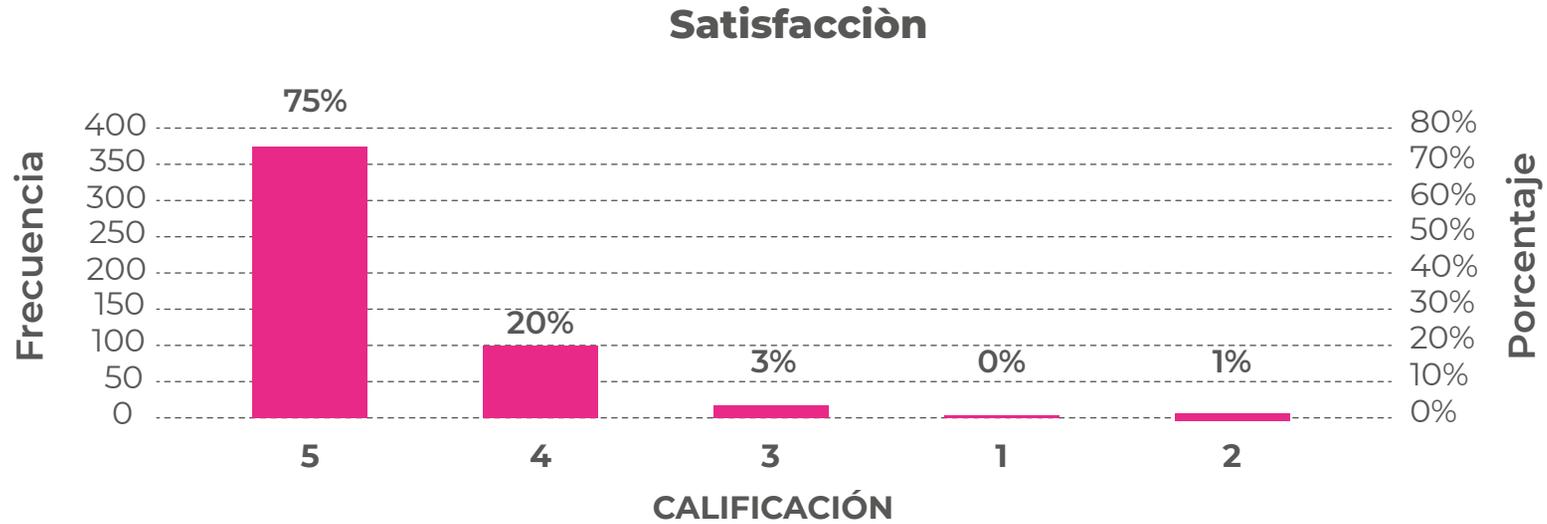


Gráfico 6. Cumplimiento satisfacción general del visitante: promedio por trimestre: **Indicador Satisfacción 99%**

## Cumplimiento de Expectativas

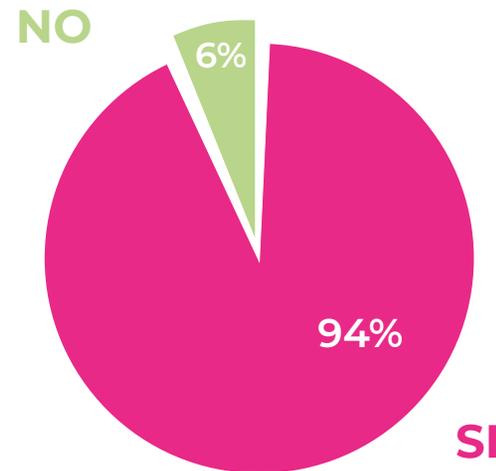


Gráfico 7. Cumplimiento de expectativas. Promedio de indicador por trimestre 96%

## ¿Volvería al parque Mundo Aventura?

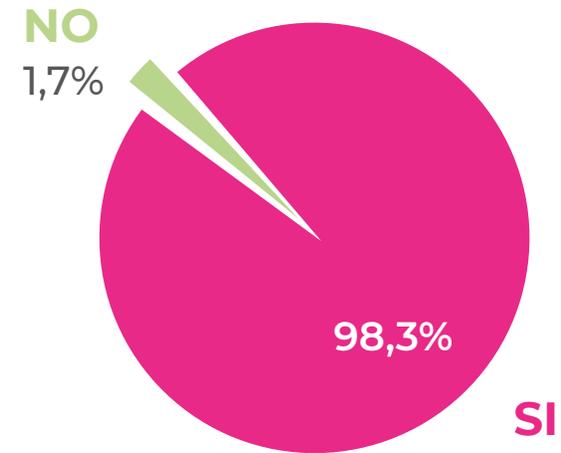


Gráfico 8. Retorno de visitantes al parque Mundo Aventura: 98% de nuestros visitantes aseguran que volverían al parque.

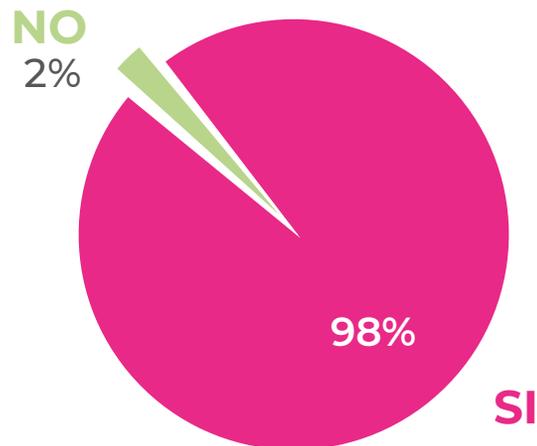


Gráfico 9. Recomendación de nuestros visitantes a su grupo de amigos y familiares: 98% aseguran que recomiendan venir a Mundo Aventura.

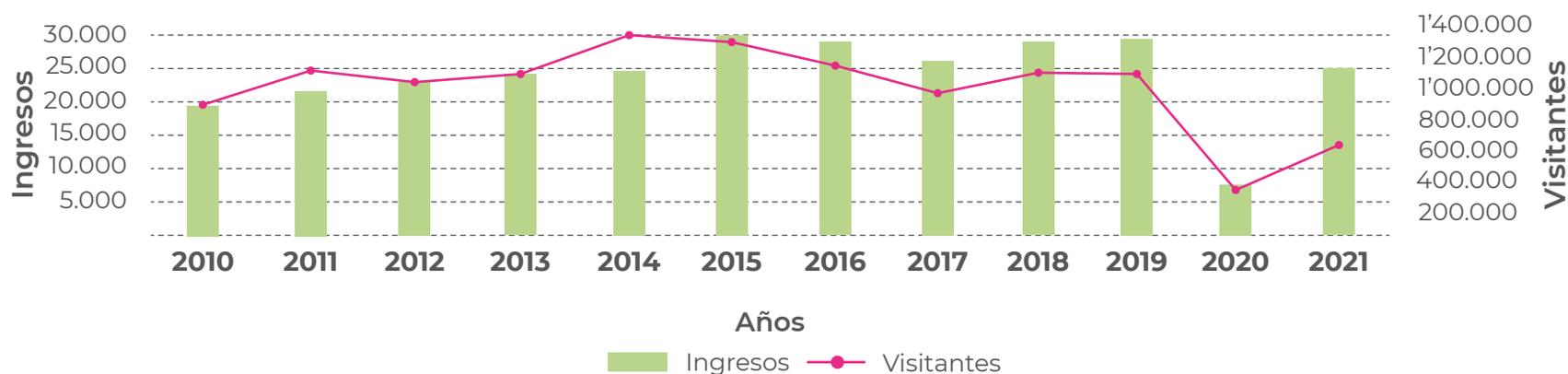
## ¿Lo recomendaría a familiares y amigos?

