

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
RECREACIÓN INTEGRAL Y SHOWS INFANTILES EN SANTIAGO DE CALI

MARÍA DEL MAR VELASCO DUEÑAS

VIVIANA MARCELA OSPINA ERAZO

EDGAR FABIÁN CORTES CHACÓN

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, CONTABILIDAD Y FINANZAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2022

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
RECREACIÓN INTEGRAL Y SHOWS INFANTILES EN SANTIAGO DE CALI

MARÍA DEL MAR VELASCO DUEÑAS

VIVIANA MARCELA OSPINA ERAZO

EDGAR FABIÁN CORTES CHACÓN

Proyecto de grado presentado para optar por el título de profesional en
administración de empresas

Directora:

Sandra Carolina Cortés Barbosa

Magister en mercadeo internacional

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, CONTABILIDAD Y FINANZAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2022

NOTA DE ACEPTACIÓN

Trabajo de grado aceptado por la facultad de administración, contabilidad y finanzas de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, como requisito para obtener el título de administración de empresas

Firma de la directora

Firma del jurado

Firma del jurado

Cali, 23 de mayo de 2022

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico primero que todo a Dios que me ha guiado con su espíritu santo, al brindarme sabiduría y entendimiento para realizar este trabajo, también le dedico este proyecto a mi hermana Daniela Ospina Erazo, que con su amor y dedicación ha sido de gran apoyo para mí en todo este proceso, a mis padres por su amor incondicional y apoyo moral.

Viviana Marcela Ospina Erazo

Quiero dedicar este proyecto primeramente a Dios por ser mi guía y llenarme de fortaleza para lograr las metas que me he propuesto en la vida, además se lo dedico a cada una de las personas con las que realicé este trabajo; A mis padres, por darme la vida y por su esfuerzo constante de motivación para continuar mis estudios y con ello permitirme no darme por vencida en tan gran proyecto.

María del Mar Velasco Dueñas

La culminación de este trabajo y ciclo de mi formación académica se lo dedico primeramente a Dios pues sin el nada de esto hubiese sido posible, también a mis padres que siempre me han dado de su apoyo en todas y cada una de las circunstancias de mi vida, a mis hermanas que siempre tienen una respuesta y siguen mis ideales mostrándome su amor incondicional.

Edgar Fabián Cortes Chacón

AGRADECIMIENTOS

Le agradecemos a Dios por la oportunidad de estudiar en la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium y capacitarnos como profesionales en administración de empresas, también le ofrecemos nuestros más sinceros agradecimientos a la asesora de proyecto de grado la docente Sandra Carolina Cortes Barbosa por su colaboración, comprensión y entrega de sus conocimientos en este proyecto.

Además, le agradecemos a la secretaria de la facultad de administración de empresas María Fernanda Herrera Muñoz por su disposición, excelente atención y por estar siempre atenta a resolver las inquietudes académicas.

Al director Sergio Quijano, también al Decano Cesar Tulio Carmen Carrillo y al Vicerrector Edison Mosquera, les agradezco mucho el asesorarme, guiarme y escucharme, siendo más que los directivos de la Universidad una mano amiga siempre presta a ayudar y a contribuir en el proceso educativo.

Edgar Fabián Cortes Chacón

Viviana Marcela Ospina Erazo

María del Mar Velasco Dueñas

CONTENIDO

	pág.
1	CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN21
1.1	TÍTULO DEL PROYECTO.....21
1.2	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN21
1.3	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN21
1.4	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN25
1.5	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN26
1.6	MARCO DE REFERENCIA29
1.7	ASPECTOS METODOLÓGICOS43
2	ANÁLISIS DE MERCADO49
2.1	ANÁLISIS DEL SECTOR49
2.2	ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO60
2.3	PLAN DE MERCADEO73
3	ANÁLISIS TÉCNICO90
3.1	INTRODUCCIÓN90
3.2	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....90
3.3	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO101
3.4	TAMAÑO DEL PROYECTO105
4	ANÁLISIS ORGANIZACIONAL Y LEGAL106
4.1	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO106
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL109
4.3	MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL112
4.4	PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL113

4.5	PROCESO DE CONTRATACIÓN.....	114
4.6	PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL.....	115
4.7	FUNDAMENTOS CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS	115
4.8	ANÁLISIS LEGAL, AMBIENTAL Y SOCIAL	164
5	ANÁLISIS FINANCIERO	170
5.1	INVERSIÓN INICIAL	170
5.2	PARÁMETROS	173
5.3	BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS.	176
5.4	BALANCE GENERAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS.....	179
5.5	ESTADO DE RESULTADOS	181
5.6	ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN	182
5.7	PUNTO DE EQUILIBRIO	184
5.8	RAZONES FINANCIERAS	184
5.9	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	190
	REFERENCIAS	193
6	ANEXOS	198

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Descriptores de la recreación.....	30
Cuadro 2. Marco legal.....	41
Cuadro 3. Ficha técnica de la encuesta.....	45
Cuadro 4. Población niños de Cali.....	46
Cuadro 5. Vivienda comuna 17 estrato 5 y 6.....	46
Cuadro 6. Viviendas y población comuna 17 estrato 5 y 6.....	47
Cuadro 7. Población niños de 0 a 14 años en la comuna 17 de la ciudad de Cali	47
Cuadro 8. Muestra.....	47
Cuadro 9. Matriz de Porter.....	50
Cuadro 10. Distribución de las viviendas de la comuna 17 según el estrato.....	60
Cuadro 11. Servicio de recreación y shows infantiles 1.....	66
Cuadro 12. Servicio de recreación de shows infantiles 2.....	67
Cuadro 13. Servicio de recreación y shows infantiles 3.....	68
Cuadro 14. Competencia directa.....	71
Cuadro 15. Estrategia de precio.....	73
Cuadro 16. Estrategia de venta.....	79
Cuadro 17. Estrategia promocional.....	80
Cuadro 18. Estrategia publicitaria.....	82
Cuadro 19. Estrategia de distribución.....	83
Cuadro 20. Políticas de servicios.....	84
Cuadro 21. Tácticas de ventas.....	85
Cuadro 22. Matriz de Osborn.....	87
Cuadro 23. Ficha técnica maquillaje artístico.....	91
Cuadro 24. Ficha técnica globoflexia.....	91
Cuadro 25. Ficha técnica show de magia.....	91
Cuadro 26. Ficha técnica hora loca.....	92
Cuadro 27. Proceso técnico.....	93

Cuadro 28. Equipo de cómputo y comunicación (1528)	93
Cuadro 29. Muebles y enseres (152405)	94
Cuadro 30. Maquinaria y equipo	94
Cuadro 31. Útiles de oficina y papelería (519530)	95
Cuadro 32. Implementos de aseo y cafetería (519525)	95
Cuadro 33. Total inversión maquinaria y equipo requerido.....	96
Cuadro 34. Diagrama de flujo	98
Cuadro 35. Listado de insumos	99
Cuadro 36. Proveedores reales o iniciales	100
Cuadro 37. Micro localización	103
Cuadro 38. Descripción de puestos	109
Cuadro 39. Procesos operativos de Mundo Arte Recreación	110
Cuadro 40. Exámenes ocupacionales de ingreso.....	114
Cuadro 41. Descripción de cargo gerente general.....	116
Cuadro 42. Descripción de cargo contador.....	121
Cuadro 43. Descripción de cargo jefe de recurso humano	126
Cuadro 44. Descripción de cargo líder creativo	132
Cuadro 45. Descripción de cargo jefe de bodega y compras	138
Cuadro 46. Descripción de cargo coordinador de recreación	143
Cuadro 47. Descripción de cargo recreador	149
Cuadro 48. Descripción de cargo asesor comercial.....	153
Cuadro 49. Descripción de cargo asesor de servicio al cliente.....	158
Cuadro 50. Análisis social.....	167
Cuadro 51. Análisis de valores personales.....	168
Cuadro 52. Inversión inicial.....	170
Cuadro 53. Parámetros económicos.....	173
Cuadro 54. Parámetros laborales	174
Cuadro 55. Parámetros de gastos	174
Cuadro 56. Balance general proyectado sin financiación en pesos.....	178
Cuadro 57. Balance general inicial con financiación en pesos	179

Cuadro 58. Estado de resultados sin financiación en pesos.....	181
Cuadro 59. Estado de resultados con financiación	182
Cuadro 60. Punto de equilibrio en servicios.....	184
Cuadro 61. Razones financieras para estados financieros sin financiación	184
Cuadro 62. Razones financieras para estados financieros con financiación	187
Cuadro 63. Análisis de sensibilidad	190
Cuadro 64. Valores pagados por el servicio de recreación infantil	210
Cuadro 65. Anécdotas de experiencias desagradables de servicios de recreación infantil	214
Cuadro 66. Sugerencias para servicios de recreación infantil	215

LISTA DE IMÁGENES

	pág.
Imagen 1. Máquina de crispetas y algodón de azúcar.....	66
Imagen 2. Maquillaje artístico	67
Imagen 3. Show de magia	67
Imagen 4. Presentación de películas infantiles.....	68
Imagen 5. Presentación de personajes mágicos	68
Imagen 6. Fiesta temática de héroes.....	68
Imagen 7. Fiesta temática bomberos.....	69
Imagen 8. Fiesta temática, personajes de cuentos de hadas	69
Imagen 9. Fiesta temática Toy Story	69
Imagen 10. Paquete de recreación Diver Arte	76
Imagen 11. Paquete VIP Arte	77
Imagen 12. Paquete de recreación Premium Arte	78

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Estrategia de distribución.....	84
Figura 2. Ubicación del departamento del Valle del Cauca en Colombia	101
Figura 3. Ubicación de Cali en el Valle del Cauca	102
Figura 4. Organigrama.....	109

LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
Gráfico 1. Interés en contratar el servicio de recreación y shows infantiles.....	201
Gráfico 2. Servicios de recreación y shows infantiles que han contratado	202
Gráfico 3. Razones para contratar servicios de recreación infantil	204
Gráfico 4. Motivación para contratar servicios de recreación	205
Gráfico 5. Aspectos importantes de recreación infantil	206
Gráfico 6. Escala de interés de los diferentes servicios de recreación y shows infantiles.....	207
Gráfico 7. Frecuencia de realización celebraciones infantiles	209
Gráfico 8. Servicio por el que incrementaría el valor pagado	212
Gráfico 9. Rango de edad de los niños de la comuna 17	213

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo 1. Formato de encuesta	198
Anexo 2. Tabulación de datos y análisis de encuesta	201

RESUMEN

En este proyecto se analiza la viabilidad de la creación de una empresa de recreación integral y shows infantiles en la comuna 17 de Santiago de Cali, mediante un estudio detallado de los diferentes factores, los cuales son la oferta, demanda, el entorno, macro localización, entorno organizacional y legal, costos y competidores, los cuales influyen en el proyecto de emprendimiento.

Así mismo, para realizar el estudio de mercado se tiene en cuenta la población objetivo de la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali, de donde se tomó la muestra de los estratos 5 y 6, para lo cual se efectuó la encuesta con la finalidad de recolectar información más precisa sobre las preferencias y necesidades de sus habitantes referente a los eventos de recreación infantil.

En la encuesta mencionada anteriormente se realizó para percibir si existía la necesidad para las fiestas infantiles de un servicio que llene sus expectativas, que logre convertir sus celebraciones en momentos memorables, llenos de magia y alegría, tanto para los participantes del evento como para el niño homenajeado.

Además, se analiza el entorno, por esta razón se utilizan diferentes herramientas, entre ellas la matriz de Osborn con la técnica de SCAMPER, y la matriz de Porter para identificar las 5 fuerzas del mercado.

Luego, para realizar el estudio técnico fue necesario hacer la ficha técnica del servicio, analizar el ámbito donde se va a desarrollar el proyecto, también se especificó los insumos, la planta y equipo, muebles y enseres, necesarios para prestar el servicio de recreación. Del mismo modo, se señaló la macro localización, la micro localización y el tamaño del proyecto.

En adición a esto, para el análisis organizacional se describe la idea de negocio, la cual consiste en brindar el servicio de recreación integral y shows infantiles con el fin de realizar fiestas temáticas totalmente personalizadas, de acuerdo a las ideas y expectativas que tenga el cliente, para lo cual se efectuara una entrevista consultiva

con la intención de identificar los gustos y preferencias del usuario. De la misma manera, se enfocan los valores corporativos de la empresa en pro de que los colaboradores ofrezcan un servicio confiable, lo que aumente la credibilidad en los servicios de recreación y shows infantiles.

Además, con el propósito de analizar la viabilidad de la creación de la empresa, se realiza el análisis financiero, para lo cual fue necesario hacer los cálculos de la inversión, proyección de ventas, parámetros generales y gastos.

Palabras claves: Servicio, recreación, viabilidad, temática, show.

ABSTRACT

This project analyses the feasibility of creating an integral recreation company and infantile shows in commune 17 of Santiago de Cali. This is studied through different factors that influence the entrepreneurial project, such as the supply, the demand, the environment, the macro-localization, the legal and organizational environment, the costs, and competitors.

Additionally, to realize the market research about the target market, with the criteria of the 5 and 6 social classes in commune 17, it was necessary to take a sample. For that, a survey was applied so it would be possible to collect pertinent information about the potential customers and gather the data about their preferences and needs when getting recreational services for children.

Therefore, the survey's goal was to perceive if there is a need for a recreational infant service that fulfills clients' expectations, one capable of turning the event into joyful and magical experiences, their celebrations for participants as for the honored child.

Then, were analyzed the organizational and competitive environment with two techniques. The first is the Osborn Matrix, called the SCAMPER technique, and the second is the Porter matrix to analyze the five market forces.

Afterward, to realize the technical study was necessary to make the service datasheet and examine the location where is focused the project's performance. That requires specifying the elements needed to provide the recreational service, like supplies, plant and equipment, furniture and furnishings. Likewise, was pointed out macro-location, micro-location, and the project size.

Eventually, in the organizational analysis, it is determined that the business idea aims to realize fully customized theme events by providing infant shows and recreational services. To reach that, an advisory interview is performed to identify the user preferences. That way, the company's corporate values are centered on

ensuring that employees offer a reliable service, which will increase the credibility of infant shows and recreational services.

Finally, to analyze the feasibility of the recreation service, the last study is the financial analysis. For this part of the research, it was necessary to calculate the investment, sales forecast, general parameters, and expenses.

Keywords: Service, recreation, feasibility, theme event, show.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la sociedad se encuentra inmersa y saturada por las diferentes ocupaciones, lo cual ha provocado que las actividades de recreación, esparcimiento, la integración social y familiar no obtenga el tiempo adecuado para ejercerlas. La recreación, es una de las necesidades fundamentales del ser humano puesto que se ha comprobado que estas actividades al ser un medio de distracción contribuyen a mejorar la calidad de vida reflejada en una salud física, mental, social y emotiva.

En la ciudad de Cali cada vez hay más empresas de recreación, se ha observado que no logran posicionamiento total como resultado de la poca oferta en servicios innovadores y paquetes completos de recreación lo que conlleva a un ahorro de tiempo para el consumidor; ya que se genera un gasto de tiempo para el cliente el hecho de buscar servicios alternos de otras empresas a la hora de contratar estos servicios.

Fundado este argumento, nace el estudio de viabilidad del proyecto cuyo objetivo es la creación de una empresa de recreación al servicio de la ciudad de Cali; donde no solo se ofrecerá un servicio de recreación de fiestas infantiles y animación de eventos, sino también paquetes completos para actividades de mercadeo y promoción para toda la ciudad.

De acuerdo con los estudios realizados se logra evidenciar los diferentes factores que hacen de este servicio una oportunidad para satisfacer las necesidades del cliente en cuanto a recreación se refiere, para lo cual se hace uso de diferentes actividades lúdicas, shows de magia, maquillaje artístico, títeres y fiestas temáticas, de esta forma es posible divertir y entretener a los niños.

Al considerar la necesidad que tiene el ser humano, en este caso los niños, de utilizar el tiempo libre en actividades recreativas, la empresa de recreación Mundo Arte ofrece una propuesta fresca e innovadora, para lo cual se pretende realizar la

recreación de fiestas temáticas personalizadas de acuerdo con la necesidad y deseo del cliente, lo que da libertad al usuario de elegir los personajes, escenas y juegos que quiere que se le recree en la fiesta infantil.

En este proyecto se estudia la viabilidad de crear una empresa de recreación y shows infantiles en la comuna 17 de Santiago de Cali, por lo cual se realizan los respectivos análisis entorno al emprendimiento, con el propósito de conocer todos los factores que influyen en la creación de la empresa de recreación infantil, se analiza la demanda el mercado, además se estudia la viabilidad financiera del proyecto.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

Estudio de viabilidad para la creación de una empresa de recreación integral y shows infantiles en Santiago de Cali.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento.

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Planteamiento del problema. Desde sus inicios la recreación en Colombia ha venido tomando fuerza “como elemento esencial del desarrollo del recurso humano tanto individual como colectivo que tiene un espacio propio en instrumentos normativos e institucionales internos y externos desde la época de la colonia hasta nuestros días.” (García, 2014, p. 9)

A nivel de recreación dirigida, Roberto Ortegón, presidente de la Asociación Colombiana de Recreación, retoma la historia y dice que la idea se heredó de grupos norteamericanos como la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ) que desde los años 20 tenía sus voluntarios para jugar y pasear en grupo. Basado en ellos, Bertrand Russell escribió su ensayo Elogio a la ociosidad en 1929 (García, 2014).

“En la ciudad de Cali habitan 2.227.642 personas” (Alcaldía de Santiago de Cali, 2021, p. 12), de los cuales “El 27,4 % de los habitantes de la ciudad son niños/as (0 - 17 años)” (Osorio Mejía & Aguado Quintero, 2018, p. 15). Hay una gran cantidad de personas y empresas que frecuentemente celebran acontecimientos importantes

para los niños como cumpleaños, día del niño, Halloween, primeras comuniones, talleres de manualidad y fechas especiales.

“En Colombia nació oficialmente en 1962 con la aprobación gubernamental para crear programas de recreación.” (Pérez, 1992, párr.14). Desde entonces es un mercado que ha venido en crecimiento hasta la actualidad, sin embargo, se ha notado que los eventos de la mayoría de las empresas se han tornado rutinarios y de baja calidad. Además, también se ha presentado en el área falta de capacitación y profesionalismo del personal a cargo. Por último, se ha evidenciado la inconformidad de varios usuarios de los servicios de recreación respecto a la impuntualidad de los prestadores del servicio.