# Resultados financieros

Como resultado de los cambios efectuados en la Corporación a nivel de estructura y direccionamiento durante 2021, fue posible engranar el trabajo de todas las áreas para alcanzar las metas presupuestales posicionando la marca Corparques en todos los integrantes de la Corporación, lo cual **se vio reflejado en una reducción del 40% de la pérdida presupuestal**. En lo referente al EBITDA logramos la sostenibilidad financiera del negocio cubriendo de esta manera las obligaciones

hacia los grupos de interés relacionados, proyectando a su vez nuevas inversiones pensando en la sostenibilidad e innovación del modelo de negocio de Corparques. Como una ventaja de las estrategias de reactivación, el cumplimiento del presupuesto establecido para nuestra Corporación en 2021 superó las expectativas, generando un cumplimiento del 20% adicional sobre lo presupuestado.

## Histórico Ingresos vs Visitantes



*Gráfico 10. De acuerdo con estas cifras, el parque tuvo una menor afluencia de personas en 2021 tras solo 9 meses de funcionamiento, pero el consumo de los visitantes aumentó significativamente, reflejándose en el aumento del per cápita y de los ingresos para Corparques que en 2021 fueron de \$25.131.000.000 comparados 29.480.689.000 generados en 2019.*

### Histórico PERCÁPITA

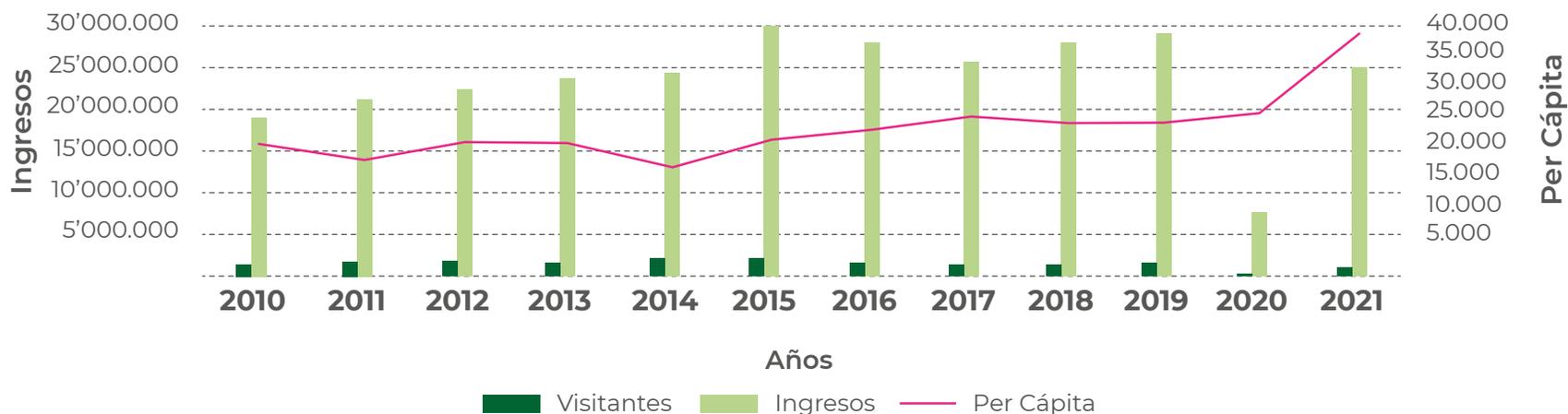


Gráfico 11. Se observa un incremento del 58% en el per cápita comparado con el año 2019, lo cual hace visible la recuperación del parque en 2021 y permite ver cambios en el comportamiento de consumo de los visitantes del parque.

### Histórico EBITDA 2010-2021

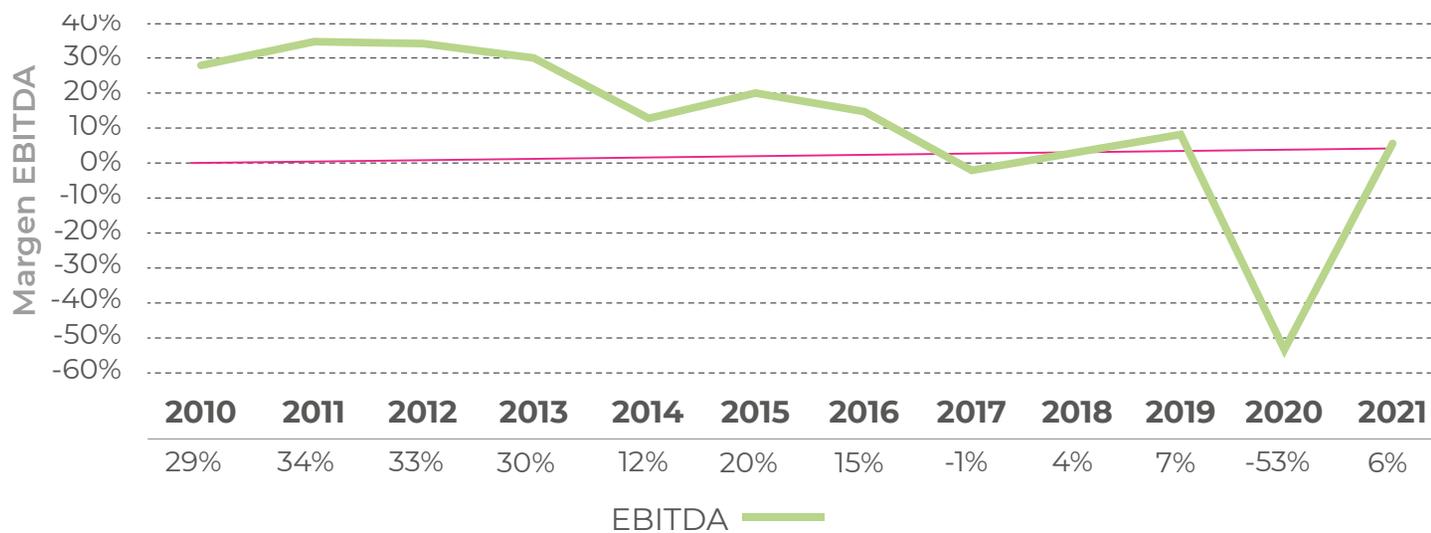


Gráfico 12. Teniendo en cuenta el histórico del per cápita de Corparques, el EBITDA en 2021 tras 9 meses de trabajo fue del 6%, estando solo un (1) por debajo de 2019 donde se trabajaron los 12 meses del año.

# Asuntos relevantes

Corparques en 2021 tras la urgencia de trabajar en la reactivación económica del parque, luego de lo vivido en 2020 generó estrategias para mantener, recuperar y reactivar las operaciones del parque y el talento humano de la Corporación.

Para 2022 se apostará a la sostenibilidad y continuidad del negocio con la meta de incrementar el EBITDA, contribuyendo a mejorar las ganancias de la Corporación. Tras el apalancamiento económico recibido por Corparques a través de la Cámara de Comercio del Bogotá en 2020, iniciaremos la primera fase de amortización a la deuda adquirida. Adicionalmente se realizarán inversiones que permitirán mejorar la experiencia del visitante tales como: **la ampliación de la oferta gastronómica, el fortalecimiento de fiestas de cumpleaños, la mejora de las ofertas comerciales para los visitantes y para las ventas corporativas**, y por último se está **analizando la viabilidad de incluir más juegos de destrezas y atracciones** para diversificar la oferta de entretenimiento.







# 3 NUESTRO NEGOCIO

# Ingresos comerciales 2021

## Mercadeo y ventas

El 2021 se ha caracterizado por la reactivación paulatina del sector del entretenimiento, uno de los más afectados durante la pandemia, esta situación se ha venido revirtiendo durante el transcurso del año, muestra de ello es el positivo desarrollo del parque que se refleja en cifras históricas alcanzadas y que hacemos expresas a continuación.

### Ingresos Área comercial por canal de venta

Ingresos 1a1	Ingresos canal institucional	Total de ingresos Mundo Aventura
\$12000 MM	\$6000 MM	\$24000 MM
75%		100%



Gráfico 13. Ingresos área comercial por canal de venta

# Participación del Área comercial en el total de ingresos 2021

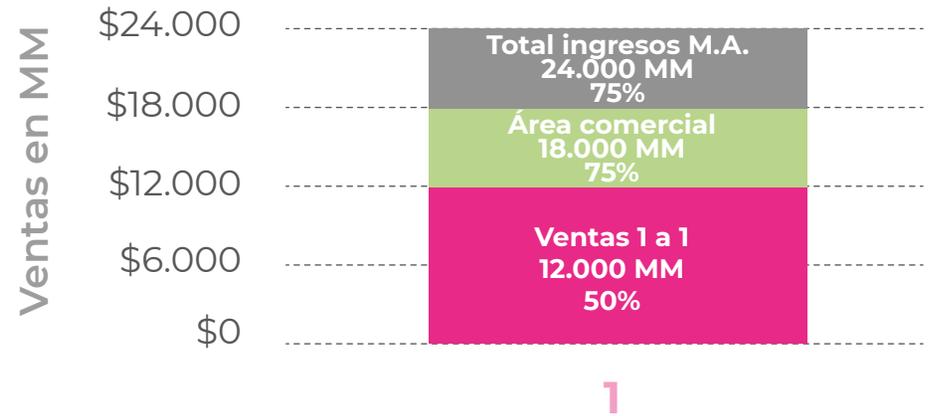


Gráfico 14. Participación del área comercial en el total de ingresos 2021

## Porcentaje de total de ventas B2B por tipo de cliente

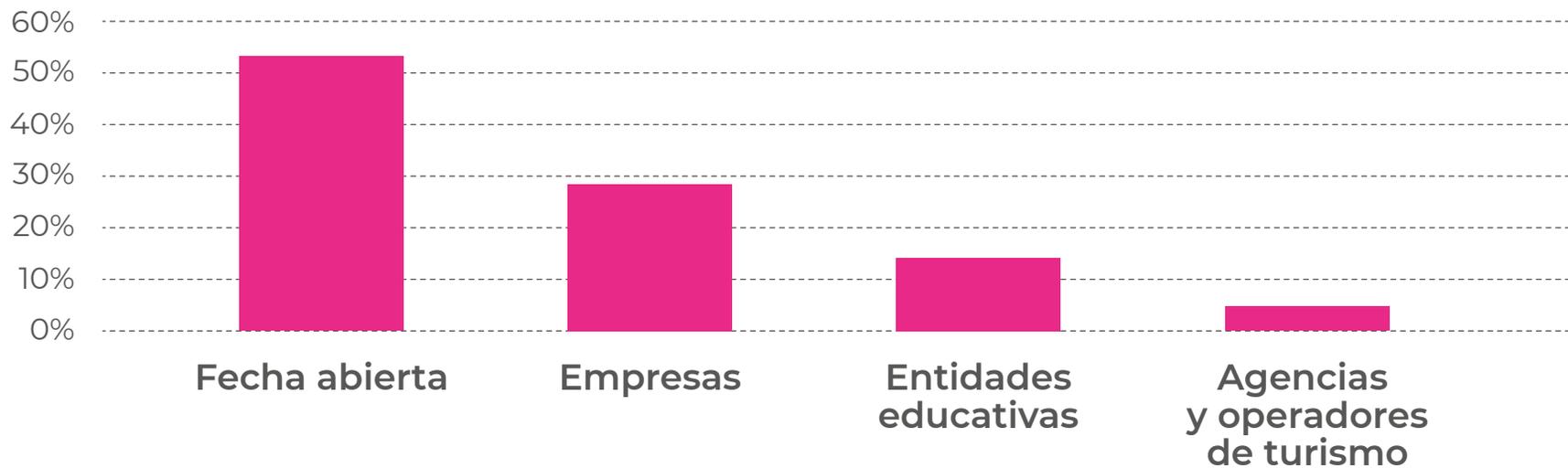


Gráfico 15. Porcentaje de total de ventas B2B por tipo de cliente.

## Corparques

En el realizamos **eventos en gran formato post pandemia:**

- Celebraciones Colegios
- Días de la familia o eventos corporativos
- Eventos de integración sectores económicos

## Nuevos formatos de experiencias y eventos:

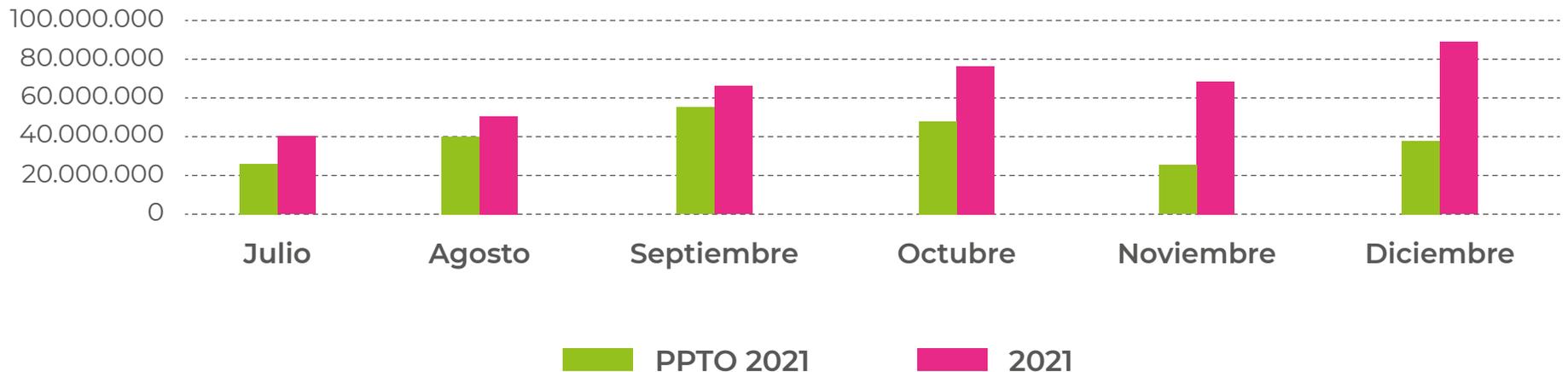


# Fiestas y eventos

Gracias a los resultados positivos generados en 2021 de cara al cliente, a la marca y al servicio se decidió incluir en **NUEVAS OFERTAS** como **fiestas Picnic** y también fortalecimos los **productos existentes** como las **fiestas temáticas, extremas, Granjerito y Baby Zone** y el desarrollo de **nuevas ocasiones de consumo** a nivel familiar pero también pensando en grupos de edades diferentes como adolescentes y adultos.

Con **una ejecución del 168% sobre el presupuesto 2021** y un aumento frente a las ventas del segundo semestre del 2019 del 10%, en una época de reactivación e incertidumbre por parte de las familias, para volver a confiar y compartir seguros con todos los protocolos de bioseguridad.

## Cumplimiento de presupuesto 2021



A woman wearing a blue cap with a logo and a bright green jacket over a dark blue shirt is sitting at a desk. The desk has a computer monitor displaying a website, a keyboard, and a printer. The background features a decorative wall with a large green plant, a hanging plant, and a doorway decorated with pink balloons and a 'SALIDA' sign. The text 'Evolución tecnológica' is overlaid in large white letters on the left side of the image.