Una de las razones de esas problemáticas es que la mayoría de los eventos que se ofrecen en el mercado carecen de originalidad, cambio y mejora. En cuanto a originalidad, lo común es que las empresas de recreación ofrezcan una decoración, temáticas y espectáculos estándar a todos sus clientes. Por la parte de cambio, como siempre ofrecen lo mismo, se han quedado en la zona de confort. Por otra parte, al tener en cuenta los dos puntos mencionados anteriormente, la falta de mejora llega a estar ligada a esos puntos y al hecho de no tener un estándar de calidad que los impulse a mejorar cada día más el servicio.

Otro de los factores que afectan el servicio, está ligado a la falta de innovación en los procesos, actividades, y temáticas, se comienza a prescindir de seguir capacitando a los recreadores, pues se considera que están preparados para hacerse cargo de interpretar los shows una vez tienen los conocimientos básicos de recreación. Además, tampoco se fijan estándares de profesionalismo del recreador hacia el cliente, entre los cuales debería ser vital que estuviera el evitar tratar de forma inadecuada a los participantes del evento.

Además, no se puede ignorar el hecho de que, debido a la falta de lineamientos de profesionalismo y calidad del servicio, los recreadores incurren en impuntualidad en la prestación del servicio. Además, de una falta de capacitación intensiva, que

educe a los recreadores en un manejo de situaciones que procuren el trato óptimo hacia el cliente y los participantes del evento.

En consecuencia, al tornarse repetitivo y bajar la calidad del servicio de recreación, se reduce el interés de los clientes, así mismo deja de despertar el atractivo hacia contratarlo, de forma que esto provoca que la demanda baje, lo cual no sólo afectaría a las empresas que se dedican a prestar el servicio si no a los recreadores, pues habría déficit en la demanda laboral de estos.

Por tanto, tal falta de capacitación resulta en la prestación de un servicio regular, que a duras penas logra satisfacer las expectativas básicas del cliente, lo cual reduce el atractivo de contratar servicios de recreación, y a su vez desestimula la demanda del mercado objetivo hacia el mismo. El no fijar estándares de profesionalismo resulta en que los recreadores terminen tratando de forma inadecuada al cliente, por ejemplo, ridiculizándolo o poniéndolos en una situación incómoda durante el evento, lo que ocasiona que los participantes del evento dejen de disfrutar un evento que fue diseñado exactamente con esa finalidad.

Como resultado de faltas de lineamientos, los recreadores terminan incumpliendo con la hora de llegada pactada con el cliente. En consecuencia, bajaría la credibilidad de la calidad del servicio, por esta razón algunos de los clientes dejarían de contratar a la empresa o al servicio directamente, lo que afectaría la rentabilidad de esta, pues se reducirían sus clientes.

En vista de que se debe innovar en el servicio, se pueden hacer fiestas temáticas personalizadas, de forma que sea el cliente quien proponga la temática con los personajes o tema que quiere para la fiesta, la cual se hará realidad de acuerdo con el plan que elija el cliente. Para ofrecer el mejor servicio en cada evento se hacen los trajes, decoración y ambientación de cero, para que sea un servicio único y mejorado en comparación a los anteriores.

En adición a lo anterior, después de contratar al personal, se realizarán capacitaciones intensivas que permitan estar preparado para afrontar los retos de prestar un servicio de recreación personalizado, además de las capacitaciones y ensayos previos a cada evento. Estas capacitaciones abarcarán desde practicar cada una de las actividades y shows del evento, hasta reforzar el trato óptimo hacia los clientes y los participantes del evento. Además, se considera necesario hacer un estricto lineamiento que tenga los estándares de calidad y de profesionalismo, en el cual se estipulen las sanciones a la impuntualidad, tanto a los ensayos para practicar las escenografías, como para la llegada a los eventos.

Por las razones anteriores, se ve en la necesidad de ofrecer un servicio que supla los deseos del mercado objetivo, el cual quiere un servicio innovador, original, y que tenga temáticas únicas. No sólo eso, sino también es importante que el personal sea responsable, puntual, y altamente capacitado, esto con la finalidad de brindar un servicio de recreación de la más alta calidad, con factores que sorprendan, diviertan y entretengan a los asistentes con el fin de generar momentos memorables.

1.3.2 Formulación del problema. ¿Cuál es la viabilidad de crear una empresa de recreación integral y shows infantiles en la comuna 17 de Santiago de Cali?

1.3.3 Sistematización del problema. Con el fin de realizar el estudio de este proyecto se plantean las siguientes preguntas:

- ¿Qué demanda actual y potencial existe en Santiago de Cali para la ejecución de programas recreativos temáticos en el ámbito de fiestas infantiles, fiestas empresariales?
- ¿Cuáles son los materiales y equipos que requiere el proyecto para responder a la demanda del mercado?

- ¿Cuál debe ser el sistema organizacional y legal adecuado para la idea de negocio?
- ¿Cuál es la estructura organizacional y administrativa para el funcionamiento del proyecto?
- ¿Cuáles son las variables de un estudio económico y financiero que determinan la rentabilidad de la inversión en el proyecto?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general. Determinar cuál es la viabilidad para la creación de una empresa de recreación integral y shows infantiles en la comuna 17 de Santiago de Cali.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Determinar cuál es la demanda actual y potencial que existe para la creación de una empresa de recreación integral y shows infantiles en la comuna 17 de Santiago de Cali.
- Definir los materiales y equipos que requiere el proyecto para responder a la demanda del mercado, para la creación de una empresa de recreación integral y shows infantiles en la comuna 17 de Santiago de Cali.
- Determinar el sistema organizacional y legal adecuado para la idea de negocio según la normatividad colombiana, para la creación de una empresa de recreación integral y shows infantiles en la comuna 17 de Santiago de Cali.
- Definir la estructura organizacional y administrativa para el funcionamiento del proyecto, para la creación de una empresa de recreación integral y shows infantiles en la comuna 17 de Santiago de Cali.

- Realizar la proyección de la rentabilidad económica del proyecto, considerando capital propio y financiado para la creación de una empresa de recreación integral y shows infantiles en la comuna 17 de Santiago de Cali.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La recreación entendida como la actividad destinada al aprovechamiento del tiempo libre para el esparcimiento físico y mental, juega un papel muy importante en la sociedad.

“Los programas de recreación dirigidos a los niños y niñas pueden promover la no violencia de manera estructural y aportan a su desarrollo desde todas sus dimensiones (cognitiva, afectiva, axiológica, comunicativa, etc.)” (Instituto Colombiano del Deporte y Fundación Colombiana de Tiempo Libre y Recreación, 2006, p. 17).

Los programas de ocio y recreación contribuyen al desarrollo de niños y jóvenes, a la construcción de identidades sociales y personales, previenen y potencian acciones sociales y educativas tendientes a superar problemas como la adicción a las drogas, la delincuencia, el aislamiento, la depresión, entre otras, y un medio para la dinamizar procesos de inclusión social y participación genuina, por mencionar algunos de sus efectos e impactos. (Coldeportes y Funlibre, 2006, pp. 15-16)

En general, para este proyecto se puede tomar la recreación desde el punto de vista del entretenimiento como una herramienta lúdica y creativa desarrollada en el ocio y tiempo libre, que brinda satisfacción, diversión, entretenimiento y momentos felices y a su vez por medio de juegos y shows temáticos fortalece valores humanos y el pleno desarrollo de los niños.

En Cali una ciudad dinámica de fiesta, baile y diversión la recreación dirigida y los programas infantiles ofrecen un panorama importante de integración e interacción

entre familias, amigos y comunidades, promoviendo entretenimiento sano y constructivo por medio de expresiones artísticas.

A pesar de las precisiones conceptuales de los diferentes teóricos, todos concuerdan en la importancia del juego en el aspecto psicológico, pedagógico y social del ser humano.

Vigotsky establece que el juego es una actividad social, en la cual, gracias a la cooperación con otros niños, se logran adquirir papeles o roles que son complementarios al propio. También este autor se ocupa principalmente del juego simbólico y señala como el niño transforma algunos objetos y lo convierte en su imaginación en otros que tienen para él un distinto significado, por ejemplo, cuando corre con la escoba como si ésta fuese un caballo, y con este manejo de las cosas se contribuye a la capacidad simbólica del niño (Blanco, 2012).

Para Groos, el juego es pre-ejercicio de funciones necesarias para la vida adulta, porque contribuye en el desarrollo de funciones y capacidades que preparan al niño para poder realizar las actividades que desempeñará cuando sea grande. Esta tesis de la anticipación funcional ve en el juego un ejercicio preparatorio necesario para la maduración que no se alcanza sino al final de la niñez y que, en su opinión, “esta sirve precisamente para jugar y de preparación para la vida.” (Blanco, 2012, p. 31)

“Es evidente que la recreación satisface necesidades humanas básicas de jugar, relacionarse, hacer deporte, disfrutar actividades al aire libre, tener aficiones, participar de actividades artísticas, contribuyendo al desarrollo humano integral” (Ramos Rodríguez et al., 2011, p. 31).

Según la jerarquía de las necesidades humanas propuesta por Abraham Maslow, se procura abarcar dos de sus pilares: necesidades fisiológicas, donde el ser humano necesita descanso relacionado con actividades recreativas y de afiliación donde las personas establecen vínculos con su entorno, hacen contacto personal y relaciones en eventos sociales, familiares y empresariales.

Personas y empresas frecuentemente celebran acontecimientos y fechas importantes para los niños como cumpleaños, primeras comuniones, día del niño, graduación, talleres infantiles, Halloween, entre otras que buscan entretener, divertir y generar experiencias agradables a los asistentes.

A lo que le apuesta este proyecto es a indagar el cliente por medio de una venta consultiva en donde se identifiquen los gustos y preferencias reales del usuario, logrando de esta manera recrear los sueños y fantasías de los niños por medio de fiestas personalizadas y shows temáticos, creando paquetes pensados exclusivamente en el festejado, ya sean artísticos, deportivos, científicos, culturales, recreativos entre otros... que no solo el individuo disfrute si no que se divierta, aprenda, fortalezca diferentes áreas de su vida, así como su desarrollo. Brindando propuestas innovadoras y diferentes alternativas de recreación y shows temáticos fuera de lo convencional.

Por los motivos expuestos anteriormente, se evidencia una oportunidad de negocio al crear una empresa que ofrezca el servicio de recreación y eventos, donde el cliente se sienta participe desde un principio y donde el arte, la cultura y el circo sean los principales componentes al momento de amenizar una fecha conmemorable de los posibles clientes de la empresa.

La recreación es un derecho fundamental de niños Artículo 30. Derecho a la recreación, participación en la vida cultural y en las artes. Los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho al descanso, al esparcimiento, al juego y demás actividades recreativas propias de su ciclo vital y a participar en la vida cultural y las artes.

La niñez opina que, todo niño debe recibir apoyo total o las bases necesarias para participar en los diferentes eventos culturales y recreativos que estén abiertos para ellos (Aldeas Infantiles SOS, 2017).

Por todo lo mencionado anteriormente, se evidencia una oportunidad de negocio al crear una empresa que ofrezca el servicio de recreación y shows infantiles, donde el eje principal sean los gustos y preferencias de los niños en el cual ellos se sientan partícipes de cumplir sus sueños y fantasías, aquí la cultura y las expresiones artísticas y teatrales, serán los principales componentes al momento de celebrar fechas importantes de los posibles clientes.

1.6 MARCO DE REFERENCIA

La ciudad de Santiago de Cali está ubicada en las coordenadas 3°27'00"N 76°32'00"O y es la capital del departamento del Valle del Cauca. Limita al norte con Yumbo y la Cumbre, al nororiente con Palmira y al oriente con Candelaria y Puerto Tejada (Cauca). Al sur se encuentra el municipio de Jamundí, el área rural de Buenaventura al suroccidente y Dagua al noroccidente. En la parte occidental de la ciudad se encuentran los Farallones de Cali, que hacen parte de la cordillera occidental de los Andes colombianos. (Alcaldía de Santiago de Cali, 2021, p. 9)

Políticamente el municipio se encuentra dividido en 22 comunas y 15 corregimientos. Para el año 2018 su población se calculó en 2.445.281 habitantes de los cuales 2.408.653 residen en la cabecera municipal. En cuanto al número de viviendas para el mismo año se estimaron en 670.917 de las cuales 660.661 pertenecían a la cabecera. (Alcaldía de Santiago de Cali, 2021, p. 9)

1.6.1 Referente teórico. Los estudios de viabilidad son estudios técnico-económicos que se desarrollan para evaluar la pertinencia de ejecutar un proyecto determinado y que abarcan dos etapas: una son los estudios pertinentes para la formulación y preparación del proyecto; la otra es la evaluación del proyecto. (Chain & Sapag, 2014, p. 30)

En la fase de formulación del proyecto se busca definir todos los elementos que influyan en los ingresos y egresos del mismo, así como dar respuesta a las necesidades puntuales de recreación infantil con una oferta innovadora, efectiva y con un valor agregado para el cliente (Chain & Sapag, 2014).

En la fase de evaluación del proyecto se pretende determinar la rentabilidad de la inversión, según Chain y Sapag (2014) este proceso se va facilitado cuando se identifican las fortalezas específicas propias, ventajas diferenciadoras del servicio, de los recursos y de las disposiciones de insumos. Utilizando herramientas esenciales como la medición de la rentabilidad del proyecto y el análisis de las variables cualitativas.

1.6.2 Referente conceptual. A continuación, se expone el concepto de recreación de varios teóricos.

Cuadro 1. Descriptores de la recreación

AUTORES	CONCEPTO	VALORES OPERATIVOS	VALORES CONCEPTUALES	EFFECTOS
Georges y Achilles Theodorson	Actividad no laboral	Placer, facilidad, descanso	Descansar del trabajo normal, de la seriedad, de la responsabilidad, de la rutina.	Descanso
Luís Alfonso Londoño	Diversión, esparcimiento fuera de la ocupación laboral, profesional y trabajo.	Descanso, libertad	Recuperación de fuerzas. Exteriorización de la personalidad, información. Servicio a otros.	Descanso, liberación.
Ezequiel Ander Egg	Acción de divertir, alegrar, deleitar.	Diversión, deleite, alegría	Tarea del trabajo social y de animación sociocultural.	Distracción, salud, educación.

AUTORES	CONCEPTO	VALORES OPERATIVOS	VALORES CONCEPTUALES	EFFECTOS
Código de educación del estado de California USA	Cualquier actividad voluntaria	Acción	Desarrollo físico, mental, moral.	Desarrollo del individuo y del grupo.
Ley de educación física, deporte y recreación del Perú.	Actividades durante el tiempo libre	Descanso, diversión, participación	Desarrollo de la personalidad, participación.	Desarrollo
Alberto Gómez Juárez	Participación consciente y voluntaria en actividades recreativas	Gozo	Desarrollo integral, hábitos sanos, actitudes solidarias, realización de valores humanos, manifestación del ser.	Identidad individual, identidad social.
Plan nacional de recreación de Colombia	Necesidad básica, derecho fundamental, medio educativo integral y de bienestar, uso creativo del tiempo libre.	Emulación, convivencia	Educación integral, desarrollo intelectual, cultural, emocional, psíquico, sana relación del hombre con su hábitat, uso creativo del tiempo libre, mejora la calidad de vida.	Desarrollo, cohesión, colectiviza, uso creativo del tiempo libre.
O.E.A Instituto Interamericano del niño	Experiencia de satisfacción física, síquica y cultural.	Satisfacción	Educación permanente, integral, descanso dinámico, renovación físico intelectual y espiritual, integración, solidaridad, transformación.	Educación, descanso, socialización.
Johan Huizinga	Acción libre ejecutada "como si" y sentida fuera de la vida corriente in interés material.	Acción libre "como si" gratitud	Desarrollo de la personalidad, participación.	Desarrollo

AUTORES	CONCEPTO	VALORES OPERATIVOS	VALORES CONCEPTUALES	EFFECTOS
George Butler	Actividad desinteresada que realiza en horas libres como fruto de un deseo interior.	Satisfacción, crear, servir, triunfar, encontrar belleza, estar con otros, descansar, alegría, compañía, conversar, cooperar, competir, experiencias.	Fraternidad, empleo de la capacidad física, estímulo emocional, oportunidad de prestar servicios, propicia descanso y belleza, sensaciones de triunfo, emplea la mente.	Desarrollo de actitudes individuales y sociales, cualidades cívicas, autorrealización .

Fuente: Elaboración propia

1.6.2.1 Proceso. Como proceso la recreación se constituye en un sistema articulado de acciones socioculturales, fundamentado en la parte lúdica que promueve y desarrolla la cultura general. PARTICIPACIÓN: Las acciones socioculturales de la recreación, estimula educa e involucran al individuo a asumir roles de participación grupal y comunitaria. DINÁMICA: La participación que genera los procesos de recreación, dinamizan el desarrollo individual y colectivo de la cultura.

1.6.2.2 Conciencia vital. La recreación es un valioso medio que facilita al individuo, entender o formar conciencia, que la vida en general se experimenta desde su disfrute, la creación y la libertad.

1.6.2.3 Disfrute. La recreación sensibiliza al hombre a mantenerse en un grato y placentero contacto con la vida, de tal modo que su apreciación le estimule a valorarla, conservarla y mantenerla.

1.6.2.4 Creación. La satisfacción que experimenta el individuo mediante la recreación lo sitúa en espacios y momentos propicios para la apreciación de la creación misma.

1.6.2.5 Libertad. La recreación como un acto que surge de la voluntad individual para la participación en lo socio-cultural, es un medio para la formación en la autonomía y el ejercicio de la libertad.

1.6.2.6 Desarrollo. El individuo y la sociedad logran desarrollo de sus potencialidades personales, sociales, ambientales, y económicos mediante su participación en procesos planificados de la recreación.

1.6.2.7 Realización. Tanto el individuo, como las comunidades logran mediante la recreación, la recuperación de intereses existenciales propios del anhelo de realización del ser humano.

1.6.2.8 Calidad de vida. La recreación hace invaluable aportes al mejoramiento y conservación de ambientes naturales y socio culturales, permitiendo así el mejoramiento de la calidad de vida individual y social.

1.6.2.9 Práctica física. El individuo y la sociedad crean la cultura y se recrean en la cultura, mediante actos intelectuales, emocionales y físicos que les permiten su esparcimiento. En tal sentido la recreación es una actividad biosicofísica y espacial.

1.6.2.10 Concepto de tiempo libre. El tiempo que queda después de cumplir con las demás necesidades básicas incluyendo trabajo, sueño, alimentación, higiene etc. tiempo en el cual la persona puede escoger que prefiere hacer, es el arte de transformar el tiempo en experiencias que ayudan a

desarrollarse personalmente al individuo. A través de los tiempos el tiempo libre en las diferentes etapas de la sociedad ha venido logrando un mayor aumento a partir de la revolución industrial. FUNLIBRE: (Fundación para el Tiempo Libre y la Recreación) plantea 4 formas de 1. Recreación 2. Recreación como proceso lúdico 3. Recreación dirigida, Teoría de la Recreación como una actividad recreativa.

1.6.2.11 Recreación. Recrearse es hacerse cotidianamente más humano, así ese recrearse será una acción permanente y un objetivo que integrará todos los actos de la vida humana.

1.6.2.12 Recreación como proceso lúdico. La recreación lúdica propenderá por alcanzar descanso y recuperación de energías, integración social, reflexión sobre sí mismo, toma de conciencia sobre su entorno, desarrollo de potencialidades, reanimación espiritual y/o psíquica aprestamiento individual y social para la recreación integral.

1.6.2.13 Recreación dirigida. Implica trascender el fenómeno de la necesidad humana y abordar el reto de satisfacer la necesidad social. La recreación dirigida permite al profesional que la orienta, abrir espacios lúdicos y generar alternativas para que quien acceda a ellas amplíe y fortalezca su proceso de recreación.

1.6.2.14 Actividad recreativa. Cualquier actividad que realice el hombre podría ser recreativa, pero para que alcance tal connotación debe tener las siguientes características: a) Que sea libremente seleccionada y aceptada b) Que tanto su realización como sus resultados sean placenteros c) Que amplíe en el participante su sociabilización y desarrollo personal d) Que favorezca la oportunidad de desarrollo grupal o social e) Asumida de esta manera la actividad recreativa, será un instrumento que permita al participante fortalecer su proceso de recreación el

cual involucra actividades en todas las órdenes desde lo lúdico hasta el de participación social, generando una relación armónica consigo, con los demás y con su entorno, para alcanzar su objetivo final, propiciar el desarrollo integral del ser humano.

1.6.2.15 Juego. Para Piaget (1956), “el juego forma parte de la inteligencia del niño o niña, porque representa la asimilación funcional o reproductiva de la realidad según cada etapa evolutiva del individuo.” (Citado en Blanco, 2012, p. 5)

1.6.2.16 Tiempo libre. Según Erich Weber, es el conjunto de períodos de tiempo de la vida de un individuo en los que la persona se siente libre de determinaciones extrínsecas, quedando con ello libre para emplear con un sentido de realización personal tales momentos, de forma que le resulte posible llevar una vida (Acaya, 2016, p. 1).

1.6.3 Referente contextual. De acuerdo con la ley 181 de 1995 (Ley del Deporte) la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación extraescolar se define como:

La recreación es un proceso de acción participativa y dinámica que facilita entender la vida como una vivencia de disfrute, creación y libertad, en el pleno desarrollo de las potencialidades del ser humano para su realización y mejoramiento de la calidad de vida individual y social mediante la práctica de actividades físicas e intelectuales. (Peñaranda & Velasco, 2015, p. 42)

Por otra parte, esta se desarrolla en diferentes escenarios como la de fiestas infantiles, llamada comúnmente recreación dirigida.

Implica trascender el fenómeno de la necesidad humana y abordar el reto de satisfacer la necesidad social. La recreación dirigida permite al profesional que la orienta, abrir espacios lúdicos y generar alternativas para que quien acceda a ellas amplíe y fortalezca su proceso de recreación. (Peñaranda & Velasco, 2015, p. 44)

La recreación ha ocupado un espacio fundamental en la historia de la humanidad desde sus inicios donde existía la necesidad de comunicación por medio de expresiones corporales y un proceso simbólico hasta la era moderna en la cual se le da la importancia al aprovechamiento del tiempo libre en la sociedad.

El progreso histórico de la civilización se ha enfocado en las necesidades del ser humano y dentro de ellas está la recreación que es y ha sido una necesidad básica que se evidencia al pasar del tiempo de diversas formas desde las celebraciones rituales de los ancestros, cuando la sociedad antigua y los reyes buscaban entretenimiento en presentaciones de coliseos y en sus aposentos, hasta el día de hoy que se disfruta en fiestas, espectáculos y reuniones.

La recreación, al igual que el deporte, ha sido considerada por las sociedades antiguas, como elementos éticos y biológicos, debido a que no solo eran medios de salud física, sino que también forjaban parte de la educación moral, desarrollando un sentido de solidaridad entre los pueblos. El esparcimiento y el juego eran establecidos, como hoy en día, un carácter activo y satisfactorio para el individuo desde lo recreativo (Acosta, 2004).

Al respecto, Pérez (2003) considera que:

La recreación como disciplina tiene el propósito de utilizar las horas de descanso (tiempo libre), para que el hombre aumente su valor como ser humano y como miembro de la comunidad, a través de ocupar este tiempo con actividades creadoras que motiven su enriquecimiento profesional, artístico-cultural, deportivo y social. (p. 5)

La recreación ha estado presente desde el inicio de los tiempos con la aparición del hombre, se utilizaba todo el ambiente como medio de recreación, no había ocio y tiempo libre, el hombre mantenía ocupado y habilidoso para poder subsistir, desde entonces actuaba la recreación ya que el ser humano por cuestiones de sobrevivencia tuvo que experimentar la pesca, la caza, la reproducción, el fuego, pictografía creación de herramientas entre muchas otras actividades físicas como correr, explorar, necesidades de protección, seguridad, sentido de propiedad.

1.6.2.17 Civilizaciones antiguas. Cuando el hombre se vuelve inactivo en materia de estar ocupado por la supervivencia, se incluyen actividades como el juego que en ese entonces se veía más como una forma mística confortando el espíritu.

1.6.2.18 Egipto. Realizaban actividades como la caza, arquería, la música, danza pintura, gimnasia así teniendo una vida activa en la recreación.

Valle de Mesopotamia. En asiria y babilonia combinaban la recreación con las actividades culturales y deportivas sus acciones eran la lucha, el boxeo, zoológicos y la escultura.

1.6.2.19 Grecia. Su recreación eran las actividades deportivas y culturales entre esas (poesía, teatro y baile) enfocado a honrar a los dioses, basándose en las competencias en las que se realizaba la silueta del hombre.

1.6.2.20 Roma. Construyeron lugares para desarrollar sus actividades recreativas en busca del entretenimiento donde se ofrecían espectáculos públicos de gladiadores, carreras, circos, festivales en donde se conmemoraban a los dioses. Se comienza un nuevo concepto de ocio donde su objetivo es equilibrar el tiempo se refiere a un "otium como tiempo de descanso del cuerpo y recreación del espíritu,

necesario para volver a dedicarse una vez recuperados al trabajo o al servicio público" (Cicerón, s. f., p. 5).

1.6.2.21 Edad media. Se fomenta la competencia en torneos en donde luchaban con arcos y flechas, también utilizaban personajes para el entretenimiento de los reyes como arlequines o bufones (Cicerón, s. f.).

1.6.2.22 Época del renacimiento. El renacimiento es el hombre entregado a una corriente cultural producida en Europa Occidental, se incorporan actividades para el crecimiento del hombre como persona, el hombre como un todo, la recreación toma un papel muy importante en prácticas como el deporte, teatro, canto, escultura y danza (Cicerón, s. f.).

1.6.2.23 Época colonial. Se inician actividades recreativas consideradas como entretenimiento e integración de las comunidades con nuevas prácticas que involucraban hombres y mujeres como las danzas, carreras de caballos, rondas, juegos, donde las personas utilizaban su tiempo libre aportándole nuevas prácticas a la recreación.

1.6.2.24 Recreación en la actualidad. Hoy en día la recreación son aquellas actividades que conducen al bienestar integro de la persona en donde se encuentra un medio de entretenimiento, para ocupar mejor el tiempo libre, existiendo muchas formas y medios, como juegos deportivos, juegos de mesa, yincanas, rodas, canciones recreativas, dinámicas, técnicas grupales, programas recreativos, personajes, shows y espectáculos.

1.6.2.25 Historia de la recreación en Colombia. En la época de la conquista según Rodríguez (1986:18) los españoles no solo transmitieron sus costumbres sociales y culturales, sino que también cambiaron las prácticas de juegos y la organización del tiempo (citado en Peñaranda & Velasco, 2015).

Así mismo, como lo indica Ortegón (1991) poco a poco se introdujeron nuevas recreaciones y bebidas alcohólicas, al mismo tiempo que se prohíbe a los indios practicar sus costumbres y sus propios rituales, a cambio de eso los españoles crean las tabernas e incentivan toda clase de celebraciones a la usanza española (citado en Peñaranda & Velasco, 2015).

En la época colonial como señala Rodríguez (1991), “en las festividades religiosas, cada cofradía se esforzaba por sobresalir con el embellecimiento de imágenes y balcones. En esta competencia, no sólo se reunían dineros, sino la energía, sensibilidad y habilidad del grupo” (citado en Peñaranda & Velasco, 2015, p. 41).

En el inicio de la independencia, trae cambios importantes se siguieron las practicas recreativas desarrolladas en la época colonial sin embargo estas poco a poco fueron desapareciendo, dándole espacio las actividades recreativas que eran combinadas con las festividades religiosas como (Semana Santa, Hábeas, etc.) con corridas de toros, peleas de gallos, representaciones teatrales entre otras Ortegón (1993: 8) (citado en Peñaranda & Velasco, 2015).

En los primeros años del siglo XX los cambios sociales, económicos y políticos, darían una nueva estructura al esquema recreativo y la concepción del tiempo libre.

Ortegón (1993: 9-10) citando a varios autores dicen:

De otra parte, el crecimiento industrial no fue notorio en este periodo, se dio un pequeño auge industrial que se sumó a las tradicionales fábricas de loza, harina, cerveza, telas, velas y papel. La producción fabril crea su propio horario, un tiempo

para trabajar, uno para comer y uno para descansar (citado en Peñaranda & Velasco, 2015, p. 52).

Según lo anterior el hombre productivo empieza a tener espacios para trabajar, comer y descansar de ahí viene la necesidad de hacer actividades en el tiempo libre, La universidad de Pamplona señala que en los años 50 la recreación empieza a tomar importancia como un factor para el bienestar y la educación, se amplían las posibilidades recreativas para los colombianos.

Ortegón expresa que se evidencian transformaciones en el uso y la ocupación del tiempo libre de los colombianos, dándole paso a prácticas más actuales de urbanización, la industrialización y la modernización.

Como anota Fernández (1986: 140) la época de la violencia bipartidista fue un espacio importante para desviar la atención de sectores de opinión ante el sufrimiento que estaba viviendo Colombia, los espectáculos y las actividades toman relevancia no solo por la calidad si no como distractores ante la situación de aquel entonces (citado en Peñaranda & Velasco, 2015, p. 55).

En 1894 por primera vez es redactado el plan nacional de recreación por el departamento nacional de planeación juntamente con el Ministerio de Educación y Coldeportes Nacional; aprobado por el Consejo Nacional de Planeación Económica (CONPES).

1.6.3 Referente legal. La recreación es un derecho individual inalienable, consagrado en el artículo 24o de la Declaración de los Derechos Humanos.

1.6.3.1 Inalienable. Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas.

1.6.3.2 Individual. Toda persona tiene derecho a emplear útilmente el tiempo libre en beneficio de su mejoramiento espiritual, cultural y físico.

Cuadro 2. Marco legal

Ley, Decreto o Norma	Descripción	Justificación
Ley 181 de enero 18 de 1995	Artículo 17. El Deporte Formativo y Comunitario hace parte del Sistema Nacional del Deporte y planifica, en concordancia con el Ministerio de Educación Nacional, la enseñanza y utilización constructiva del tiempo libre y la educación en el ambiente, para el perfeccionamiento personal y el servicio a la comunidad, diseñando actividades en deporte y recreación para niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad (El Congreso de Colombia, 1995).	Esta ley se implementa, pues se realizan actividades lúdicas para el fomento del aprendizaje de los niños por medio de la recreación infantil.
Ley 724 de 2001	Artículo 2°. Con el objeto de realizar un homenaje a la niñez colombiana y con el propósito de avanzar en la sensibilización de la familia, la sociedad y el Estado sobre su obligación de asistir y proteger a los niños y niñas para garantizarles su desarrollo armónico e integral, durante el mes de abril de cada año las organizaciones e instituciones del orden nacional, departamental y municipal, sector central y descentralizado, diseñarán y desarrollarán programas, actividades y eventos que fundamentados en una metodología lúdica, procurarán el acceso de los niños y niñas a opciones de salud, educación extraescolar, recreación, bienestar y participación además de la	Esta ley se aplica debido a que el día del niño es un evento muy importante para la empresa y una de las fechas especiales, en la que se incrementa la demanda, por lo que el portafolio de servicios brinda gran variedad de paquetes recreativos para los niños.

Ley, Decreto o Norma	Descripción	Justificación
	generación de espacios de reflexión sobre la niñez entre los adultos (El Congreso de Colombia, 2001).	
Decreto 1621 de agosto 2 de 2002	Artículo 1°. Creación. Créase la Comisión Nacional Intersectorial para la coordinación de la celebración del Día de la Niñez y la Recreación, que será responsable, de conformidad con las normas vigentes, del diseño y desarrollo de programas, actividades y eventos que, fundamentados en una metodología lúdica, procuren el acceso de los niños a opciones de salud, educación extraescolar, recreación, bienestar y participación, así como la generación de espacios de reflexión sobre la niñez entre los adultos (Ministerio de Educación Nacional de Colombia, 2002).	Esta ley aplica pues se diseñará y desarrollará las actividades teniendo en cuenta las normas vigentes en aras de proteger el bienestar de los niños en las actividades recreativas.
Ley 1010 de 2006	Por medio de la cual se adoptan medidas para prevenir, corregir y sancionar el acoso laboral y otros hostigamientos en el marco de las relaciones de trabajo. Artículo 1. Objeto de la ley y bienes protegidos por ella: La presente ley tiene por objeto definir, prevenir, corregir y sancionar las diversas formas de agresión, maltrato, vejámenes, trato desconsiderado y ofensivo y en general todo ultraje a la dignidad humana que se ejercen sobre quienes realizan sus actividades económicas en el contexto de una relación privada o pública (El Congreso de Colombia, 2006).	Para prestar los servicios de recreación, es necesario realizar la contratación de personal, por lo cual la empresa debe aplicar esta ley, con el fin de prevenir y evitar el acoso laboral.
Ley 50 de 1990.	Artículo 4º El empleador elaborará los programas que deban realizarse para cumplir con lo previsto en el artículo 21 de la Ley 50 de 1990. Dichos programas estarán dirigidos a la realización de actividades recreativas, culturales, deportivas o de capacitación, incluyendo en éstas las relativas a aspectos de salud ocupacional, procurando la integración de los trabajadores, el mejoramiento de la productividad y de las relaciones laborales (El Congreso de Colombia, 1990).	Esta ley se aplica por que la empresa establece capacitaciones para los empleados, donde se desarrollan diferentes actividades para mejorar las habilidades de los recreadores y colaboradores en general.

Ley, Decreto o Norma	Descripción	Justificación
Ley 1258 de 2008	<p>Artículo 1. Constitución. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.</p> <p>Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad (El Congreso de Colombia, 2008).</p>	<p>Esta ley aplica por que la empresa será constituida como una sociedad por acciones simplificada, inscrita mediante La cámara de comercio de Santiago de Cali.</p>

Fuente: Elaboración propia

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.7.1 Tipo de investigación. El tipo de estudio es descriptivo ya que permitirá analizar por medio de elementos y componentes de medición el comportamiento de personas y empresas que contratan servicios de recreación.

1.7.2 Enfoque de investigación. Exploratorio porque en este proyecto se busca una serie de información tipo teórico, con el propósito de acercarse al verdadero conocimiento deseado.

1.7.3 Método de investigación. La recolección de la información se hará a través de encuestas.

Que tiene como objetivo brindar información sobre las variables del mercado, como gustos, precio, experiencias, aceptación del servicio, cada cuanto contratan, cuanto están dispuestos a pagar entre otras.

1.7.4 Fuentes de investigación. Las fuentes de información serán de dos tipos: primarias y secundarias.

1.7.4.1 Fuentes primarias. Los datos primarios se obtendrán mediante encuestas a posibles clientes, así como a empresas centros comerciales, colegios.

1.7.4.2 Fuentes secundarias. Estos datos se obtendrán mediante consulta de Libros, documentos pagines web, artículos, revistas, páginas web de empresas consumidoras del servicio, entre otros.

1.7.5 Técnicas e instrumentos para recolección de información. Con el fin de analizar la aceptación que tiene la población objetivo en cuanto al servicio de recreación integral y fiestas infantiles, se usan las técnicas e instrumentos para recolección de información.

1.7.5.1 Técnicas para la recolección de información. Las técnicas implementadas para la recolección de información son las siguientes:

- **Encuesta:** Se realiza la encuesta a la población objetivo de la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali, con el fin de recolectar información de la apreciación que tienen sobre los servicios de recreación infantil.
- **Investigación y análisis:** Se consultan en diferentes páginas web, documentos, informes, artículos y libros, para analizar con certeza los datos reales de la población de la comuna 17 y el mercado de servicios de recreación.

1.7.5.2 Formato de encuesta y/o entrevista. Se utilizó la herramienta de formularios de Google, esta es una encuesta de doce preguntas, entre preguntas de opción múltiple, una pregunta con escala de Likert y tres preguntas tipo

entrevista, con el propósito de recolectar información precisa, la encuesta fue dirigida a familias de la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali.

1.7.6 Tratamiento de la información. Los datos de fuentes primarias obtenidas mediante encuestas se tratarán utilizando la herramienta de encuestas de Google Formularios.

1.7.6.1 Técnicas estadísticas. En este proyecto se utilizarán técnicas estadísticas como la descriptiva, que permite analizar la información por medio de elementos y componentes de medición, también se usara la técnica exploratoria para recopilar información teórica con el fin de analizar con más precisión la información recolectada.

1.7.6.2 Presentación de la información. Los resultados obtenidos se expresarán por medio de tablas y gráficos conforme a los lineamientos señalados por la universidad.