# Evolución tecnológica

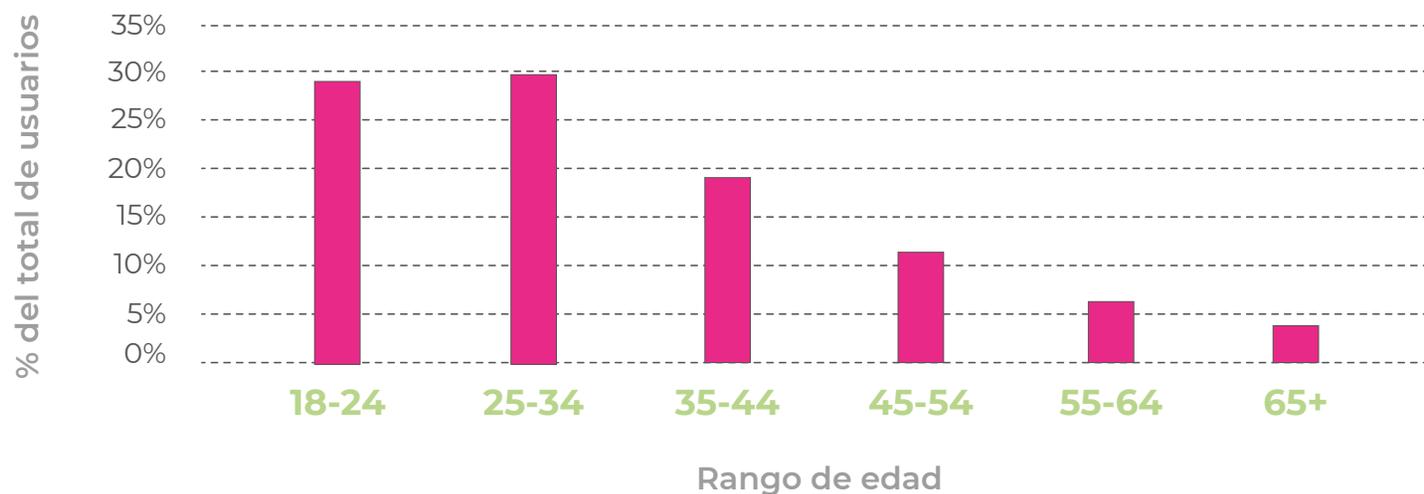
# Tecnología como la mejor herramienta en tiempos de emergencia sanitaria

- Invertimos más de cien mil dólares en el mantenimiento y mejora de nuestras plataformas **SAP y CORE**.
- **Desarrollamos y actualizamos más de 10 módulos de software** para mejorar la experiencia de nuestros visitantes, entre otros .
- **Nuevos combos** en la APP y la tienda en la página web.
- **Un método más ágil de entrega de comidas.**
- Controles de **integración de las interfaces.**
- Procesos de cierre diario de **ventas y control del inventario.**
- **Cumplimos con los requerimientos de Ley** asociados a las aplicaciones SAP y CORE.
- **Facturación y Nómina Electrónica.**
- Controles sobre las **resoluciones de facturación.**
- **Más de 500 horas de validación y mantenimiento de todo el parque de cómputo** en atracciones (43%) Taquillas (23%) Puntos de Comida (22%) y Destrezas (12%) para asegurar que nuestros visitantes disfruten todo nuestro portafolio y tengan la mejor experiencia.
- Se completó el proyecto previsto en 2020 para contar con una **infraestructura de servidores virtuales con alta contingencia y sitio alternativo** para asegurar máxima disponibilidad de los servicios y las aplicaciones.
- Se implementó una **solución de monitoreo para responder más proactivamente a las incidencias** que se presentan durante el día en cuanto a la infraestructura tecnológica del parque.
- Se mejoró la disponibilidad del **servicio de internet para visitantes** (Wi Fi gratuito) y se volvieron a poner en funcionamiento 20 antenas propias del parque que estaban fuera de servicio.

# Página web: una gran opción para la venta de productos, servicios y experiencia a los visitantes

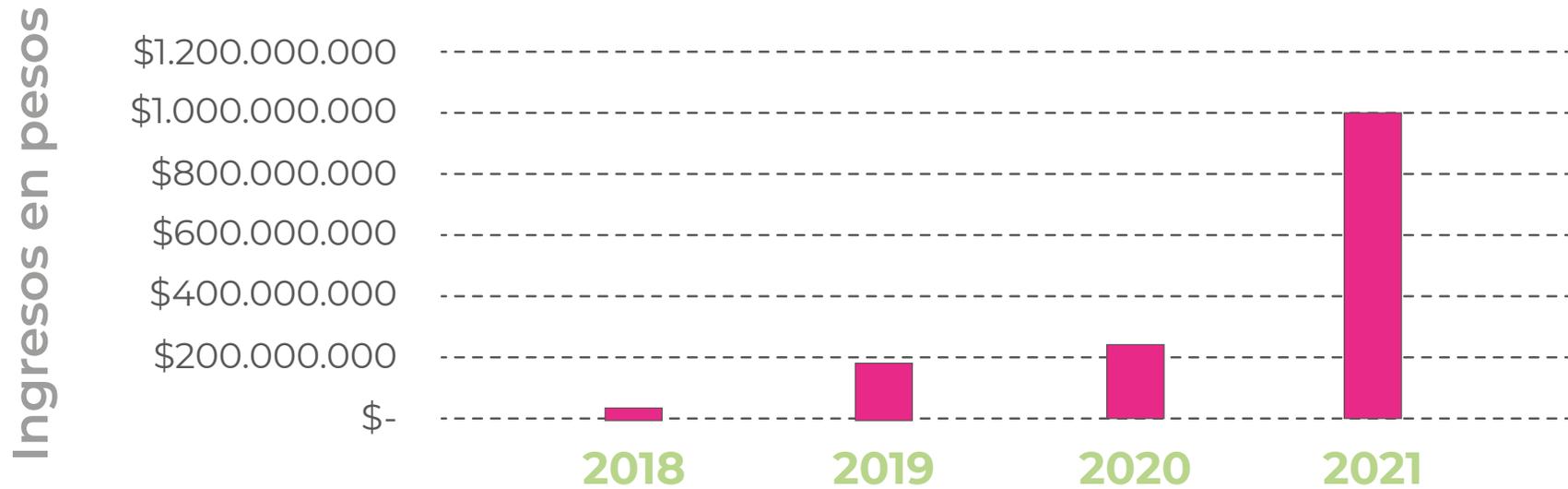
La página web es uno de los principales medios de contacto del Parque Mundo Aventura con todos sus grupos de interés, **en el 2021 contamos con promedio de 10659 visitas diarias de las cuales 3 de 4 visitas fueron realizadas por nuevos usuarios**. La composición demográfica del usuario del canal web corresponde en un tercio a mujeres y el 59% se encuentra entre los 18 y 34 años.

## Edades de los usuarios que usan el canal web como medio de contacto



*Gráfico 17. Edades de los usuarios que usan el canal web como medio de contacto. El parque Mundo Aventura transmite información actualizada por medio de su Página Web, pero también aumentó la relevancia que tiene como canal de ventas y este año ha crecido en un 559% con respecto al 2019. En el 2021 el 88% del total de los ingresos por la tienda web, se presentó en el segundo semestre de 2021.*

## Ingresos por canal web



*Gráfico 18. Ingresos Canal Web 2018- 2021. En el 2021 se inició el desarrollo de una Tienda Online de acuerdo con las necesidades específicas de Mundo Aventura. De esta forma se podrá aumentar el portafolio de productos que el Parque ofrece por el canal Digital. Se proyecta su inauguración para febrero de 2022.*

# Aplicación móvil: una manera de que nuestro negocio esté al alcance del cliente

La app Mundo Aventura sigue posicionándose como una excelente opción para el disfrute del parque ya que **permite hacer uso de pasaportes, comprar alimentos y disfrutar de mucho más que diversión.** En este año tuvimos en total:

<b>Total usuarios activos en APP 2.241</b>			
<b>Edad promedio usuarios de la app</b>	<b>28 años</b>	<b>Hombres</b>	<b>43%</b>
		<b>Mujeres</b>	<b>57%</b>
<b>Ingresos en 2021 por la App \$46.105.294</b>			
<b>70% para pasaportes</b>	<b>12% A&amp;B</b>	<b>18% productos complementarios como parqueadero</b>	



**HSEQ**

# Salud y seguridad en el trabajo, clave para nuestra operación

En materia de accidentalidad durante el 2021, registramos un total de 33 accidentes de trabajo, **significando un aumento del 120% con relación a los eventos presentados en el año 2020**; estos asociados principalmente a un mayor tiempo de exposición a los riesgos (en el 2020 se tuvieron 5 meses de labores operativas en comparación con los 11 meses que se laboraron en el 20) lo cual es directamente proporcional a la posibilidad de ocurrencia de estos eventos.

En relación con la aparición de enfermedades laborales, durante el 2021, **no se calificaron nuevos casos** y esperamos mantener esta tendencia en el año que inicia.

## Ambiental: una transformación corporativa

La generación de residuos sólidos es otro aspecto importante en lo corrido del 2021, ya que la Corporación ha generado un total de **29.728 kg de residuos aprovechables, en comparación con los 1.240 kg generados en 2020**, esto claramente asociado a los meses de operación de cada uno de los años (5 meses en 2020 y 11 meses en 2021) y a las actividades de separación implementadas con el nuevo gestor de residuos. En el

último trimestre de 2021, **dimos inicio un plan piloto de aprovechamiento de residuos orgánicos provenientes de las áreas de elaboración de alimentos**, con el fin de garantizar el cierre del ciclo de vida de nuestras materias primas de una forma responsable con el medio ambiente, al ser entregados para compostaje y generación de abonos.



**Nuestro  
talento humano**

## Corparques

En lo referente a recuperación de empleos **logramos reincorporar al 89% de nuestros colaboradores con contrato directo con Corparques**, que por la crítica situación del parque en 2020 se desvincularon de la Corporación. Del mismo modo, de la planta temporal se reincorporó el 90% del personal existente antes de la pandemia. Personas que trabajaron en 2021 para que Corparques y Mundo Aventura sean una realidad:

- **Nómina Corparques:** 166
- **Nómina temporal** 319
- **Total de colaboradores:** 485

## Contratación #Ingresos

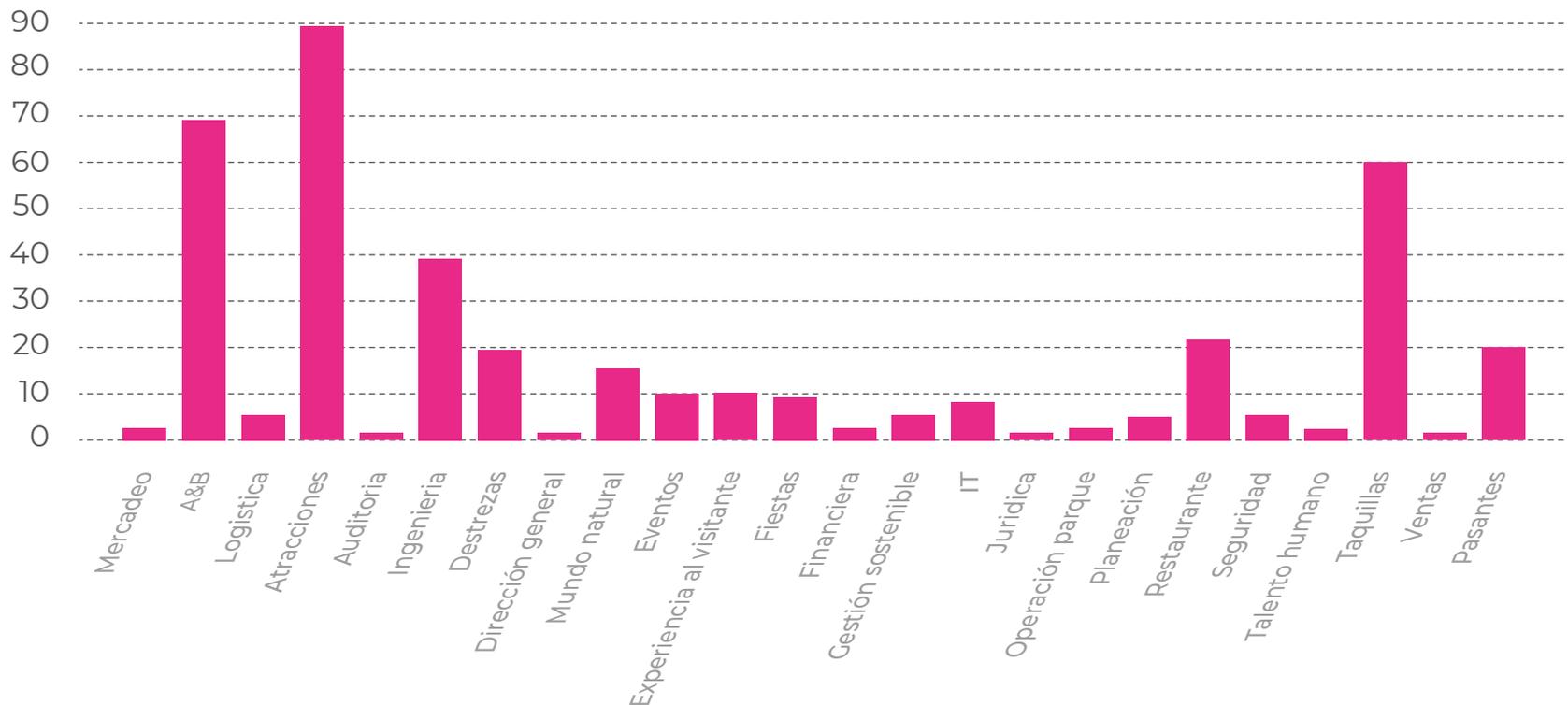


Gráfico 19. En la gráfica anterior se evidencia el número de ingresos por área a lo largo del año 2021, para un total de ingresos de 409 colaboradores en el año



## Índice de Rotación

- Nómina directa: 2%
- Nómina temporal: 16%

## Ascensos y promociones

Área	# Colaboradores
Financiera	4
Ingeniería	10
Auditoria	1
IT	2
Logística	3
Seguridad	2
Talento Humano	2
Ventas	2
Taquillas	2
Alimentos y Bebidas	4
Fiestas	2
Atracciones	3
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>

# Estandares laborales

Teniendo en cuentas las anteriores cifras debemos seguir trabajando para manejar directamente **la nómina de todos aquellos que trabajan tiempos completos en tareas administrativas y de operación del parque**, logrando de este modo que la temporal funcione solo para el personal que trabaja por temporada. Por otro lado, **la contratación de talento se hizo de manera equitativa** en 2021 y estas cifras así lo demuestran:



# de Hombres

**248**



# de Mujeres

**237**

Estas cifras nos comprometen a seguir trabajando para que la equidad sea una bandera de gestión del talento humano en Corparques. Sabemos la importancia de contratar talentos con experiencia, en proceso de promoción y en formación, por eso destacamos las edades de las personas que trabajan con nosotros, hecho que nos permite mezclar experiencia y ganas de aprender en un solo escenarios:



## Edades de nuestros colaboradores

- **18 - 20 años:** 114
- **21 - 25 años:** 188
- **26 - 35 años:** 107
- **36 - 45 años:** 46
- **46 - 59 años:** 28
- **60 +:** 2



A nivel directivo y de jefaturas intermedias, la equidad fue la oportunidad para dar un aire al manejo de la Corporación en 2021, haciendo una diferencia histórica en Corparques, es así como los equipos que lideran y gestionan la organización se componen por:

#### Comité directivo:

- **Número de mujeres:** 6
- **Número de hombres:** 5

#### Comité Ampliado

- **Número de mujeres:** 12
- **Número de hombres:** 11

También generamos oportunidades de aprendizaje a 20 estudiantes de últimos semestres de carreras universitarias que pudieron realizar sus pasantías en la Corporación.

## Código de ética

La CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LOS PARQUES Y LA RECREACIÓN EN BOGOTÁ, **CORPARQUES**, **apoyará y promoverá el buen ambiente de trabajo, seguro, saludable y de entendimiento, que favorezca al bienestar de los colaboradores y un clima laboral apropiado** para la prestación de un buen servicio, adelantando programas que busquen su desarrollo y capacitación para fomentar el crecimiento profesional y como personas.

**CORPARQUES apoya y respeta las políticas internacionales de derechos humanos por lo que no practica ni tolera el trabajo infantil**, ni las prácticas abusivas de acoso y castigo, como tan poco está de acuerdo con las prácticas de trabajo obligatorio o forzoso.

**En Corparques se promueve la igualdad de oportunidades y la diversidad como factores fundamentales para el crecimiento sostenible de la Corporación.** Es por esta razón que el respeto y el trato equitativo hacia y entre todos los colaboradores de la organización es su responsabilidad. En ningún caso se verán afectadas las decisiones de contratación por temas de raza, color, género, religión, nacionalidad, orientación sexual, ni por ninguna otra forma de discriminación social.