1.7.7 Población y muestra. Verificando la población de la comuna 17, de acuerdo con la información de Cali en cifras se realiza el respectivo cálculo de la muestra.

Cuadro 3. Ficha técnica de la encuesta

FICHA TÉCNICA	
Objetivo del estudio	Recolectar información que permita identificar, gustos, preferencia, aceptación y lo que las personas están dispuestas a pagar por este tipo de servicio y Conocer el mercado potencial para los servicios de recreación integral y fiestas infantiles en la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali.

FICHA TÉCNICA	
Fuente de información	Hogares con personas que tengas hijos en la comuna 17 de Santiago de Cali.
Método de recolección de datos	A través de encuesta realizada por link con la herramienta Google formularios.
Población	Personas de la comuna 17 en la ciudad de Santiago de Cali.
Muestra	381

Fuente: Elaboración propia

1.7.7.1 Población.

Cuadro 4. Población niños de Cali

Grupo de edad	TOTAL	GÉNERO				
		%	HOMBRES	%	MUJERES	%
TOTAL	1.287.133	100	593,683	46,12	693,45	53,88
0 a 4	142.659	11,08	73257	5,69	69402	5,39
5 a 9	94.127	7,31	48257	3,75	45870	3,56
10 a 14	94.771	7,36	49486	3,84	45285	3,52

Fuente: (Departamento Administrativo de Planeación, 2021, p. 233)

Cuadro 5. Vivienda comuna 17 estrato 5 y 6

VIVIENDAS	
Estrato 5	44828
Estrato 6	3251
TOTAL	48079

Fuente: (Departamento Administrativo de Planeación, 2021, p. 215)

Cuadro 6. Viviendas y población comuna 17 estrato 5 y 6

	Viviendas	Población
Comuna 17	65.210	168.998
C17-E5-E6	48.079	124.601

Fuente: (Departamento Administrativo de Planeación, 2021, p. 215)

Cuadro 7. Población niños de 0 a 14 años en la comuna 17 de la ciudad de Cali

ZONA	Población	NIÑOS		
		0 a 4	5 a 9	10 a 14
Cali	1.287.133	142.659	94.127	94.771
Comuna 17	168.998	13.810	9.112	9.174
Estrato 5-6 comuna 17	124.601	18.731	12.359	12.443

Fuente: (Departamento Administrativo de Planeación, 2021, p. 215)

1.7.7.2 Muestra.

Cuadro 8. Muestra

Parámetro	Insertar Valor
N	48079
Z	1,96
ö	0,5
e	0,05

Tamaño de muestra

n=

381

Fuente: Elaboración propia

Se calculó la muestra a partir del número de viviendas del estrato 5 y 6 de la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali, lo cual arrojó que el número de muestra era de 381 personas, a las cuales se les envió la encuesta y se recibió un número de respuestas de 191 personas encuestadas, para total del 50,13% de tasa de respuestas, para la encuesta se realizaron un total de 12 preguntas.

2 ANÁLISIS DE MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

En el siguiente cuadro se encuentra la matriz de Porter la cual se trata de “la fuerza o fuerzas competitivas predominantes determinan la rentabilidad de una industria y se convierten en piezas clave del análisis y la formulación estratégica, si bien la fuerza más destacada no siempre salta a la vista.” (Porter, 2009, p. 37)

Cuadro 9. Matriz de Porter

FUERZA COMPETITIVA	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN			RESPUESTAS	CALIFICACIÓN			CONCLUSIONES
		A	M	B		A	M	B	
1. NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES	¿Existe una alianza a la de hora de contratarse mutuamente?	x			Sí, porque la empresa contrata una fábrica textil que se encarga de confeccionar y diseñar los trajes para los artistas y recreadores de la empresa. Como la actividad es constante, tanto la empresa como el proveedor mantienen un trato preferencial mutuo.				Reforzar la relación con el proveedor permite que los complementos del servicio de recreación sean de la más alta calidad, por lo cual es vital mantener una excelente relación con el proveedor.
	¿La empresa cuenta con muchos proveedores potenciales?			x	No, ya que los diseños de los trajes son exclusivos y se crean de acuerdo con la temática elegida por el cliente para la recreación de la fiesta infantil, por esta razón se eligió tener un solo proveedor potencial.	x			
	¿Los proveedores consideran difícil entablar una relación con el personal de la empresa?				x	No, puesto que la empresa tiene políticas de que cada uno de los colaboradores debe mantener una excelente relación con el proveedor, con el fin de optimizar el proceso creativo para llevar a la realidad las ideas temáticas de los clientes.			

FUERZA COMPETITIVA	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN			RESPUESTAS	CALIFICACIÓN			CONCLUSIONES
		A	M	B		A	M	B	
	¿Se pueden intercambiar insumos?			X	No es viable, porque lo que ofrece la empresa es un servicio no un bien terminado.				
	¿Los costos de los proveedores influyen en los costos totales?	X			Influye altamente, ya que si aumentan los costos del proveedor en cualquiera de los insumos que usa para fabricar los trajes afectaría directamente el costo de los mismos.				
	¿Existe un control detallado de los pagos, abonos y subcontrataciones?	X			Si, pues la empresa realiza un registro de todos los pagos efectuados al proveedor al tener en cuenta todos y cada uno de los costos incurridos en la actividad, tanto de mano de obra, como de la materia prima y los costos indirectos de fabricación.				
2. PRODUCTO SUSTITUTO	¿Sus clientes tienen productos sustitutos?	X			Sí, porque hay diferentes empresas que ofrecen un portafolio de servicios de recreación.		X		El servicio puede categorizarse como sustituto, por esta razón es necesario

FUERZA COMPETITIVA	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN			RESPUESTAS	CALIFICACIÓN			CONCLUSIONES
		A	M	B		A	M	B	
	¿Es probable que su cliente cambie por un sustituto?			X	No, porque aún si hay sustitutos, estos no igualan la variedad de servicios que ofrece la empresa, donde se utilizan los shows de magia, muestras teatrales, acrobacia y personificación de diferentes muñecos animados, creando escenas mágicas según la temática que el cliente elija, además se realizan constantes cambios para ofrecer shows con mucha creatividad y siempre pensando en lo que el cliente quiere para su fiesta temática, pues ninguno de ellos ofrece hacer eventos temáticos completamente volcados a la descripción, creatividad, necesidades y deseos del cliente.				fortalecer los beneficios que se le ofrecen al cliente, de forma que lo considere como un servicio con mayor valor agregado que el de la competencia.
3. NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES	¿La variedad de compradores es relativa a la cantidad de firmas existentes en el sector?	X			Si, puesto que el servicio está dirigido hacia un mercado objetivo.	X			El fidelizar a los clientes permite que contraten recurrentemente el servicio. Además, tal fidelización ayuda que aumente la confianza en el servicio que se
	¿La empresa cuenta con gran cantidad de clientes?	X			Si, ya que según el análisis que se realizó con las encuestas, el servicio tiene				

FUERZA COMPETITIVA	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN			RESPUESTAS	CALIFICACIÓN			CONCLUSIONES
		A	M	B		A	M	B	
					un 78,5% de aceptación de clientes potenciales.				presta. Lo que posibilita la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa en el tiempo.
	¿Los clientes con los que cuenta la empresa actualmente, hacen contrataciones concurridas, así sea pequeñas?	X			Sí, de acuerdo con el análisis de las encuestas, más del 60% del mercado objetivo contrataba el servicio 2 veces o más en el año.				
	¿Los precios de la empresa son competitivos con los que circulan en el mercado?	X			Sí, puesto que el mercado meta se enfoca en un servicio Premium.				
	¿Puede un cliente dar marcha atrás al servicio?			X	En caso de que haya un inconveniente con la fecha programada, existe la posibilidad de cambiar la fecha con 5 días de anticipación. Sin embargo, en caso de cancelación por fuerza mayor, el cliente tiene derecho a la devolución del 45% del dinero, pues el porcentaje restante es destinado a la fabricación de trajes, compra de decoración, y pago de horas de práctica				

FUERZA COMPETITIVA	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN			RESPUESTAS	CALIFICACIÓN			CONCLUSIONES
		A	M	B		A	M	B	
					de escenografía del personal.				
	¿El servicio es de cierto agrado o la marca tiene un nivel de reconocimiento en el mercado?	X			El servicio tiene un alto agrado entre el mercado meta, pues pueden elegir el plan de recreación con la temática que ellos propongan, de acuerdo con esta se harán los trajes y decoración únicos para ese evento.				
	¿En los últimos años han realizado contrataciones significativas que sirvan como certificación de experiencia?			X	No, ya que el emprendimiento está en la fase de idealización.				

FUERZA COMPETITIVA	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN			RESPUESTAS	CALIFICACIÓN			CONCLUSIONES
		A	M	B		A	M	B	
	¿El comprador necesita brindar mucha información importante para la contratación?		X		El comprador debe brindar la información necesaria para hacer el evento a su gusto personal, lo cual abarca especificar los personajes y ambientación que desea, y el plan al que se desea acoger.				
4. AMENAZAS DE LA NUEVA COMPETENCIA	¿La prestación de esos servicios tiene un plus?	X			Sí, la temática de personajes y/o ambientación del evento no están sujetos al plan elegido, pues es según lo proponga el cliente, de forma que el cliente es quién decide los personajes y ambientación que desea sean recreados en el evento. A diferencia de la competencia que ofrece máximo un par de temáticas ligada al plan de recreación que escoja.			X	La amenaza de la nueva competencia es baja, pues la empresa se enfoca en ofrecer una recreación muy creativa, en busca de fidelizar los clientes con un servicio que usa la recreación en su máxima expresión, con muestras teatrales y diferentes acrobacias para amenizar las fiestas temáticas infantiles, innovando constantemente en los shows que se ofrecen, lo que dificulta que la nueva competencia pueda
	¿Para entrar en el sector es necesario contar con mucho capital?	X			Sí, debido a que ofrece un servicio con mucha creatividad, utilizando la recreación, las muestras teatrales y la acrobacia para recrear momentos mágicos, por lo que la empresa debe contar con instalaciones en donde se puedan llevar a				

FUERZA COMPETITIVA	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN			RESPUESTAS	CALIFICACIÓN			CONCLUSIONES
		A	M	B		A	M	B	
					cabo las prácticas de los recreadores, la capacitación de los mismos, la compra y almacenamiento de los elementos necesarios para la escenografía.				estar al nivel fácilmente.
	¿Existe dificultad para contar con gente capacitada?			X	No, porque al momento de reclutar a los recreadores se encuentran personas capacitadas para prestar el servicio básico. Sin embargo, es necesario darles una capacitación intensiva, debido a que el servicio que ofrece la empresa no va en el promedio de lo que ofrece la competencia, si no que va en un nivel avanzado.				
	¿Hay curva de aprendizaje?	X			Si, de acuerdo con el personal como se vaya adaptando a la visión de la empresa, productividad y el ritmo del trabajo. Sí, ya que una vez el personal se adapte al nivel base que maneja la empresa, que es un nivel superior en comparación con la competencia, los recreadores deben seguir				

FUERZA COMPETITIVA	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN			RESPUESTAS	CALIFICACIÓN			CONCLUSIONES
		A	M	B		A	M	B	
					capacitándose para seguir puliendo sus habilidades.				
	¿Para acceder al sector se deben contar con licencias o permisos?	X			Sí, debe contar con todos los permisos legales requeridos usualmente, inscripción en Cámara de Comercio, certificado de uso de suelos, sanidad, certificado Sayco y Acinpro.				
	¿Lo canales de contratación son de difícil acceso?			X	No, pues es una contratación directa.				
	¿En el sector existen entidades establecidas de contratación?	X			Sí, pues existen agencias de empleo, cooperativas de trabajo y agencias de empleo públicas y privadas, no obstante, la empresa hace uso de la contratación directa.				
	¿Se tiene contratación continua?	X			Sí, la contratación es continua.				
5. RIVALIDAD DE LOS COMPETIDORES	¿La industria está creciendo rápidamente?	X			Sí, debido a la gran aceptación que tiene el servicio de la recreación en el mercado.			X	Es baja, pues los clientes que desean adquirir el servicio de recreación para sus

FUERZA COMPETITIVA	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN			RESPUESTAS	CALIFICACIÓN			CONCLUSIONES
		A	M	B		A	M	B	
	¿La tecnología es la esencia del sector?		X		No es necesario, pues el factor esencial es el recurso humano.				eventos pueden buscar a diferentes competidores, pero ellos no les van a ofrecer un servicio en el que sean ellos quienes decidan la temática y componentes de su propio plan de acuerdo a sus deseos y presupuesto.
	¿Se requiere innovación para los servicios que se realizan?	X			Sí, se requiere una alta innovación, pues cada evento es completamente diferente tanto en escenografía y personajes recreados, por eso en cada entrevista consultiva es necesario que el asesor de la empresa pueda captar óptimamente las ideas del cliente, con la finalidad de lograr su máxima satisfacción.				
	¿Todos los competidores son relativa del mismo tamaño de la empresa?			X	No, pues de acuerdo con el análisis de la competencia, los competidores cuentan con diversos tamaños de empresa.				
	¿Se considera difícil salir de la industria?	X			No, pues no es un producto que satisfaga las necesidades básicas del cliente, sino que es un servicio más de lujo.				

FUERZA COMPETITIVA	DESCRIPCIÓN	CALIFICACIÓN			RESPUESTAS	CALIFICACIÓN			CONCLUSIONES
		A	M	B		A	M	B	
	¿Los competidores están diversificados y no concentrados en un mismo cliente?			X	No, ya que los competidores en su mayoría se concentran en un mismo segmento de clientes, el cual es uno masivo.				

Fuente: Elaboración propia.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO

2.2.1 Análisis de la demanda. La empresa de recreación integral y shows infantiles se instalará en la comuna 17 de Santiago de Cali, por lo cual se realiza el estudio de la población que habita en los barrios de esta comuna.

Cuadro 10. Distribución de las viviendas de la comuna 17 según el estrato

Código	Barrio, urbanización o sector	Estrato						Estrato moda
		1	2	3	4	5	6	
1701	La Playa			87				3
1702	Primero de Mayo			48	2618	7		4
1703	Ciudadela Comfandi			1533	333			3
1704	Ciudadela Universitaria							
1705	Caney	1			5466	4981	1	4
1774	Lili				12134	9962		4
1775	Santa Anita- La Selva				1565	2235	1	5
1778	El Ingenio	1			2	3734	2534	5
1780	Mayapan- Las Vegas				476	2741	687	5
1781	Las Quintas de Don Simón				15	3309		5
1782	Ciudad Capri				520	2599		5
1784	La Hacienda				1587	6293		5
1785	Los Portales- Nuevo Rey				268	1328		5
1786	Cañaverales- Los Samanes	3	5	3006	677			3
1787	El Limonar		2	1280	4470			4
1788	Bosques del Limonar				1928	527		4

Código	Barrio, urbanización o sector	Estrato						Estrato moda
		1	2	3	4	5	6	
1789	La Gran Limonar - Cataya			1	190	945		5
1790	La Gran Limonar - Cataya				10	1584		5
1791	Unicentro Cali					1929		5
1793	Ciudadela Paso Ancho					662		5
1794	Prados del Limonar				231	867	3	5
1796	Urbanización San Joaquín					1125	25	5
Total		5	7	5955	32490	44828	3251	5

Fuente: (Observatorio de Seguridad de Cali, 2019)

En cuanto a la estratificación de las viviendas de esta comuna, tenemos que el estrato más común es el 5 (estrato moda), ya que presenta una mayor proporción del total de lados de manzanas de esta comuna contando con el 48,15% del total de lados de manzanas. (Departamento Administrativo de Planeación Municipal, 2012-2015, p. 16)

En la comuna 17 la cual está ubicada al sur de la ciudad de Santiago de Cali, se encuentran barrios de extractos altos, por consiguiente de acuerdo al estudio realizado se puede establecer que dicha población tiene un amplio poder adquisitivo, además de acuerdo a los estudios realizados se evidencia el interés de los clientes del sur de la ciudad, en los servicios de recreación y los eventos culturales para los niños, por lo cual estas familias son el cliente potencial para el servicio que la empresa de recreación integral y shows infantiles, pretende ofrecer a esta comunidad, de igual manera se realizan las encuestas con preguntas puntuales para poder verificar los gustos y preferencias de los clientes a la hora de contratar servicios de recreación para sus niños, esto con fin de recoger información más precisa de la población.

Lo que se puede apreciar con los datos recopilados, es la gran aceptación que tiene el sector de servicios de entretenimiento y recreación en la población de la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali.

Considerando que, luego de afrontar una crisis sin precedentes como lo fue la pandemia del covid-19, la cual obligo a las personas a cambiar su ritmo y estilo de vida, por lo que los niños tuvieron que afrontar el cambio de su forma de socializar con los compañeros en el colegio, obligándolos a recibir clases virtuales para cuidar de su salud, lo cual ocasiono que dejaran de interactuar con otros niños de su misma edad, por su parte los padres de familia se vieron enfrentados a cambiar su vida laboral con el teletrabajo o trabajo remoto, combinando su día a día con los oficios del hogar y la crianza de sus hijos.

Esa situación ha aumentado la necesidad de las personas de entretenerse y divertirse, pasando momentos agradables en familia, por consiguiente el papel que juega la recreación y los eventos sociales es de suma importancia para los niños, la recreación brinda, la posibilidad de reencontrarse e interactuar con sus compañeritos y seres queridos, La empresa de recreación integral y shows infantiles, busca suplir esa necesidad de diversión y entretenimiento, ofreciendo un amplio portafolio de paquetes de eventos de recreación y shows infantiles, por lo cual se realiza una entrevista consultiva al niño, con el propósito de indagar sus preferencias en cuanto a dibujos animados, películas de cuentos de hadas, súper héroe favorito, a continuación con la información suministrada por el niño, se llega a un acuerdo con el cliente para ofrecerle el paquete de recreación más adecuado, teniendo en cuenta las escenas que se van a recrear y el tiempo de duración del evento que contrate el cliente, la idea es convertir la celebración en un evento memorable, recreando escenas de películas animadas, también una amplia gama de juegos, llenos de fantasía y experiencias mágicas con los personajes animados elegidos por niño.