# Lo que hicimos en talento humano durante 2021

## Beneficios para los nuestros

Somos conscientes de la importancia de contribuir con la buena calidad de vida de nuestra familia Corparques, por eso centramos los beneficios que ofrecimos desde la Corporación en el equilibrio entre trabajo, la salud, la familia y la recreación:

### ► Póliza de vida

Póliza de vida colectiva, para los colaboradores con contrato directo con Corparques.

### ► Horarios Flexibles

Brindamos la posibilidad de elegir un horario flexible a los administrativos de Corparques que son estudiantes universitarios para que puedan cumplir con sus estudios.

### ► Fechas Especiales

**Matrimonio:** licencia remunerada de 3 días libres por

matrimonio a los integrantes de Corparques de nómina directa.

**Grado:** día libre en la fecha de tu graduación.

**Nuevo Nieto:** licencia remunerada donde otorgamos 2 días a los colaboradores que se conviertan en “abuelos” para que compartan con sus hijos el nacimiento de sus nietos.

### ► Pasaportes Tipo Colaborador

Cortesías trimestrales para que nuestro integrante disfrute de Mundo Aventura con su familia y amigos.

**Nomina Corparques:** 7 pasaportes

**Nomina Temporal:** 4 pasaportes

### ► Descuento en alimentos a colaboradores

Descuentos para la compra de productos en el parque.

### ► Tarde Libre de Cumpleaños

Medio día libre de cumpleaños, para que los nuestros celebren su día junto a los que más quieren.

### ► Beneficio Vacunación

Dos pasaportes tipo colaborador para aquellos que se vacunen en el parque.

# Cultura enfocada en Servicio

## Entrenamiento en producto

Por medio de esta actividad **reforzamos la prestación de todos los servicios que ofrece el parque Mundo Aventura** con el fin de que cada uno de nuestros integrantes tenga una **respuesta o solución pronta** ante las dudas e inquietudes de nuestros visitantes en el momento de ser abordados, esta actividad está dividida en dos:

- **Conoce tu área:** en cada reunión de preapertura de la operación que realizaba cada jefe y su equipo de trabajo, se elegía un producto o servicio del área para estudiarlo con el fin de alinear el conocimiento de todos los integrantes, permitiendo a su vez capacitarlos y desarrollar sus habilidades de venta.

- **Conoce las demás áreas:** actividad por medio de la cual se estudiaban los productos y servicios de las diferentes áreas para entender su función en el parque.

Gracias a estas iniciativas logramos impactar en **528 integrantes de nuestra Corporación.**

## Centro de formación Corparques

Durante 2021 realizamos ajustes del Proceso de Capacitación de la Corporación retomando, actualizando y fortaleciendo cada uno de los cuatro pilares:



**Actualizamos y virtualizamos la inducción al 100%** para facilitar por medio de la tecnología los procesos de capacitación de la Corporación. De igual manera retomamos la actividad **“Vive la experiencia”** donde cada nuevo integrante de la familia Corparques conoció la Corporación por medio de una ruta llena de actividades y retos.

**La capacitación técnica y de desarrollo se certificó al 100% de los colaboradores en los protocolos de Bioseguridad** de cada uno de los procesos, adicional se establecieron nuevos cursos virtuales y se realizaron al igual varias capacitaciones presenciales, basado en esto se presentan las siguientes cifras:

- **Total horas de Capacitación:** 9.917
- **Horas de Capacitación Virtual:** 3.879
- **Horas de Capacitación Presencial:** 6.038

## Corparques

La **Formación – Certificación** se fortaleció en las áreas de operación y mantenimiento de atracciones, de igual forma ya se estableció y documentó el proceso de certificación de los puntos de AyB, las cifras de este año son:

Certificaciones	
Operaciones	517
Mantenimiento	268

Como parte del desarrollo intelectual de nuestros integrantes **realizamos una alianza con Uniempresarial para desarrollar el seminario Superando las expectativas del cliente en el sector el Entretenimiento de 60 horas en un modelo teórico-práctico** que contó con la participación y finalización de 18 colaboradores.

Creamos el grupo de Entrenamiento de las áreas operativas de la Corporación el cual está conformado por el personal que cuenta con los conocimientos y la experticia de cada uno de los procesos de las diferentes áreas, esto con el objetivo de fortalecer el proceso de Capacitación en sus líneas de entrenamiento y formación al cargo, capacitación técnica y certificación.



# Impactos Clima Organizacional Corparques 2021

Actividad	Significado	Dirigido a	Nivel del Cargo	Convocados	Asistentes	Valor Total	Impacto
<b>"Chocolate con Amor"</b>	Corparques entrega desayunos a sus integrantes del equipo de operaciones todos los domingos con el fin de que todos arranquen el día de trabajo con energía y buena actitud.	Todos los Colaboradores en Operación	Auxiliar Supervisor Jefe	9100	9100	\$ 13.649.210	Entrega de 9100 desayunos en 2021 a nuestros colaboradores
<b>Poliza de Vida</b>	Corparques otorga a sus colaboradores una Poliza de Vida Colectiva como beneficio con un valor asegurado para el 2021 de \$3.994.783.920.	Todos los Colaboradores de Nomina Directa	Todos	154	154	\$ 10.479.333	cobertura colaboradores
<b>Beneficio Pasaportes</b>	Corparques entrega pasaportes a sus colaboradores como beneficio por pertenecer a la Corporación y en las actividades de celebración como día de la familia 700, celebración de halloween niños 289, terror al parque 345, Celebración de Navidad 315, Pasaportes Beneficio trimestral pasaportes colaborador 2.941	Todos los Colaboradores en Operación	Todos	1649	4590	\$299.268.000	alcanzamos un 92% el estudio de Clima Organizacional como puntuación general y un 94% en la variable de sentido de pertenencia con la Corporación
<b>Total inversión: \$ 323.396.543</b>							

# Impactos “Cultura Organizacional enfocada en la Experiencia del Visitante” 2021

Actividad	Significado	Dirigido a	Nivel del Cargo	Convocados	Asistentes	Valor unitario	Valor Total	Impacto
<b>Taller de Empatía</b>	Actividad formativa para el equipo de operaciones enfocada en el desarrollo de la empatía, importancia de rol en la corporación e impacto en la experiencia del visitante	Todos los colaboradores de operaciones	Auxiliar Supervisor Jefe	600	600	\$ 10.994	\$ 6.596.400	impacto en la disminución de Quejas y Reclamos en un 22% por parte de visitantes al parque tipificadas como "Actitud Inapropiada del Colaborador"
<b>Entrega Super Fan Mundo Aventura</b>	Corparques entregó a sus colaboradores la membresía "SUPER FAN" del Parque Mundo Aventura, con el fin de que puedan contar con los beneficios del producto, lo conozcan y se conviertan en embajadores de la marca	Todos los colaboradores	Auxiliar Supervisor Subdirector Director	300	307	\$ 60.000	\$18.420.000	impacto en la disminución de Quejas y Reclamos en un 22% por parte de visitantes al parque tipificadas como "Actitud Inapropiada del Colaborador"
<b>Lanzamiento Visión</b>	Corparques realizó el lanzamiento de su visión de servicio para los colaboradores con el fin de alinear su gestión con la experiencia que deben vivir los visitantes.	Todos los colaboradores	Auxiliar Supervisor Jefe Subdirector Director	442	442		\$ 30.690.062	impacto en la disminución de Quejas y Reclamos en un 22% por parte de visitantes al parque tipificadas como "Actitud Inapropiada del Colaborador"
<b>Total inversión: \$ 323.396.543</b>								

# Control desde la auditoría interna

## Hallazgos detectados de años anteriores sin cerrar y criticidad

PLANES DE ACCIÓN - AUDITORIA INTERNA 2019 – 2020			
DIRECCIÓN	NIVEL DE RIESGO	ESTADO	PLANES DE ACCIÓN
Dirección de Ingeniería y Asesoría Técnica	Moderado	Vencido	<b>1</b>
Dirección Financiera y de Operaciones	Moderado	Vencido	<b>3</b>
0	Moderado	Vencido	<b>1</b>
Subdirección de Planeación Estratégica y de Proyectos	Moderado	Vencido	<b>1</b>
Subdirección de Gestión Sostenible	Bajo	Vencido	<b>1</b>

## Hallazgos detectados durante el año 2021 y criticidad

PROCESO	NIVEL DE RIESGO	PLAN DE ACCIÓN	ACTIVIDADES	ESTADO
HSEQ	Moderado	16	9	Implementados
			7	Vencidos
Restaurante Arazá	Alto	7	12	Implementados
			16	Vencidos
Alimentos y Bebidas	Alto	5	2	Implementados
			13	Vencidos
Operación atracciones	Moderado	5	7	Proceso, Dentro de la fecha
Infraestructura	Moderado	2	7	Proceso, Dentro de la fecha
	Alto	2	15	

## Auditorias recurrentes

PROCESO	NIVEL DE RIESGO	PLAN DE ACCIÓN	ACTIVIDADES	ESTADO
Contratación	Alto	4	3	Implementados
			10	Vencidos
Compensación variable	Alto	4	4	Implementados

## Hallazgos cerrados al cierre del año 2021

DIRECCIÓN	CIERRE HALLAZGOS
Dirección de ingeniería y asesoría técnica	1
Dirección financiera y de operaciones	19
Subdirección de gestión sostenible	2
Subdirección de mercadeo y ventas	6
Subdirección de operaciones	8
Subdirección de talento humano	3
<b>Total</b>	<b>39</b>





# 4 VIABILIDAD DEL NEGOCIO



**Contrato de  
aprovechamiento  
económico**



Transcurrido un año de la vigencia del **Contrato de Aprovechamiento Económico No. IDR-2020-2422-STP** celebrado con el IDR el 5 de noviembre de 2020 por el término de cinco años y en el marco del cual se **concede a Corparques el uso, goce, gestión, adecuación y operación del Parque Metropolitano Rodrigo Lara Bonilla donde funciona el Parque Mundo Aventura**, trabajamos en retomar las diferentes acciones que se realizaban en asocio con el IDR en pro de la comunidad en general, como por ejemplo, **la entrega de 25.000 pasaportes con destino a los beneficiarios de los programas sociales del Distrito**, sin embargo, producto de las restricciones aplicadas a raíz de la pandemia no fue posible cumplir con la meta establecida.

Durante 2022 estudiaremos las diferentes opciones jurídicas que permitan garantizar la continuidad del uso del predio de cara a la sostenibilidad de Corporación y sus líneas de negocio.



# Aspectos legales

1. Durante 2021 Corparques fue parte en procesos judiciales y administrativos que no afectaron sustancialmente el desarrollo de la Corporación gracias a que llevamos a cabo las acciones pertinentes para garantizar la efectiva defensa de sus intereses en todos los ámbitos.
2. En materia laboral la Corporación no fue notificada de nuevas acciones en su contra, motivo por el cual terminó el 2021 con el mismo número de procesos judiciales que el 2020, es decir, dos procesos laborales iniciados por extrabajadores, el primero de los cuales se encontraba a la espera de la fijación de fecha para la primera audiencia de trámite y el segundo de la admisión de la subsanación de la contestación, sin embargo, no se presentó ninguna novedad en los procesos.
3. Respecto de los demás procesos judiciales, continúan en curso, tanto la denuncia penal interpuesta en el año 2016 por Corparques contra dos personas por el intento de hurto de pasaportes y combos de alimentación, así como el proceso ejecutivo iniciado por Corparques contra Proyectar Soluciones Logísticas S.A.S. para el cobro de costas de un Tribunal de Arbitramento que falló a favor de la Corporación, proceso que al 31 de diciembre de 2021 se encontraba en la Oficina de ejecución por la medida de embargo solicitada por la Corporación y ordenada por el Juzgado.
4. En cuanto a las presuntas violaciones al Estatuto del



Consumidor, sigue en curso ante la Superintendencia de Industria y Comercio - SIC la averiguación preliminar iniciada en 2019 originada en una queja de protección al consumidor relacionada con el concurso “Poker fase challenge”. Adicionalmente, en el mes de diciembre se dio respuesta a un requerimiento efectuado por la SIC en el marco de una averiguación preliminar por presunta publicidad engañosa respecto de dos de los combos alimenticios que vende el Parque. Asimismo, se contestó una acción de protección al consumidor que tenía como pretensión la devolución del valor total de la compra, por presunto incumplimiento de las condiciones del producto “Fila Express” y malos tratos por parte de los colaboradores.

## Corparques

6. Como Corparques dimos un nuevo paso hacia el posicionamiento de nuestras marcas al iniciar el proceso de registro de las mascotas del Parque: Ubin (marca figurativa y mixta) y Arazito (marca mixta) ante la SIC. Si bien actualmente ambos procesos se encuentran en curso, respecto de la primera no se recibieron oposiciones al registro, por lo cual se está a la espera a la decisión de la SIC y en cuanto a la segunda, la compañía Jerónimo Martins Colombia SAS, propietaria de las Tiendas Ara y de la marca homónima, presentó oposición al registro, por lo cual a 31 de diciembre de 2021 Corparques se encontraba en proceso de contestar dicha demanda. Adicionalmente, sigue en curso la acción de nulidad relativa presentada por Corparques ante el Consejo de Estado contra el registro de la marca Caribe Aventura Parque Temático concedido por la SIC, en la cual se inadmitió la demanda por un defecto de forma y se subsanó oportunamente, por lo cual está pendiente la decisión del Despacho.
7. En lo que se refiere a acciones de tutela, la Corporación no fue parte en ninguna acción de tutela a lo largo del 2021.
8. Respecto de Propiedad Intelectual y Derechos de Autor (Artículo 47 de la Ley 222 de 1995, modificado por el artículo 1 de la Ley 603 de 2002), Corparques dio cabal cumplimiento a dicha normativa, motivo por el cual a 31 de diciembre de 2021 no recibió reclamaciones o requerimientos a este respecto.
9. De otra parte, en cumplimiento de lo establecido en el artículo 7 de la Ley 1231 de 2008 informamos que la Corporación no entorpeció la libre circulación de las facturas emitidas por los vendedores o proveedores.



# Planeación

El 2021 fue un año de muchos cambios en aspectos legales, principalmente en lo relacionado con la gestión de la pandemia y la reactivación económica del país, para lo cual Corparques siempre conto con la disposición y compromiso de sus colaboradores para garantizar el cumplimiento de estos.

Con el fin de identificar, evaluar y valorar los riesgos psicosociales presentes en nuestro equipo de trabajo, durante el mes de noviembre, **se realizó la aplicación de las encuestas de riesgo psicosocial, dando cumplimiento con ello a la resolución 2646 de 2008**; con base en los resultados obtenidos se establecerán las acciones intervención de los factores psicosociales contando con el apoyo de la Dirección General y Comité Directivo a implementar durante el 2022.

Así mismo con el fin de garantizar el acatamiento de los estándares mínimos del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo, **se realizó la autoevaluación de cumplimiento de estos estándares durante el año 2021, obteniendo un porcentaje del 97%**, el cual es considerado como aceptable

## Corparques

según la resolución 0312 de 2019; Corparques es consciente de la necesidad de contar con un equipo apropiado para dar un soporte oportuno ante cualquier situación de emergencias, por este motivo **capacitamos al equipo de brigadistas de la Corporación**, para que formen las competencias necesarias y respondan adecuadamente a incidentes y situaciones de emergencia que se puedan presentar, **brindando una atención primaria a todos los que frecuentan el parque dando cumplimiento así a los decretos 1072 de 2015 y 1443 de 2014 del Ministerio del Trabajo Colombia**. De esta manera desarrollamos nuestro plan de emergencias, asegurando su ejecución y cumplimiento con las normativas aplicables a la Corporación.

Continuando con la creación de competencias, **la Corporación formó a un equipo de 11 colaboradores del área de mantenimiento, en rescate en alturas**, para responder apropiadamente a cualquier emergencia que se pueda presentar en las actividades de trabajo de alto riesgo que se desarrollan en sus instalaciones.

Así mismo es de destacar que **la Corporación participó en el mes de octubre de 2021, en el simulacro de Autoprotección distrital**, mediante el cual se simuló las acciones a seguir en caso de presentarse un sismo en las instalaciones.