2.2.2 Análisis de la oferta. Con respecto a la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali, se encuentra una amplia oferta en cuanto a servicios de entretenimiento y recreación, sin embargo se logra evidenciar que se enfocan más en la recreación tradicional de payasos, títeres y muñecos animados, que desde hace muchos años ha sido la costumbre, a diferencia de la empresa de recreación integral y shows infantiles, que ofrece una propuesta innovadora y fresca, incorporando a la recreación tradicional un cambio total en la manera de recrear y manejar las actividades lúdicas de los eventos infantiles, preocupándose en satisfacer las expectativas del consumidor (niños), por lo que se realiza una entrevista consultiva al menor con el propósito de indagar sobre sus gustos y lo que espera o quiere del show. Por consiguiente, con la información suministrada, el equipo de trabajo organiza la escenografía y personajes que se van a necesitar para la recreación contratada.

La empresa de recreación Mundo Arte, cuenta con un equipo de trabajo altamente capacitado, con amplia creatividad, talento y dedicación en cada evento, eso lo demuestran cada vez que recrean escenas llenas de magia, con el fin de alegrar y convertir las celebraciones en momentos únicos, llenos de sonrisas y recuerdos memorables para los participantes, también tiene diversidad de herramientas para recrear con juegos lúdicos, luces, así mismo cuenta con variedad de vestuarios, los cuales se mantienen constantemente innovando de acuerdo a las tendencias y a los requerimientos que hacen los clientes para los shows.

Es necesario tener en cuenta que, con el uso frecuente de las redes sociales, se evidencia el cambio constante de los gustos y preferencias entre los individuos, por lo que es una gran ventaja competitiva para la empresa, contar con una propuesta creativa que valla a la par de las necesidades de los clientes.

2.2.3 Caracterización del producto y/o servicio. La empresa de recreación integral y shows infantiles ofrece el servicio de recreación y animación en eventos

infantiles. Con el fin de reconocer con exactitud lo que quiere el cliente, se procede a indagar al niño por medio de una venta consultiva, en donde se identifiquen los gustos y preferencias reales del usuario (Niños), logrando de esta manera realizar fiestas personalizadas; Creando paquetes pensados exclusivamente en el niño festejado, ya sea recreando personajes artísticos, deportivos, científicos, culturales, recreativos entre otros. Que no solo el individuo disfrute si no que aprenda y fortalezca diferentes áreas de su vida, así como su desarrollo motriz y hemisferios cerebrales (para niños), con actividades que promuevan un cambio y transformación así creando un ambiente pleno y sano para los participantes.

La idea es entregar eventos llenos de magia y diversión para los niños, convirtiendo las celebraciones en experiencias únicas, donde los asistentes al evento puedan interactuar por medio de diferentes actividades lúdicas dirigidas por el recreador, además se realizará presentaciones teatrales de acuerdo con los personajes interactivos elegidos por el niño, también shows de magia, maquillaje artístico, globos mil figuras, se ofrece un paquete de servicios según el requerimiento del cliente.

En las siguientes definiciones se explica detalladamente de que se tratan los diferentes servicios recreativos de los paquetes ofrecidos por la empresa.

2.2.3.1 Artistas. Los recreadores personifican diferentes personajes de acuerdo con la temática solicitada por el cliente, además realizan los ensayos respectivos para recrear diferentes escenas y preparan actos circenses, con el propósito de entretener a los participantes y crear un ambiente basado totalmente en la temática propuesta por el usuario.

2.2.3.2 Sonido. La empresa Mundo Arte, incluye en el paquete de recreación el alquiler del sonido para la ambientación de la fiesta infantil y uno de

los colaboradores se encarga de la programación de la música utilizada en el evento.

2.2.3.3 Luces. En el salón o el sitio programado para el evento, uno de los animadores instala las luces de forma estratégica para la presentación de los artistas, con el fin de que la escenografía logre esa magia y diversión que la empresa desea entregar a los participantes del evento.

2.2.3.4 Maquillaje artístico. La recreadora usa pintucaritas para realizar diferentes dibujos animados y maquillaje artístico en la cara de los niños participantes del evento. De esta forma los niños proponen el personaje o animal del que desean tener su maquillaje artístico.

2.2.3.5 Globoflexia. Los niños participantes del evento en el show de globoflexia piden que el animador les haga figuras de muñecos o animales, para esto el animador manipula y moldea globos de diferentes colores para entregarles estas figuras a los niños.

2.2.3.6 Show musical y baile. Para llevar a cabo el show musical y bailes es necesario que los artistas preparen con anticipación las coreografías, así mismo los trajes son diseñados para que ellos puedan ejecutar grácilmente el show de acuerdo a la temática programada.

2.2.3.7 Títeres. Con el uso de los títeres el recreador realiza una función narrando historias divertidas, utilizando la lúdica para dejar enseñanzas a los niños recreados. Los títeres representan diferentes personajes de historias de cuentos de hadas, animales y literatura infantil, en la cual se puede recrear momentos divertidos y a la vez convertir esta función en un momento educativo.


2.2.3.8 Recreación. Los recreadores realizan diferentes actividades lúdicas, juegos y shows que permiten que los niños se diviertan e interactúen entre sí, estas actividades se programan con anticipación, para lo cual se tiene en cuenta siempre la temática que va a tener el evento en general.


2.2.3.9 Hora loca. “Es una animación interactiva en la que artistas de diferentes disciplinas entran de forma inesperada para bailar, cantar y jugar con los participantes al ritmo de la música. En Latinoamérica ésta forma de animar celebraciones goza de gran aceptación.” (Álvarez, 2015, p. 12).

2.2.3.10 Show de magia. El mago realiza el show de magia, demostrando diferentes trucos, ilusiones, apariciones de objetos, en los que podrán participar los asistentes al evento.

A continuación, se mostrará diferentes imágenes de eventos infantiles, con diversidad de temáticas y demostraciones artísticas realizadas.

Cuadro 11. Servicio de recreación y shows infantiles 1




SERVICIO	IMAGEN
Máquina de crispetas y algodón de azúcar	<p data-bbox="602 1402 1227 1436">Imagen 1. Máquina de crispetas y algodón de azúcar</p> 

	Fuente: Elaboración propia
Maquillaje artístico	<p>Imagen 2. Maquillaje artístico</p>  <p>Fuente: Elaboración propia</p>
Show de magia	<p>Imagen 3. Show de magia</p>  <p>Fuente: Elaboración propia</p>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 12. Servicio de recreación de shows infantiles 2

SERVICIO	IMAGEN
----------	--------

<p>Presentación de películas infantiles</p>	<p>Imagen 4. Presentación de películas infantiles</p>  <p>Fuente: Elaboración propia</p>
<p>Presentación de personajes mágicos</p>	<p>Imagen 5. Presentación de personajes mágicos</p>  <p>Fuente: Elaboración propia</p>
<p>Fiesta temática de héroes</p>	<p>Imagen 6. Fiesta temática de héroes</p>  <p>Fuente: Elaboración propia</p>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 13. Servicio de recreación y shows infantiles 3

SERVICIO	IMAGEN
<p>Fiesta temática bomberos</p>	<p>Imagen 7. Fiesta temática bomberos</p>  <p>Fuente: Elaboración propia</p>
<p>Fiesta temática, personajes de cuentos de hadas</p>	<p>Imagen 8. Fiesta temática, personajes de cuentos de hadas</p>  <p>Fuente: Elaboración propia</p>
<p>Fiesta temática Toy Story</p>	<p>Imagen 9. Fiesta temática Toy Story</p>  <p>Fuente: Elaboración propia</p>



Fuente: Elaboración propia

2.2.4 Clientes. La empresa de recreación integral y de shows infantiles, tiene como población objetivo los habitantes de la comuna 17 de la ciudad de Cali, que son un total de 168,998 habitantes según la encuesta realizada por el DANE y la información del archivo de Cali en Cifras 2021 (Departamento Administrativo de Planeación, 2021), teniendo en cuenta que los clientes de la empresa serán, los hogares que tienen niños entre los 01 año de edad hasta los 12 años.

2.2.5 Competencia. De acuerdo al estudio realizado en la ciudad de Cali, en cuanto a las empresas que ofrecen servicios de recreación infantiles, se encontró varias opciones, pero el servicio que proporcionan es muy tradicional y limita al cliente con los paquetes de eventos ofrecidos, a diferencia de La empresa de recreación integral y shows infantiles que tiene un amplio portafolio de servicios recreativos, además le facilita al cliente elegir a su preferencia los personajes y actividades lúdicas para la celebración u evento contratado.

En el cuadro 14, se evidencian los planes de recreación que actualmente brindan dos empresas de recreación en Cali.

Cuadro 14. Competencia directa

EMPRESA	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CIUDAD	PAGINA WEB	CARACTERÍSTICA	SERVICIO	PRECIO
	Carrera 56 # 6ª -45	489 1023	Cali	https://www.picardias.com.co/cali/	Recreación Dirigida Pintucaritas Show de payasos Show de títeres Replica de personajes Magia cómica Globoflexia Rumbita aeróbica (CD-USB)	Recreación	\$450.000
	Tr2 1c 140 bl7 apto 301	3023477519	Cali	https://yorecreo.co/	Show Títeres Muñeco Bienvenida Payasito 2 recreadores Pintucaritas Globoflexia Hora Loca	Recreación	

EMPRESA	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CIUDAD	PAGINA WEB	CARACTERÍSTICA	SERVICIO	PRECIO
					Actividades		\$500.000

Fuente: Elaboración propia

2.3 PLAN DE MERCADEO

En el plan de mercado, se determinan las estrategias de precios, estrategia de venta, estrategias promocionales y estrategias de distribución, con la finalidad de posicionar la marca de la empresa de recreación Mundo Arte, logrando así que sea reconocida por la población objetivo.

También, se determinará las políticas de servicios que va a implementar la empresa y las tácticas de ventas.

2.3.1 Estrategia de precio.

Cuadro 15. Estrategia de precio

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
Políticas de precio de la competencia.	La política de precio de la competencia se basa principalmente en planes que incluyen servicios tradicionales, por ejemplo, hora loca, globoflexia y títeres.
Precio previsto y razón de ser.	Se van a manejar 3 planes, el primero cuesta \$650.000, el cual incluye 4 artistas con cualquier temática, sonido, maquillaje artístico, globoflexia, show de baile, recreación, hora loca. El segundo \$870.000, 5 artistas con cualquier temática, sonido, luces, maquillaje artístico, globoflexia, show musical y baile, títeres, recreación, y hora loca. Y el tercero \$1.090.000, este incluye 6 artistas con cualquier temática, sonido, maquillaje artístico, recreación, show musical y de baile, show de magia, y hora loca.
Margen de utilidad unitario mínimo para cubrir inversión y rendimiento mínimo.	Si se toma de referencia el primer plan, el margen de utilidad sería \$400.000 pesos para cubrir los costos y gastos fijos y variables.
Posibilidad de que el precio previsto le brinde al producto una entrada rápida en el mercado.	Es una alta posibilidad, pues el precio se ajusta al mercado objetivo para el que está pensado.

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
Potencial de expansión del mercado previsto.	Puede expandirse el mercado previsto de acuerdo con el crecimiento económico que tenga el país.
Justificación para un precio diferente del de la competencia.	Cada uno de los trajes y ambientación será diseñado para el evento, pues las temáticas que proponen los clientes son bastante diferentes entre ellas, por esto es necesario hacer una inversión mayor que la de la competencia, lo que se traduce en un mayor precio del servicio, para proporcionarle mayor valor agregado.
Posibles niveles de variación de precios para resistir una guerra de precios.	Existe la posibilidad de que los precios tengan una variación de 1,5% a 2%
En caso de que su precio sea mejor que el de su competencia, explique cuáles son las ventajas comparativas de su operación, que le permiten hacer esto.	En este caso el precio es mayor que el de la competencia, pero el servicio les ofrece mayor valor agregado a los clientes.
Analice las relaciones precio-volumen-utilidad. Ayúdese con un esquema de punto de equilibrio.	La empresa alcanza su punto de equilibrio después de prestar servicios que cubran sus costos y gastos fijos y variables, este punto de equilibrio es equivalente.

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<p>¿Qué descuentos planea ofrecer? ¿Por volumen o por pronto pago?</p>	<p>1. Plan referido: se le otorgará un descuento del 10% a los administradores de unidades residenciales en el próximo servicio de recreación infantil que soliciten, este descuento se le da si refiere familias de la unidad residencial que administra y que la venta sea efectiva.</p> <p>2. Plan de antigüedad: Será una estrategia de fidelización del cliente, en la cual, al usuario al que ya se le ha vendido un paquete de recreación infantil y en un término de 6 meses vuelve a solicitar un servicio, se le otorga un descuento del 10% en el total del valor del nuevo plan de recreación infantil que elija, en el caso de que pase más de un año y solicite un servicio de recreación, se le ofrecerá adicional al paquete de recreación contratado, un Show de magia o maquillaje artístico gratis, el cliente podrá escoger uno de los dos para complementar su plan.</p>
<p>Precios estacionales.</p>	<p>La empresa no cuenta con precios estacionales.</p>
<p>Tasas de crecimiento de los precios.</p>	<p>Tasa de crecimiento de los precios estarán ligadas al aumento del precio de los insumos necesarios para fabricar los trajes, y también el aumento de los precios de los productos que se usan para ambientar las escenografías y para llevar a cabo los diferentes shows, además, del aumento en los salarios previstos según las tarifas de salarios mínimos legales vigentes para el año en cuestión.</p>
<p>¿Qué porcentaje de sus ventas son a crédito y a qué plazo (política de cartera)?</p>	<p>No aplican las ventas a créditos.</p>
<p>¿Cómo va a aplicar el tema de impuestos y retenciones?</p>	<p>No se le aplica ni impuesto ni retención porque es régimen simplificado.</p>

Fuente: Elaboración propia

Imagen 10. Paquete de recreación Diver Arte



Fuente: Elaboración propia

Imagen 11. Paquete VIP Arte



Fuente: Elaboración propia

Imagen 12. Paquete de recreación Premium Arte



Fuente: Elaboración propia

2.3.2 Estrategia de venta.

Cuadro 16. Estrategia de venta

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
Clientes iniciales.	Familias de la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali, que tienen niños de 0 a 12 años.
Clientes que recibirán el mayor esfuerzo de venta.	Las personas que tienen niños en sus hogares de 0 a 12 años y que pertenecen a los estratos 4, 5, y 6.
Mecanismos de identificación de clientes potenciales y formas de establecer contactos con ellos.	Se usa la publicación frecuente en las redes sociales de imágenes de los servicios que presta la empresa de recreación y la contratación de la impulsadora que los fines de semana realiza la entrega de volantes a la entrada de los centros comerciales.
Características del producto o servicio (calidad, precio, entrega rápida y cumplida, garantías, servicios, etcétera) que se enfatizarán en la venta.	El servicio esta creado con estándares de alta calidad, basándose en las preferencias del usuario para recrear fiestas temáticas, con el fin ofrecer momentos únicos y mágicos, el precio se estableció de acuerdo con los costos en los que incurre la empresa para conformar los paquetes recreativos y haciendo el estudio detallado de la población objetivo.
Conceptos especiales que se utilizarán para motivar la venta.	Promover en las redes sociales la creatividad e innovación que pueden tener los clientes en las fiestas infantiles, mostrando los diferentes escenarios y presentaciones artísticas que realiza la empresa.
Cubrimiento geográfico inicial.	Comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali.
Plan de ampliación geográfica.	Valle del Cauca

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
Clientes especiales (proyectos en ejecución, oportunidades temporales, etcétera).	Las fechas especiales como el día del niño, Halloween y navidad son temporadas de alta demanda para el mercado de eventos y recreación, lo cual se convierte en una gran oportunidad para dar a conocer el servicio de recreación infantil ofrecido por la empresa.
Personal de ventas.	Asesor de ventas se encarga de la atención a los clientes por medio de las redes sociales y realiza las visitas consultivas, también una persona se encargará del servicio al cliente presencial en la empresa.

Fuente: Elaboración propia

2.3.3 Estrategia promocional. La empresa recreación Mundo Arte, implementa las estrategias de promoción que se especifican a continuación.

Cuadro 17. Estrategia promocional

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
Nombre	Mundo arte recreación
Marca comercial	Mundo Arte
Logotipo	
Slogan	Mundo Arte es la fiesta de la alegría

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
Mecanismos y/o medios para llevar el producto a la atención de los posibles compradores (publicidad clásica, mercadeo directo, eventos y ferias, Internet, visitas a clientes).	<p>Perfil en red social: Se creará el perfil de la empresa de recreación Mundo Arte en la red social de Instagram, en la cual se publicará fotos sobre las fiestas temáticas realizadas a los clientes en diferentes eventos, también se subirá información sobre los planes recreativos que ofrece la empresa.</p>
	<p>Impulso de servicios recreativos: Se contratará una animadora, con el propósito de llamar la atención de los niños la animadora estará vestida con trajes de muñecos animados y procederá a entregar los volantes con publicidad de la empresa a las familias, en la entrada de los centros comerciales.</p>
	<p>Página Web: Esta página se organizará con toda la información de la empresa, detallando los servicios de recreación infantil que se ofrecen, la dirección donde está ubicada la empresa y teléfono de contacto. Además, tendrá imágenes ilustrativas de los personajes que animan los eventos para los niños, esto con el propósito de tener más acercamiento con los clientes y que la marca de la empresa sea cada vez más reconocida en el mercado.</p>
Mecanismos de ayuda a la venta (promociones, material POP).	Se hace uso de imágenes de los eventos de recreación realizados, también se impulsa la venta con volanteo y se promociona el servicio por la página web y redes sociales.
Programa de medios (frecuencia, valor).	<p>Evento de apertura: Para llevar a cabo esta estrategia, se invitará a los administradores de las unidades residenciales de la comuna 17 de la ciudad de Cali, a las instalaciones de Mundo Arte, donde se realizará un evento recreativo, los animadores realizaran demostraciones artísticas, para dar a conocer los servicios de recreación que ofrece la empresa, también se entregaran pasa bocas y los folletos en los que se informan los planes y las tarifas de los servicios de recreación infantil.</p>
Personal necesario. Proveedor de servicios.	Se contrata el recurso humano necesario teniendo en cuenta el tamaño del evento que se va a efectuar.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 18. Estrategia publicitaria

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL	JUSTIFICACIÓN
1000	Volantes	\$ 154	\$ 154.000	La impulsadora contratada por la empresa realizara la entrega de los volantes en la entrada de los centros comerciales.
1000	Tarjetas de representación mate brillante	\$ 145	\$ 145.000	Las tarjetas se entregarán en el evento de apertura y a los clientes al final de la celebración.
1	Página Web	\$ 500.000	\$ 500.000	Se implementará la página web, con el fin de informar constantemente a los usuarios de los servicios que presta la empresa y los medios de contacto de los cuales dispone.
1	Evento de apertura	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	El asesor de ventas se pondrá en contacto con los administradores de unidades residenciales de la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali, para invitarlos al evento de apertura de la empresa y ofrecerles los servicios de recreación y explicarles el beneficio de la estrategia de referidos.
		VALOR TOTAL	\$ 2.799.000	

Fuente: Elaboración propia

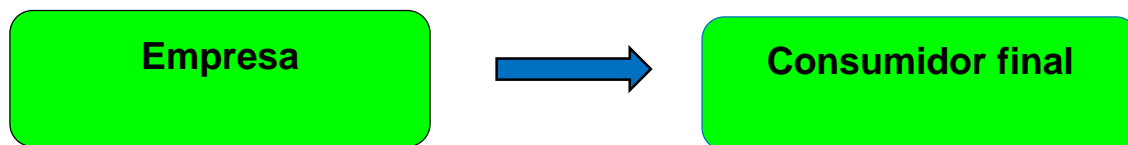
2.3.4 Estrategia de distribución.

Cuadro 19. Estrategia de distribución

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<p>Canales de distribución que usará (distribuidores, franquicias, mayoristas, agentes de venta, comisionistas, call center, Internet).</p>	<p>En la empresa de recreación Mundo Arte, presta sus servicios directamente en el lugar donde el cliente necesite o desee realizar la fiesta infantil, por tal razón se contratara el servicio de transporte, para trasladar los equipos, los vestuarios, herramientas de trabajo y a los animadores, quienes saldrán desde las instalaciones de la empresa hasta el lugar donde el cliente necesite que se le realice el evento, la empresa cuenta con la logística necesaria y la organización para prestar los servicios recreativos en casas, fincas, salones de eventos, colegios, entre otros.</p>
<p>Puntos de venta.</p>	<p>La empresa tendrá sus instalaciones ubicadas en el barrio Limonar de la ciudad de Santiago de Cali.</p>
<p>Métodos de despacho y transporte</p>	<p>Los artistas, recreadores y animadores se desplazan en un vehículo contratado por la empresa, además llevan los equipos, trajes e implementos que necesitan para efectuar el evento, hasta lugar donde se va a realizar la celebración.</p>
<p>Costos de transporte y seguro.</p>	<p>El valor del transporte es equivalente a \$60.000, debido al convenio que se tiene con la empresa transportadora que lleva y recoge a los colaboradores.</p>
<p>Problemas de bodegaje.</p>	<p>La empresa cuenta con una bodega para almacenar los trajes e implementos que se necesitan para todo tipo de eventos recreacionales.</p>
<p>Política de inventario de producto terminado (en días).</p>	<p>Los implementos almacenados que se van deteriorando o se encuentran en mal estado son dados de baja del stock de inventario.</p>
<p>Equipos y personal de distribución.</p>	<p>Se realiza la contratación de un tercero para el transporte del personal e implementos.</p>

Fuente: Elaboración propia

Figura 1. Estrategia de distribución



Fuente: Elaboración propia

2.3.5 Políticas de servicios.

Cuadro 20. Políticas de servicios

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
Términos de las garantías.	En caso de que haya un inconveniente con la fecha programada, existe la posibilidad de cambiar la fecha con 5 días de anticipación. Sin embargo, en caso de cancelación por fuerza mayor, el cliente tiene derecho a la devolución del 45% del dinero, pues el porcentaje restante es destinado a la fabricación de trajes, compra de decoración, y pago de horas de práctica de escenografía del personal.
Tipo de servicios a clientes.	El servicio de recreación que ofrece la empresa es directamente al cliente objetivo y se realiza la entrevista consultiva al usuario con el propósito de conocer sus preferencias y deseos para el evento solicitado por el mismo.
Mecanismos de atención a clientes.	Los canales de atención manejados por la empresa son la atención presencial, atención telefónica y por la interacción con el cliente por medio de las redes sociales.
Políticas de cobro de servicios.	Los pagos para la prestación del servicio de recreación al cliente son, el 50% en el momento de contratación y programación del evento, por consiguiente, el 50% restante el cliente lo paga al finalizar la prestación del servicio contratado.

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
Servicios post venta.	Con el uso de las redes sociales y realizando la publicación de fotos de los eventos efectuados, se captan las experiencias de los clientes y las reseñas de los comentarios que van haciendo los usuarios en el perfil de la empresa, para medir el grado de satisfacción que tienen los clientes con el servicio prestado por la empresa.
Personal para su política de servicios.	Asesor comercial y asesor de servicio al cliente presencial.

Fuente: Elaboración propia

2.3.6 Tácticas de ventas. A continuación, se expresan las tácticas de ventas que implementara la empresa de recreación integran y shows infantiles.

Cuadro 21. Tácticas de ventas

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
¿Tendrá fuerza propia de ventas o recurrirá a representantes de ventas o a distribuidores? ¿Cuál será el costo del servicio?	La empresa tendrá su propia fuerza de ventas por lo que se contrata un asesor de ventas que se encarga de atender al cliente por medio de las redes sociales y telefónicamente, además realiza las visitas a los usuarios para las entrevistas consultivas, también tendrá una persona de servicio al cliente para la atención personalizada.
En el caso de usar fuerza propia de ventas, ¿cómo va usted a contratarla, entrenarla y remunerarla? ¿De qué tamaño será?	La contratación será directamente con la empresa, y el jefe de recurso humano se encargará de capacitar al asesor de ventas y de servicio al cliente, con el propósito de ponerlos en contexto con la misión de la empresa y la función que deben realizar, en cuanto a la remuneración tendrán un sueldo base y el auxilio de rodamiento.

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
Si va a utilizar organizaciones de venta, ¿están ellos distribuyendo productos a su mercado potencial? ¿Manejan ellos productos de la competencia?	La empresa no utilizara organizaciones de venta.
Describa los descuentos que dará a mayoristas y minoristas y compárelos con los brindados por su competencia.	El servicio de recreación que ofrece la empresa se vende directamente al consumidor final y los descuentos establecidos son del 10%, para el plan referido y los clientes antiguos.
Describa los acuerdos comerciales, económicos, financieros y laborales establecidos con distribuidores o representantes de ventas (precios, descuentos, número de personas, derechos exclusivos de representación, formas de pago, apoyo logístico, etcétera).	No se implementará acuerdos comerciales con representantes de ventas, debido a que la empresa tendrá su propia fuerza de ventas.

Fuente: Elaboración propia

2.3.7 Atributos diferenciadores. A continuación, se encuentra el cuadro 22 en el cual se evidencia la matriz de Osborn.

Cuadro 22. Matriz de Osborn

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	PRODUCTO O SERVICIO	PRODUCTO O SERVICIO MODIFICADO
Encuéntrele otros usos:	Nuevas maneras de usarlo tal cual es; o de darle otros usos si se modifica.	Los planes de recreación aparte de poder aplicarse a fiestas para niños, con los diferentes shows y escenografías que maneja podría usarse como show de apertura a eventos culturales o presentaciones tipo concierto que hagan uso de shows como los que ofrece la empresa.	La empresa ofrecerá 3 planes de recreación que se componen de diferentes servicios, en estos planes se llevará a cabo la temática propuesta por el cliente desde cero, pues de acuerdo con la creatividad del cliente se van a realizar las diferentes escenografías, se fabricaran los trajes para dar vida a la idea del niño, además de organizar las luces-decoraciones-sonido para ambientar de acuerdo a la temática propuesta por el cliente. Y como alternativa a los planes creados desde cero, se le puede ofrecer una opción con temáticas realizadas anteriormente. Estos planes están sujetos a los ajustes que desee hacer el cliente, pues puede quitar o agregar los servicios que tenga disponibles.
Adaptación:	¿Qué cosas parecidas existen?, ¿qué ideas sugiere esto?, ¿qué paralelos pueden establecerse?, ¿qué puedo copiar?, ¿a quién puedo emular?	Hay cosas parecidas, sin embargo, no son iguales, pues se procura ofrecer un servicio superior en cada uno de los aspectos, por ejemplo, se usan pintucaritas al igual que la competencia, pero con las pintucaritas se hacen maquillajes artísticos que recreen la idea propuesta por el niño.	
Modificación:	¿Nuevos cambios?; ¿cambios de significado, color, movimiento, olor, forma?; ¿otros cambios?	Las modificaciones que se ofrecen en el servicio es tener de 4, 5 o 6 artistas de acuerdo con el plan elegido, que realicen las escenografías con la temática propuesta por el cliente, además de llevar a cabo diferentes shows y la ambientación del lugar que vayan acorde con la temática del cliente.	

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	PRODUCTO O SERVICIO	PRODUCTO O SERVICIO MODIFICADO
Magnificar:	¿Qué añadir?; ¿más tiempo?; ¿más frecuencia?; ¿más fuerza?; ¿mayor tamaño?; ¿más grosor?; ¿valor adicional?; ¿más ingredientes?; ¿duplicarlo?; ¿multiplicarlo?; ¿exagerar?	Una de las diferencias con la competencia es que la empresa ofrece mayor cantidad de artistas por evento que ellos, pues la mayoría tienen 2 recreacionistas por evento, mientras que la empresa ofrece desde 4 hasta 6 artistas, esto depende del plan elegido.	
Reducir:	¿qué sustituir?; ¿empequeñecer?; ¿condensar?; ¿miniaturizar?; ¿rebajar estatura?; ¿acortar?; ¿dar más luz?; ¿omitir?; ¿suavizar?; ¿partir?	Se puede suprimir el show de globoflexia, y el de títeres por shows aún más elaborados.	
Sustituir:	¿Qué cambiar?; ¿a quién cambiar?; ¿otros ingredientes?; ¿otros materiales?; ¿otros procesos?; ¿otro lugar?; ¿otro enfoque?; ¿otro tono de voz?; ¿otra energía?	Se puede reemplazar el show de títeres por una presentación de cuenteros que vaya de acuerdo a la temática. Se puede cambiar la globoflexia para realizar actividades recreativas como una Yincana donde todos los niños participantes del evento puedan competir para ganarse un regalo sorpresa.	
Re arreglar:	¿Intercambiar componentes?; ¿otro patrón?; ¿otra distribución?; ¿otra secuencia?; ¿causas y efectos?; ¿ritmo?; ¿programación?	Re arreglar los planes de acuerdo con las preferencias del cliente, dependiendo de si quiere agregar o quitar componentes del paquete del plan.	

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	PRODUCTO O SERVICIO	PRODUCTO O SERVICIO MODIFICADO
Invertir:	<p>¿Trasponer positivos y negativos?;</p> <p>¿opuestos?;</p> <p>¿rearmar al revés?;</p> <p>¿de arriba-abajo?;</p> <p>¿invertir papeles?;</p> <p>¿cambiar zapatos?;</p> <p>¿voltear mesas?;</p> <p>¿poner la otra mejilla?</p>	<p>Ofrecer un plan con una de las temáticas que ya han realizado anteriormente, en lugar de hacer una de cero como ofrecen en los 3 planes. Lo cual haría que se aumentara el margen de ganancia, puesto que no tiene que ser creado todo de cero.</p>	
Combinar	<p>¿Qué tal una mezcla, una aleación, una combinación?;</p> <p>¿combinar unidades?;</p> <p>¿propósitos?;</p> <p>¿ideas?;</p> <p>¿atractivos?</p>	<p>Combinar en variación de precios, en caso de que el cliente desee dos temáticas distintas en un mismo evento, de forma que se podrían combinar los shows.</p>	

Fuente: Elaboración propia

3 ANÁLISIS TÉCNICO

3.1 INTRODUCCIÓN

En el presente estudio técnico se llevan a cabo una serie de etapas, para la evaluación técnica de la viabilidad para la creación de una empresa de recreación integral y shows infantiles en la comuna 17 de Santiago de Cali; al analizar el estudio técnico, se logra determinar la demanda, suministros, insumos, tecnología y equipos. En el apartado legal, el estudio administrativo define la constitución empresarial basándose en las bases legales; y en el estudio económico, se dejará evidencia de las cifras estimadas para el funcionamiento de la empresa.

3.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

En este apartado se especifican los procesos eficientes y eficaces del servicio, además los requerimientos técnicos.

- Proceso productivo del servicio: Consiste en determinar los pasos a seguir para el eficiente funcionamiento del proyecto, un ejemplo de herramienta la cual contribuye a la estandarización de calidad es el diagrama de flujo.
- Diagrama de flujo: Consta de una visualización grafica del proceso de la empresa a elección, permite minimizar deficiencias y define las responsabilidades por áreas de procesos las cuales tienen sus objetivos comunes planificados.

3.2.1 Producto. La empresa de recreación de recreación integral y shows infantiles Mundo Arte recreación, ofrece una propuesta de recrear fiestas con diferentes temáticas, para lo cual se realiza una entrevista consultiva al usuario (niño), con el propósito de identificar plenamente las necesidades y los deseos del mismo, por lo cual se crearon 3 paquetes de recreación infantil con diferentes

servicios, de los cuales el usuario tiene la libertad de elegir los personajes animados y la temática que quiere que se le recree en su evento.

La empresa ofrece un amplio portafolio de servicios recreativos y de animación para eventos infantiles; creando paquetes exclusivos pensados en el niño festejado. Mundo Arte utiliza herramientas e implementos para el desarrollo de distintas actividades lúdicas, creando así un ambiente sano y divertido para los participantes.

Cuadro 23. Ficha técnica maquillaje artístico

ELEMENTO	DESCRIPCIÓN
	<p>Se trabaja por medio del maquillaje artístico la estimulación multisensorial y visual.</p> <p>Pinturas de colores para rostro</p> <p>Esponjas y brochas para maquillaje</p> <p>Cepillo de cerdas suaves</p> <p>Delineador de colores</p> <p>Toallitas desechables</p> <p>(La Bebeteca, 2014.)</p>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 24. Ficha técnica globoflexia

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 25. Ficha técnica show de magia

Fuente: Elaboración propia

3.2.2 Metodología para el estudio del proyecto. Los aspectos metodológicos del proyecto están enfocados hacia la creación de una empresa que preste el servicio de recreación y animación de eventos infantiles, cuyo factor diferenciador es la creación de paquetes pensados exclusivamente en el niño festejado, recreando personajes artísticos, deportivos, científicos, culturales, recreativos y enfocando toda las actividades lúdicas y escenografía de acuerdo con la temática elegida por el usuario.

Cuadro 27. Proceso técnico

Estado inicial	Proceso	Producto final
Propuesta a cliente	Personal capacitado	Satisfacción del cliente frente a los procesos.

Fuente: Elaboración propia

3.2.2.1 Ámbito del proyecto. El servicio que ofrece la empresa Mundo Arte recreación pretende satisfacer las necesidades del cliente objetivo, por lo cual se realizan capacitaciones constantes a los recreadores con el fin de brindar un servicio de alta calidad y con gran creatividad en cada uno de los eventos realizados, convirtiendo las celebraciones de los niños en momentos llenos de diversión y magia, en los cuales se recrean las temáticas que el usuario solicite. El servicio un servicio de calidad para la empresa, por esta razón los colaboradores trabajan en pro de continuar innovando para fortalecer la empresa.

3.2.2.2 Maquinaria y equipo requerido. A continuación, se presenta la maquinaria y equipo que se requiere para la operación de la empresa de recreación infantil.

Cuadro 28. Equipo de cómputo y comunicación (1528)

CANTIDAD	ÍTEM	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Portátil Hp 15-Eh0001la Amd Athlon 8gb 512gb	\$1.669.000	\$ 3.338.000
1	Samsung Galaxy Note 9 SM-N960U 128GB Negro	\$1.619.900	\$ 1.619.900
1	Impresora Multifuncional HP Smart Tank 515	\$879.000	\$ 879.000
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN			\$ 5.836.900

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 29. Muebles y enseres (152405)

CANTIDAD	ÍTEM	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Silla escritorio ergonómicas	\$249.000	\$ 498.000
2	Escritorio	\$389.000	\$ 778.000
1	Archivador	\$519.000	\$ 519.000
1	Sala de espera	\$829.000	\$ 829.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 2.624.000

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 30. Maquinaria y equipo

CANTIDAD	ÍTEM	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
50	vestuarios	\$ 650.000	\$ 32.500.000
20	Luces	\$ 450.000	\$ 9.000.000
10	Equipos de sonido	\$ 4.500.000	\$ 45.000.000
20	Juegos de Feria	\$ 800.000	\$ 16.000.000
15	Inflables	\$ 7.800.000	\$ 117.000.000
50	Botargas	\$ 4.700.000	235.000.000
20	Teatrino	\$ 450.000	\$ 9.000.000
60	títeres	\$ 200.000	\$ 12.000.000

TOTAL PROPIEDAD-PLANTA Y EQUIPOS	\$ 475.500.000
----------------------------------	-----------------------

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 31. Útiles de oficina y papelería (519530)

CANTIDAD	ÍTEM	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Resmas de papel carta	\$ 10.000	\$ 30.000
2	Carpetas legajadoras	\$ 9.100	\$ 18.200
3	Papel fotográfico	\$ 10.900	\$ 32.700
1	Cuaderno de contabilidad	\$ 11.200	\$ 11.200
2	Recibos de caja	\$ 3.000	\$ 6.000
2	Talonarios de facturación	\$ 2.000	\$ 4.000
15	Lapiceros	\$ 16.100	\$ 16.100
3	Resaltadores	\$ 3.700	\$ 11.100
2	Grapadora	\$ 17.000	\$ 34.000
2	Caja de grapas	\$ 4.800	\$ 9.600
3	Tinta de impresora	\$ 70.000	\$ 210.000
TOTAL ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA			\$ 382.900

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 32. Implementos de aseo y cafetería (519525)

CANTIDAD	ÍTEM	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cafetera Programable 12 Tazas Negro 4401	\$269.900	\$269.900
2	Café	\$7.600	\$15.200
2	Azúcar	\$1.900	\$3.800
1	Vasos desechables	\$3.500	\$ 3.500
1	Escoba	\$5.000	\$5.000

CANTIDAD	ÍTEM	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Trapeador	\$4.500	\$4.500
1	Recogedor	\$7.000	\$7.000
12	Bolsa de basura	\$1.000	\$12.000
1	Jabón de loza	\$4.800	\$4.800
1	Jabón de manos	\$5.000	\$5.000
1	Ambientador	\$6.200	\$6.200
1	Limpia pisos	\$3.000	\$3.000
24	Papel higiénico	\$1200	\$14.400
TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA			\$354.300

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 33. Total inversión maquinaria y equipo requerido

ÍTEM	VALOR
Equipo de cómputo y comunicación	\$ 5.836.900
Muebles y enseres	\$ 2.624.000
Propiedad-planta y equipo	\$ 475.500.000
Implementos cafetería y aseo	\$ 354.300
Útiles oficina y papelería	\$ 382.900
TOTAL INVERSIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO REQUERIDO	\$484.698.100

Fuente: Elaboración propia

3.2.3 Diagramas y planes de desarrollo. Se presenta el proceso eficiente y eficaz para el funcionamiento del servicio por medio de diagrama de flujo; a

continuación, se presenta el diagrama de flujo general del servicio recreativo de la empresa mundo arte.