# Materialidad

Debido a la crisis económica derivada de la pandemia por covid-19 y los cambios generados en el entorno empresarial y el sector del entretenimiento, **el estudio de materialidad desarrollado en 2019 perdió vigencia en muchos de los aspectos analizados para ese tiempo**, adicionalmente **se ampliaron los grupos de interés** por lo que el relacionamiento con estos se ha hecho de manera orgánica sin atender a temas materiales de importancia para cada uno.





**Nuestros retos  
para continuar la  
evolución del negocio**

# Planes y expectativas para el 2022

Gracias a los buenos resultados generados en el año 2021, **podremos continuar el desarrollo de nuevos proyectos para mejorar la experiencia de los usuarios y los ingresos de nuestro parque.** Dentro de los más representativos están:

- **La apertura de nuevas sedes de nuestro Restaurante Temático Arazá** fuera de las instalaciones de Mundo Aventura.
- **La realización de la segunda versión de Terror al Parque** para la cual hemos destinado más recursos, tiempo de planeación, entrenamiento de los actores, diseño, montaje y ejecución de todos los escenarios que buscan entretener a los amantes del terror.
- **La entrada en funcionamiento de la nueva destreza del parque llamada Martillo** en el mes de febrero, la cual hará parte de las 19 de destrezas con las que cuenta el Mundo Aventura.
- **La compra de dos (2) nuevas atracciones que nos permitirán refrescar nuestra oferta de entretenimiento:** la primera será Karts con 11 vehículos que harán la diferencia para los amantes de la velocidad siempre pensando en la seguridad y protección de nuestros visitantes; la segunda atracción que vamos a adquirir está en proceso de definición y viabilidad.

Gracias a estos nuevos proyectos pensados en mejorar la experiencia de los visitantes, **esperamos recibir más de 800.000 personas en 2022.**

# Operaciones

## Evolución de Fiestas como una Unidad de Negocio

Durante 2021 se realizaron ajustes operativos importantes dándole mayor enfoque al esfuerzo comercial, con lo que logramos el cumplimiento de las metas presupuestadas, **alcanzando y sobrepasando los resultados del año 2019 en el segundo semestre sin COVID-19.**

En 2022 vamos a implementar nuevas ideas de producto como lo son **paquetes de vacaciones Recreativas para las temporadas**, también invitaremos nuevos segmentos de clientes a celebrar sus fechas especiales en nuestro parque Mundo Aventura.

## Atracciones y optimización del servicio

Para 2022 se contempla **complementar manual de funciones de supervisión** con instructivos de formación a el supervisor; **hacer planeación para Incrementar el número de simulacros en el año** para mejor entrenamiento de auxiliares; **mejorar los perfiles de operadores de atracciones**; **programa de animación en las atracciones** para satisfacción de visitantes.

## Taquillas punto crucial en el servicio al cliente

Para el año 2022 llevaremos a cabo la **implementación de los datafonos al sistema integral del parque**, esto nos ayudara a salvaguardar los dineros de la Corporación y ser más efectivos al dar un buen servicio al cliente en cuanto tranquilidad a nuestros visitantes.

## Mundo Natural un reto en diversificación

Para el año 2022 cumplir con el presupuesto de ingresos establecido para la unidad de negocio de Mundo Natural

- Desarrollo de **proyecto de equinoterapia** con entidades públicas de la ciudad
- **Cumplimiento al 100% los indicadores de gestión** establecidos para la unidad de negocio

## Destrezas un reto para continuar

Se planea continuar con capacitaciones activas de: **clínica de ventas, servicio al cliente, manejo de inventarios y recreación.** Para finalizar, se proyecta cambiar los productos en la Diver-Tienda, con el fin de captar una mayor venta en el punto.

# Transformación tecnológica

Para 2022 debemos continuar la misma senda con, entre otros, los siguientes proyectos:

- **Mayor nivel de contingencia en las comunicaciones** desde y hacia Internet con un contrato a 2 años. Al unificar los vencimientos de este contrato con el del enlace principal, se obtendrán mejores negociaciones en este apartado para los contratos a iniciar en enero de 2024.
- Mejores y más frecuencia en las prácticas de Seguridad de la Información para responder a las exigencias del mercado y ante todo, **cumplir con los requerimientos propios de la Ley y de la protección de los datos personales de nuestros visitantes.**
- Aumentar el costo beneficio de las soluciones de informática, **aumentando la capacitación al personal** de toda la operación, la **automatización y control de los procesos** y la completitud de estos dentro de las herramientas tecnológicas



- Aprovechar el recurso del WiFi gratis en el parque para que, por un lado, **podamos mejorar la experiencia del visitante** y por otro, se establezcan nuevas formas de prestar los bienes y servicios que ofrece el parque.
- **Canales tecnológicos Mundo Aventura.**

# Gestión sostenible y comunicaciones

Teniendo en cuentas las vivencias y aprendizajes el año 2021, nuestros retos a nivel de gestión sostenible y comunicaciones se centran en:

- Desarrollo de **estudio de Materialidad**.
- **Acercamiento a los grupos de interés** de la Corporación.
- **Desarrollo y actualización de las políticas de Corparques** bajo el asesoramiento de la Cámara de Comercio de Bogotá y con la participación activa de todas las áreas de la Corporación.
- **Desarrollo de una estrategia integrada** de comunicaciones, relacionamiento y gestión sostenible.
- **Rediseño de la página web** de Corparques.
- Fortalecimiento de la **gestión de redes sociales** de Corparques.
- Desarrollo de alianzas para la **implementación de espacios adecuados para las madres lactantes** en Mundo Aventura.
- Desarrollo de **estrategias de comunicación de tipo Ambiental** de la mano del área ambiental de la Corporación.
- Desarrollo de **espacios amigables con la lactancia materna en alineación con el Plan Decenal de Lactancia Materna** liderado por la Consejería para la Niñez y la adolescencia.



# Planeación y proyectos

A través de la implementación efectiva de los planes de acción y las lecciones aprendidas de cada uno de los accidentes presentados se tiene como meta disminuir este porcentaje durante el 2022.

Nuestra meta para 2022 consistirá en **augmentar** la cantidad de residuos que se aprovechan, **disminuir** los que se entregan al relleno sanitario y **garantizar el cierre del ciclo de vida** de los residuos generados a través del aprovechamiento de estos para la elaboración de nuevos productos contando con el apoyo de nuestro gestor integral de residuos.

Otro de los retos de la Corporación para el nuevo año es **finalizar la implementación y posterior certificación de su sistema de gestión ambiental bajo el estándar ISO 14001:2015**, ya que somos conscientes de la responsabilidad ambiental que tenemos con nuestra sociedad, así como con la protección del medio ambiente y la prevención de la contaminación, para generar un equilibrio que permita que sigamos desarrollando nuestras actividades con el menor impacto posible.

# Talento humano

- Programa Liderazgo
- Virtualización formato de Entrenamiento y formación al cargo
- Ejecución **certificación operadores punto de venta AyB**
- Continuación Seminario “Superando las expectativas del cliente en el sector del Entretenimiento”
- Completar el proyecto de **cultura enfocada en el servicio al cliente al 100%**



# Retos, Riesgos y Auditoría 2022

**Cumplir** el Plan de Auditoría 2022.

**01**

Presentar la **evaluación de procesos** de manera precisa, concisa, objetiva y soportada.

**03**

Velar por que los medios internos de registro, control y comunicación **transmitan información** fidedigna, adecuada y oportuna.

**05**

**Resguardar** razonablemente a la Corporación contra **fraudes, despilfarros y pérdidas**.

**02**

Realizar **actividades permanentes** de sensibilización de la cultura de gestión de riesgos y control interno.

**04**







Síguenos en:

-  @Corparquesbog
-  @Corparques\_bog
-  @Corparques

-  [corparques.com](http://corparques.com)
-  +60 1 4142700



Síguenos en:

-  @parquemundoaventura
-  @Mundo\_Aventura
-  [mundoaventura.com.co](http://mundoaventura.com.co)
-  +60 1 4142700