3.2.3.1 Proceso productivo. Consiste en determinar los pasos a seguir para el eficiente funcionamiento del proyecto, un ejemplo de herramienta la cual contribuye a la estandarización de calidad es el diagrama de flujo.

3.2.3.2 Diagrama de flujo. Consta de una visualización grafica del proceso de la empresa a elección, permite minimizar deficiencias y define las responsabilidades por áreas de procesos, las cuales tienen sus objetivos comunes planificados.

Cuadro 34. Diagrama de flujo

TIEMPO EN MINUTOS	ACTIVIDAD	PROCESO
1 minuto	Inicio del proceso	Bienvenida
3 minutos	Información del servicio a los clientes	Información
2 minutos	Facturación	Facturación
5 minutos	Elección del servicio	Decisión
1 hora	Ejecución de actividad	Actividad recreativa
3 minuto	Fin del proceso	Despedida
<pre> graph TD A[BIENVENIDA] --> B[INFORMACIÓN] B --> C[FACTURACIÓN] C --> D[APROBADO] D --> E((REALIZACIÓN ACTIVIDAD)) E --> F[DESPEDIDA] </pre>		
1 hora y 14 minutos aproximadamente (Tomando en cuenta una actividad recreativa al azar)		

Fuente: Elaboración propia

3.2.3.3 Listado de insumos. Se detallan en el siguiente cuadro los insumos que se requieren para la creación de eventos:

Cuadro 35. Listado de insumos

CANTIDAD	ÍTEM	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
20	Maquillaje kit	\$ 60.000	\$ 1.200.000
TOTAL INSUMOS Y EQUIPOS			\$ 1.200.000

Fuente: Elaboración propia

3.2.3.4 Listado de proveedores.

Se presentan a continuación, los proveedores de los insumos que se requieren para operar.

Cuadro 36. Proveedores reales o iniciales

EMPRESA	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CIUDAD
UNE TIGO	15 megas, TV 230 canales y telefonía local	018000425148	Cali
FACTOR CREATIVO	MÉXICO DF	+52 4434477108	MÉXICO DF
GARY TOYS	MÉXICO DF	+52 8683031552	MÉXICO DF
INFLALANDIA	MÉXICO DF	+52 2211534938	MÉXICO DF
ELECTRO ACÚSTICA	CALI -CALLE 17 #5 -35	3175191592	CALI
TAHELA CREACIONES	CALI -ALFONSO LÓPEZ	3116198080	CALI
CALI 2000	CENTRO	3176546557	CALI

Fuente: Elaboración propia

3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.3.1 Macro localización. En este apartado se analiza los factores que influyeron en la decisión de la ubicación del proyecto, partiendo de la macro y micro localización que describen el área óptima.

3.3.1.1 Macro localización inicial. La empresa de recreación integral y espectáculos infantiles mundo arte tendrá lugar en la ciudad de Cali, ubicada en el departamento del Valle del Cauca, exactamente al suroccidente de la república de Colombia.

Figura 2. Ubicación del departamento del Valle del Cauca en Colombia



Fuente: (Toda Colombia, 2019, fig. 1)

Cuadro 37. Micro localización

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ■ Ubicación geográfica exacta de la empresa. 	<p>Mundo Arte estará ubicado en la comuna 17 de la ciudad de Cali, exactamente en la carrera 48#94-80, barrio el limonar; estrato 4.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Facilidades de servicios (agua, comunicaciones, energía, teléfono, alcantarillado, manejo de desperdicios). 	<p>Los servicios básicos constituyen la base del funcionamiento de la empresa mundo arte; en el barrio limonar, se accede a todos los servicios como agua, energía, teléfono y alcantarillado, por medio de la empresa EMCALI prestadora de estos servicios. Para el manejo de desperdicios en el barrio limonar, se encuentra encargada la empresa Promoambiental.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Posición relativa a proveedores y clientes. 	<p>En la empresa mundo arte, la materia prima en su mayoría está preestablecida por factores previamente ya instalados, solo se necesita el abastecimiento de insumos que son de fácil acceso.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Facilidades de transporte. 	<p>La ubicación de la empresa mundo arte, dispone de rutas de transporte masivo y buses que transitan por el sector, siendo una alternativa para las personas que no disponen de vehículo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Legislación local (regulaciones). 	<p>Decreto 411.0.20.0409 de 2012: Por el cual se crea la Ventanilla Única de registro y atención a los productores de Espectáculos Públicos de las Artes Escénicas y se racionalizan trámites.</p>

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ■ Situación laboral de la localidad. 	<p>La tasa de desempleo en Cali fue 20,0% en marzo-mayo 2021. Sin embargo, el número de personas ocupadas aumentó en 196 mil personas en marzo-mayo 2021, frente al mismo periodo del año anterior. Fuente: (Cámara de Comercio de Cali, 2021, p. 2.)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Área requerida. 	<p>Una medida de 26 metros cuadrados es en la planta baja de la vivienda y cumple con lo presupuestado para el arrendamiento mensual.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Servicios especiales (aire, gas, grúas, aceite, agua, refrigeración, vapor, etcétera). 	<p>La ubicación del local cuenta con los servicios especiales mencionados, las empresas que los proveen a nivel local son gases de occidente y EMCALI.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Ventilación, iluminación. 	<p>El local escogido cuenta con una excelente ubicación que brinda beneficios de ventilación e iluminación, apoyados también en ambientar cada rincón del local con tecnologías.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Vías de acceso. 	<p>En cuanto a las vías de acceso, la empresa cuenta con desprendimiento de vías desde el norte y sur, estos canales son apropiados debido a que se interceptan con el centro de la ciudad y permite el fácil acceso.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Beneficios y estímulos tributarios para la localización 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Descuento tributario para la financiación del registro y/o renovación de la matrícula mercantil en un 30%, 50% y 75% en el primer año. 2. Descuento por pronto pago para los contribuyentes del impuesto predial unificado (IPU)(Decreto 4112.010.20.1058, 2021, Art. 1).
<ul style="list-style-type: none"> ■ Condiciones de operación. 	<p>La empresa cuenta con las condiciones de operación debidas, para ofrecer los servicios respectivos.</p>

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
■ Puertas.	El local cuenta con puertas de seguridad de acceso y salida.
■ Servicios higiénicos.	El local cuenta con los servicios higiénicos requeridos, baño y lavamanos.

Fuente: Elaboración propia

3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

Define la capacidad instalada óptima, de acuerdo con las características básicas del servicio y demanda. El tamaño del proyecto se considerará de acuerdo con el nivel de rentabilidad conveniente que este tipo de actividad genere. Para establecer el tamaño, se tomó en cuenta el volumen de cobertura aproximada de eventos recreacionales que una empresa de shows infantiles recién conformada pueda atender. Por los motivos expuestos, en la ciudad de Cali se evidencia una oportunidad de negocio al crear una empresa que ofrezca servicio de recreación, donde el cliente se sienta participe desde un principio. El tamaño del local disponible es de aproximadamente 26 metros cuadrados, no es muy amplio, pero es el indicado para organizar y adecuar muy bien los espacios administrativos de la empresa, con el fin de ofrecer un buen ambiente a los clientes, asignándose como servicios agregados, capacidad instalada y el requerimiento técnico.

4 ANÁLISIS ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

La empresa de recreación Mundo Arte, se crea para prestar los servicios de recreación integral y shows infantiles en la comuna 17 de la ciudad Cali, con el propósito de identificar los gustos y preferencias del usuario (niños), se realizara una venta consultiva, cabe señalar que en compañía del cliente se lleva a cabo una entrevista al niño, donde el asesor de servicio al cliente, le realizara las respectivas preguntas, de acuerdo con las respuestas que el usuario, se coordinara con el cliente la temática de la fiesta personalizada que prefiere contratar para su celebración, se le ofrecerán tres planes de recreativos, con diferentes tarifas y servicios, en los cuales podrá elegir la temática que prefiera.

Los planes de recreación integral y shows infantiles tendrán los siguientes servicios:

- Artistas que personificaran cualquier temática
- Sonido, Luces
- Globoflexia
- Show de recreación
- Hora loca
- Maquillaje artístico
- Títeres
- Recreación
- Show musical y baile
- Show de magia

La empresa contara con personal y artistas altamente calificados, los cuales serán capacitados frecuentemente, además se programarán los ensayos pertinentes para la organización y logística del evento, con el propósito de prestar un servicio de alta calidad, donde los participantes del evento disfruten de una celebración memorable,

con momentos únicos, donde el usuario homenajeado quede satisfecho con la temática de la fiesta personalizada.

Los recreadores, animadores y artistas, se desplazarán con anticipación hasta el lugar donde el cliente decidió realizar la celebración, para instalar el sonido, las luces y organizar todos los implementos que se usaran en el evento de recreación infantil.

4.1.1 Misión. Fortalecer el servicio de recreación integral y shows infantiles, satisfaciendo plenamente las necesidades del cliente, con la implementación de diversidad de temáticas, con las cuales se personalizarán las fiestas de los niños, recreando actividades llenas de diversión y fantasía.

4.1.2 Visión. La empresa de recreación Mundo Arte se posicionará en el año 2025, como la empresa líder en el mercado de la recreación integral y los shows infantiles en la ciudad de Santiago de Cali, destacándose por la dedicación, amor y pasión con la que realizan cada uno de los eventos, siempre creando momentos felices y experiencias únicas.

4.1.3 Valores corporativos. En la siguiente descripción se desglosa los valores corporativos de la empresa de Mundo Arte.

4.1.3.1 Responsabilidad. Servir con responsabilidad social en los eventos artísticos, llevando aparte de diversión, enseñanzas a los niños sobre el cuidado del medio ambiente, el respeto por las demás personas y el amor propio.

4.1.3.2 Honestidad. Inculcar en los colaboradores de la empresa la importancia que tiene el valor de la honestidad, buscando generar que los clientes confíen en los servicios que ofrece la empresa y manteniendo un ambiente laboral agradable.

4.1.3.3 Pasión. Trasmitir esa alegría y pasión que sienten los colaboradores cuando están realizando los eventos de recreación infantil, siempre con la mejor disposición dando lo mejor de sí, en aras de contagiar a los participantes del evento con esa alegría y amor que sienten por el arte de recrear.

4.1.3.4 Ética. Fomentar en la empresa siempre los principios morales, como base de una organización transparente y justa en todo momento, respetando las negociaciones realizadas con los clientes, exigir a los colaboradores que deben brindar información veraz y completa a los clientes de todos los servicios recreacionales que brinda la empresa.

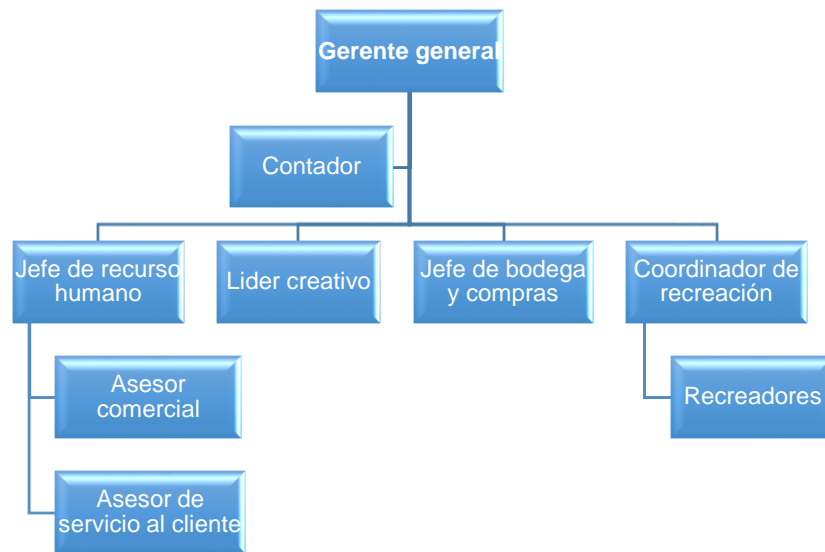
4.1.3.5 Profesionalismo. Implementar constantes capacitaciones para los colaboradores, con el fin de fortalecer sus habilidades y destrezas, esto el propósito de entregar un servicio de alta calidad, eficiente y alto compromiso, para convertir las celebraciones de los niños, en eventos cargados de fantasía y alegría, donde las representaciones artísticas se vean reflejadas en su máxima expresión.

4.1.4 Filosofía de trabajo. La empresa de recreación Mundo Arte, está enfocada en realizar la labor con dedicación, amor y profesionalismo, apasionados por siempre crear momentos felices y experiencias únicas en cada uno de los eventos, por lo cual el grupo de colaboradores de Mundo Arte, se destacan por su honestidad, ética y responsabilidad, ofreciendo fiestas llenas de alegría para los usuarios.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Organigrama. A continuación, se presenta el organigrama de la empresa de recreación Mundo Arte.

Figura 4. Organigrama



Fuente: Elaboración propia

4.2.2 Descripción de puestos. En el siguiente cuadro se relacionan los cargos de la empresa Mundo Arte.

Cuadro 38. Descripción de puestos

ÁREA	NOMBRE DEL CARGO	TIPO DE CONTRATO	CANTIDAD DE EMPLEADOS	SALARIO
Administrativa	Gerente general	Indefinido	1	\$ 2.500.000
Administrativa	Contador	Prestación de servicios	1	\$ 950.000

ÁREA	NOMBRE DEL CARGO	TIPO DE CONTRATO	CANTIDAD DE EMPLEADOS	SALARIO
Administrativa	Jefe de recurso humano	Indefinido	1	\$ 1.500.000
Operativo	Líder creativo	Indefinido	1	\$ 1.500.000
Operativa	Jefe de bodega y compras	Indefinido	1	\$ 1.400.000
Operativa	Coordinador de recreación	Indefinido	1	\$1.200.000
Operativa	Recreadores	Obra labor contratada	12	\$60.000
Comercial	Asesor comercial	Indefinido	1	\$ 1.300.000
Comercial	Asesor de servicio al cliente	Indefinido	1	\$ 1.200.000

Fuente: Elaboración propia

4.2.3 Procesos operativos. A continuación, se presenta el proceso que realiza la empresa Mundo Arte recreación para desarrollar y preparar los servicios de recreación infantil.

Cuadro 39. Procesos operativos de Mundo Arte Recreación

ÁREA	NOMBRE DEL PROCESO	DESCRIPCIÓN
Administrativa	Dirección de la empresa	Dirigir, controlar y crear estrategias para el óptimo funcionamiento y proyección de la empresa, además supervisar las áreas de la empresa.

ÁREA	NOMBRE DEL PROCESO	DESCRIPCIÓN
Administrativa	Contabilidad	Organizar y registrar todos los movimientos financieros de la empresa. Para lo cual debe calcular el estado de resultados, hacer el cálculo de punto de equilibrio, hacer el cierre contable al finalizar el periodo.
Administrativa	Manejo de recurso humano	Esta área se encarga de la contratación del personal requerido por la empresa, debe realizar las pruebas y entrevistas a las personas que se postulan a los cargos, también programar y dirigir las capacitaciones para el personal administrativo.
Administrativa	Creación de eventos	Organización de la escenografía que se va a recrear en cada uno de los eventos y le entrega al jefe de bodega las directrices necesarias para la compra de los trajes de los recreadores.
Operativa	Almacenamiento y compras	Efectúa la compra de los trajes e implementos requeridos para los eventos teniendo en cuenta las directrices dadas por el líder creativo, por consiguiente, almacena todos los implementos y trajes, velando por el buen estado del inventario.
Comercial	Ventas y servicio al cliente	Prestar atención personalizada y de manera virtual a los posibles clientes, ofrecer los servicios de recreación que tiene la empresa Mundo Arte recreación. Además, el asesor comercial visita al cliente con el fin de consultarle al cliente el plan que va a elegir y preguntarle al niño todo lo relacionado con la temática de desea para su fiesta.

ÁREA	NOMBRE DEL PROCESO	DESCRIPCIÓN
Operativa	Coordinar eventos	Organiza los horarios en el respectivo cronograma para cumplir con los eventos contratados, además coordina que el transporte para personal que labora en el evento este justo a disponible tiempo.
Operativa	Recreación	Asisten a las capacitaciones programadas por el área de recurso humano, también deben ensayar con anticipación las coreografías, muestras teatrales y actividades que van a presentar en cada evento infantil. Son los encargados de prestar el servicio de recreación y las muestras artísticas para los niños en las fiestas temática.

Fuente: Elaboración propia

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

Chiavenato (2019) afirma que:

El reclutamiento consiste en un conjunto de procedimientos que tienden a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización. Básicamente es un sistema de información, mediante el cual la organización divulga y ofrece al mercado de recursos humanos oportunidades de empleo que pretende llenar (p. 132).

Por su parte, Guth (1994) dice que “el reclutamiento es el proceso permanente mediante el cual una organización reúne solicitantes de empleo, de manera oportuna, económica y con suficiente cantidad y calidad para que posteriormente concurse en función de selección.” (p. 1)

En la empresa Mundo Arte el proceso se regirá bajo los ítems presentados a continuación.

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL

El gerente y el coordinador general elaboran las convocatorias para los distintos cargos que requiere la empresa, publicándolos en redes sociales, colegios para estudiantes de último grado, universidades e institutos como IPC Universidad del Valle y Bellas Artes donde se invita a remitir la solicitud de empleo al correo, WhatsApp y líneas telefónicas.

4.4.1 Solicitud de empleo. Cada aspirante entrega su hoja de vida, copia de títulos y certificados de estudios realizados y certificados de experiencia (si aplica).

4.4.2 Entrevistas. El coordinador general recibe y revisa solicitudes y documentos de los candidatos (a) s, y verifica el cumplimiento de los requisitos establecidos en la convocatoria después de un filtro cita a examen de actitud en una reunión abierta con 3 monitores en (recreación, shows y personajes) para valorar y seleccionar al candidato(a) s que cumplan con el perfil solicitado.

4.4.3 Exámenes. Cada uno de los monitores evalúa por medio de pruebas de talento y actitud a los candidatos según las respectivas funciones a desempeñar.

4.4.4 Selección del personal. Los monitores entregan al coordinador general y al gerente los resultados de las pruebas, para definir quiénes son los que serán vinculados a la empresa.

Cuadro 40. Exámenes ocupacionales de ingreso

TIPO	REQUERIDO	NO REQUERIDO
a. Examen Médico	X	
b. Visiometría		X
c. Audiometría		X
d. Espirometría		X
e. Cuadro Hemático		X
f. Glicemia		X
g. Frotis de Sangre Periférico		X
h. Rx de columna		X

Fuente: Elaboración propia

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

La contratación será a término indefinido entre el gerente como representante legal de la empresa y el trabajador. Según sea su cargo en el caso de artistas, animadores y recreadores se procederá a un contrato de confidencialidad también implica la afiliación del trabajador a una Empresa Prestadora de Servicios de Salud (EPS); a una Empresa Administradora de Riesgos Laborales (ARL); y a una empresa administradora de pensiones. También, comprende la apertura de una cuenta de ahorros para consignación de sus salarios.

4.5.1 Inducción del personal. La inducción al personal contratado la harán los coordinadores de cada evento, proporcionándoles con detalle a cada uno de los trabajadores la información que requiere para poder desempeñar de la mejor forma sus funciones de esta manera facilitarle su rápida y eficaz adaptación a la empresa.

En esta fase de inducción se desarrollan las siguientes actividades, información acerca de los programas recreativos, tiempos estipulados, procesos de calificación y evaluación de cada evento, medidas de seguridad, relación con sus compañeros, información sobre sus funciones y responsabilidades, tipo de pedagogía y filosofías de integración en cada evento.

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL

4.6.1 Capacitación. Los monitores se encargarán de realizar una reunión semanal, que será programada con el fin de realizar la capacitación en temas recreativos donde se fortalecen diferentes actividades que efectúan en cada programa, y se asignará un día de ensayos que servirá para destacar las habilidades y talentos de cada uno de los colaboradores.

4.7 FUNDAMENTOS CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS

4.7.1 Descripción de áreas. A continuación, se hace la descripción de las áreas que maneja la empresa Mundo Arte recreación.

4.7.1.1 Área administrativa. Esta área es la encargada de liderar todos los procesos administrativos de la empresa y generar estrategias para el buen funcionamiento de la misma, llevan los registros contables y financieros, también llevar a cabo la contratación y el manejo del recurso humano.

4.7.1.2 Área comercial. Es la encargada del contacto directo con los clientes de la empresa, dan a conocer el portafolio de servicios recreativos e impulsan las ventas, también manejan la página y redes sociales encargándose de

publicar información llamativa para atraer más clientes. Trasmiten la información de la venta al área encargada para continuar con el proceso.

4.7.1.3 Área operativa. Esta área de se divide en dos, una se encarga de bodega y compras, el cual se responsabiliza de almacenar de forma adecuada los trajes e implementos velando por el buen estado del inventario, también tiene la función de realizar las compras de los implementos y manda a fabricar los trajes para los recreadores. En cuanto al coordinador de recreación y recreadores trabajan en conjunto para planificar las muestras teatrales, actividades lúdicas, show de magia y títeres, se encargan de ensayar y organizar de forma creativa todo para cumplir con la temática de la fiesta infantil contratada por el cliente.

Cuadro 41. Descripción de cargo gerente general

FECHA : 18/03/2022 SEDE: Santiago de Cali

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN: _____ CÓDIGO: _____
NIVEL: 1 ASIGNACIÓN SALARIAL: \$2.500.000
DEPENDENCIA: Gerencia general

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

Planear, dirigir, controlar y supervisar todas las áreas de la empresa con el propósito de obtener un óptimo funcionamiento de las mismas, así mismo programar y controlar las actividades internas.

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA Profesional en Administrador de empresas

3.2 EXPERIENCIA LABORAL 3 años de experiencia en cargos gerenciales y directivos.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
Escudriñar todas las inversiones a corto mediano y largo plazo de la organización	D	C
Pagar la nomina	D	E
verificar contratos	D	A
Gestionar créditos bancarios	D	E
revisar con criterio las compras que se deben realizar y sus proveedores	D	E
revisar constantemente el historial de archivos de la empresa	D	A
Realizar análisis de las formas de pago de diferentes clientes	D	C
Realizar programa de capacitación continua para los colaboradores de la empresa	D	E
Evaluación de indicadores de gestión mensual	M	C
Diseño de servicio y asignación de precios de estos	D	E

Convenciones TIPO DE FUNCIÓN

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

PERIODICIDAD

COMPETENCIAS

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación	X		
2	Ambición profesional	X		
3	Análisis	X		
4	Aprendizaje	X		
5	Asertividad	X		
6	Autocontrol	X		
7	Autonomía	X		
8	Creatividad	X		
9	Delegación	X		
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad		X	
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	X		
14	Integridad	X		
15	Juicio		X	
16	Liderazgo	X		
17	Negociación y conciliación	X		
18	Orientación al servicio		X	
19	Persuasión		X	
20	Planificación y Organización	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
21	Resolución de problemas	X		
22	Sensibilidad interpersonal		X	
23	Sociabilidad	X		
24	Toma de decisiones	X		
25	Trabajo bajo presión	X		
26	Trabajo en equipo	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle	X		
2	Atención al público		X	
3	Auto organización	X		
4	Comunicación no verbal		X	
5	Comunicación oral y escrita	X		
6	Disciplina	X		
7	Razonamiento numérico	X		
8	Sentido de Urgencia	X		

6. RESPONSABILIDADES		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
a.	Bienes y valores (¿cuáles?)	X		
b.	Información (¿cuál?)	X		

c. Relaciones interpersonales (¿cuál?)	X		
d. Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)	X		

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES	PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
	0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA				
a. Posición Sedente				X
b. Posición Bípeda	X			
c. Posturas mantenidas		X		
d. Alternar posiciones	X			
e. Motricidad Gruesa	X			
f. Motricidad Fina	X			
g. Destreza Manual	X			
h. Levantamiento y Manejo de Cargas	X			
i. Velocidad de Reacción	X			
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				X
b. Producir información oral/escrita				X
c. Análisis de información				X
d. Emitir respuestas rápidas				X
e. Atención		X		
f. Concentración				X
g. Repetitividad			X	
h. Monotonía		X		
i. Tareas de precisión viso motora				X
j. Habilidad para solucionar problemas				X
k. Interpretación de signos y símbolos				X
l. Percepción causa - efecto				X
m. Valoración de la realidad				X
7.3 SENSOPERCEPCIÓN				

a. Percepción Visual				X
b. Percepción auditiva				X
c. Percepción gustativa	X			
d. Percepción olfatoria	X			
e. Percepción táctil		X		
f. Percepción / discriminación de detalles				X
g. Integración sensorial requerida	X			
h. Diferenciación figura fondo	X			
i. Relaciones espaciales	X			
j. Kinestésica	X			
k. Propiocepción	X			
l. Estereognosia	X			
m. Constancia de la forma	X			
n. Percepción del color		X		
o. Planificación motora	X			

Elaborado por: Jefe de recurso humano Revisado por: Gerencia general

Aprobado por: Gerente general Revisado Div. Nal. Salud Ocupacional por:

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 42. Descripción de cargo contador

FECHA: 18/03/2022 SEDE: Santiago de Cali

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN: _____ CÓDIGO: _____
 NIVEL: 1 ASIGNACIÓN SALARIAL: \$950.000
 DEPENDENCIA: RR.HH

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

--

Organizar y controlar todos los procesos de contratación y capacitación del recurso humano requerido por la compañía, realizar la supervisión de las funciones de los trabajadores con el propósito de vigilar el cumplimiento de los lineamientos establecidos.

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA Profesional en contaduría y finanzas.

3.2 EXPERIENCIA LABORAL 2 años de experiencia en cargos como contador público.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
Hacer el balance general de la empresa	D	E
Realizar conciliaciones bancarias	D	E
Digitar los comprobantes de egresos e ingresos	D	E
Revisar las facturas de las compras realizadas	D	C
Realizar análisis de la información financiera de la empresa	M	A
Presentar mensualmente el estado financiero de la empresa al gerente general	D	E
Informar al gerente general cualquier irregularidad que encuentre en los soportes contables de la empresa	D	E
Realizar los estados financieros	M	A
establecer los parámetros en el software contable	D	E

Revisión contable	D	A
-------------------	---	---

Convenciones TIPO DE FUNCIÓN

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

PERIODICIDAD

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación	X		
2	Ambición profesional		X	
3	Análisis	X		
4	Aprendizaje	X		
5	Asertividad	X		
6	Autocontrol	X		
7	Autonomía		X	
8	Creatividad		X	
9	Delegación		X	
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad	X		
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	X		
14	Integridad	X		
15	Juicio	X		
16	Liderazgo		X	
17	Negociación y conciliación	X		
18	Orientación al servicio		X	
19	Persuasión		X	

20	Planificación y Organización	X		
21	Resolución de problemas		X	
22	Sensibilidad interpersonal		X	
23	Sociabilidad	X		
24	Toma de decisiones		X	
25	Trabajo bajo presión	X		
26	Trabajo en equipo	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle	X		
2	Atención al público			X
3	Auto organización	X		
4	Comunicación no verbal	X		
5	Comunicación oral y escrita	X		
6	Disciplina	X		
7	Razonamiento numérico	X		
8	Sentido de Urgencia	X		

6. RESPONSABILIDADES		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
a.	Bienes y valores (¿cuáles?)	X		
b.	Información (¿cuál?)	X		
c.	Relaciones interpersonales (¿cuál?)	X		

6. RESPONSABILIDADES	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
d. Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)			X

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES	PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
	0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA				
a. Posición Sedente				X
b. Posición Bípeda	X			
c. Posturas mantenidas			X	
d. Alternar posiciones			X	
e. Motricidad Gruesa	X			
f. Motricidad Fina	X			
g. Destreza Manual				X
h. Levantamiento y Manejo de Cargas	X			
i. Velocidad de Reacción				X
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				X
b. Producir información oral/escrita				X
c. Análisis de información				X
d. Emitir respuestas rápidas				X
e. Atención			X	
f. Concentración				X
g. Repetitividad				X
h. Monotonía				X
i. Tareas de precisión viso motora			X	

j. Habilidad para solucionar problemas		X		
k. Interpretación de signos y símbolos				X
l. Percepción causa - efecto				X
m. Valoración de la realidad				X
7.3 SENSOPERCEPCIÓN				
a. Percepción Visual				X
b. Percepción auditiva				X
c. Percepción gustativa	X			
d. Percepción olfatoria	X			
e. Percepción táctil	X			
f. Percepción / discriminación de detalles				X
g. Integración sensorial requerida		X		
h. Diferenciación figura fondo		X		
i. Relaciones espaciales	X			
j. Kinestésica	X			
k. Propiocepción	X			
l. Esterognosia	X			
m. Constancia de la forma	X			
n. Percepción del color	X			
o. Planificación motora				X

Elaborado por: Recurso humano

Revisado por:

Gerente general

Aprobado por: Gerente general

Revisado Div. Nal. Salud Ocupacional por:

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 43. Descripción de cargo jefe de recurso humano

FECHA: 18/03/2022

SEDE: Santiago de Cali

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN:

CÓDIGO:

NIVEL: 1

ASIGNACIÓN
SALARIAL:

\$1500.000

DEPENDENCIA: Administrativa

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

Organizar y registrar todos los movimientos financieros de la empresa. Para lo cual debe calcular el estado de resultados, hacer el cálculo de punto de equilibrio, hacer el cierre contable al finalizar el periodo.

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA Tecnólogo en administración del recurso humano.

3.2 EXPERIENCIA LABORAL 2 años de experiencia en cargos como jefe de recurso humano.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
Publicar las convocatorias para informar sobre los empleos disponibles	D	E
Entrevistar a las personas que se postulan al cargo	D	E
Verificar los candidatos para cada cargo que sean acordes al perfil requerido	D	E
Realizar las pruebas Psicotécnicas	D	C
Debe contactar al centro médico y programar los exámenes médicos de ingreso	D	A
Informar al gerente general de las novedades que se presenten con el personal	D	E
Supervisar las funciones realizadas por los empleados de la empresa	D	E
Programar las capacitaciones de los empleados	M	E
Gestionar y radicar las incapacidades que presenten los empleados	D	E
Reportar al contador las novedades para el pago de la nomina	D	C

Convenciones TIPO DE FUNCIÓN

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

PERIODICIDAD

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación	X		
2	Ambición profesional		X	
3	Análisis	X		
4	Aprendizaje	X		
5	Asertividad	X		

6	Autocontrol	X		
7	Autonomía	X		
8	Creatividad		X	
9	Delegación	X		
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad			X
12	Independencia		X	
13	Iniciativa	X		
14	Integridad	X		
15	Juicio	X		
16	Liderazgo	X		
17	Negociación y conciliación	X		
18	Orientación al servicio	X		
19	Persuasión	X		
20	Planificación y Organización	X		
21	Resolución de problemas	X		
22	Sensibilidad interpersonal	X		
23	Sociabilidad	X		
24	Toma de decisiones	X		
25	Trabajo bajo presión	X		
26	Trabajo en equipo	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle	X		
2	Atención al público		X	

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.2 TÉCNICAS				
3	Auto organización	X		
4	Comunicación no verbal		X	
5	Comunicación oral y escrita	X		
6	Disciplina	X		
7	Razonamiento numérico	X		
8	Sentido de Urgencia	X		

6. RESPONSABILIDADES		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
a.	Bienes y valores (¿cuáles?)		X	
b.	Información (¿cuál?)	X		
c.	Relaciones interpersonales (¿cuál?)	X		
d.	Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)	X		

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES		PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
		0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA					
a.	Posición Sedente				X
b.	Posición Bípeda	X			
c.	Posturas mantenidas				X
d.	Alternar posiciones		X		

e. Motricidad Gruesa				X
f. Motricidad Fina				X
g. Destreza Manual	X			
h. Levantamiento y Manejo de Cargas	X			
i. Velocidad de Reacción			X	
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				X
b. Producir información oral/escrita				X
c. Análisis de información				X
d. Emitir respuestas rápidas				X
e. Atención				X
f. Concentración				X
g. Repetitividad				X
h. Monotonía				X
i. Tareas de precisión viso motora			X	
j. Habilidad para solucionar problemas				X
k. Interpretación de signos y símbolos				X
l. Percepción causa - efecto				X
m. Valoración de la realidad				X
7.3 SENSOPERCEPCIÓN				
a. Percepción Visual				X
b. Percepción auditiva				X
c. Percepción gustativa	X			
d. Percepción olfatoria	X			
e. Percepción táctil		X		
f. Percepción / discriminación de detalles				X

g. Integración sensorial requerida				X
h. Diferenciación figura fondo				X
i. Relaciones espaciales	X			
j. Kinestésica	X			
k. Propiocepción	X			
l. Esterognosia	X			
m. Constancia de la forma	X			
n. Percepción del color	X			
o. Planificación motora	X			

Elaborado por: Recurso humano Revisado por: Gerente

Aprobado por: Gerente general Revisado Div. Nal. Salud Ocupacional por: _____

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 44. Descripción de cargo líder creativo

FECHA: 18/03/2022 SEDE: Santiago de Cali

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN: _____ CÓDIGO: _____

NIVEL: 1 ASIGNACIÓN SALARIAL: \$1500.000

DEPENDENCIA: Operativa

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

Desarrollar estrategias publicitarias efectivas y realizar propuestas creativas e innovadoras para cumplir con las expectativas de los clientes, con propuestas para la escenografía y las representaciones artísticas que deben ensayar los recreadores.

--

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA Tecnólogo en diseño gráfico.

3.2 EXPERIENCIA LABORAL 2 años de experiencia en cargos como jefe de recurso humano.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
Realizar propuestas publicitarias que cumplan con los requerimientos del cliente	D	E
Desarrollar estrategias innovadoras que permitan a la empresa ser líder	D	E
Diseñar espacios de promoción e interacción de los servicios de la empresa	D	E
Diseño de juegos específicos	D	E
Diseño de arte para campañas y eventos requeridos	D	E
Realizar benchmarking constante de la competencia	D	E
Investigar sobre servicios que estén a la vanguardia en el mercado de la recreación	D	A
Diseño de vestuario especial que identifique a la organización en los eventos	D	E

Actualización constante de la página web	D	E
Toma de Fotografías	D	E
Entrega y diseño de bocetos a persona de compras	D	E

Convenciones TIPO DE FUNCIÓN

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
PERIODICIDAD	Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)
			Trimestral (t)

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación	X		
2	Ambición profesional	X		
3	Análisis	X		
4	Aprendizaje	X		
5	Asertividad	X		
6	Autocontrol	X		
7	Autonomía	X		
8	Creatividad	X		
9	Delegación			X
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad		X	
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	X		
14	Integridad	X		
15	Juicio	X		
16	Liderazgo	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
17	Negociación y conciliación	X		
18	Orientación al servicio	X		
19	Persuasión	X		
20	Planificación y Organización	X		
21	Resolución de problemas	X		
22	Sensibilidad interpersonal	X		
23	Sociabilidad	X		
24	Toma de decisiones	X		
25	Trabajo bajo presión		X	
26	Trabajo en equipo	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle	X		
2	Atención al público	X		
3	Auto organización	X		
4	Comunicación no verbal	X		
5	Comunicación oral y escrita		X	
6	Disciplina	X		
7	Razonamiento numérico	X		
8	Sentido de Urgencia	X		

		NIVEL		
--	--	-------	--	--

6. RESPONSABILIDADES	ALTO	MEDIO	BAJO
a. Bienes y valores (¿cuáles?)	X		
b. Información (¿cuál?)	X		
c. Relaciones interpersonales (¿cuál?)	X		
d. Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)	X		

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES	PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
	0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA				
a. Posición Sedente			X	
b. Posición Bípeda				X
c. Posturas mantenidas		X		
d. Alternar posiciones			X	
e. Motricidad Gruesa		X		
f. Motricidad Fina	X			
g. Destreza Manual				X
h. Levantamiento y Manejo de Cargas	X			
i. Velocidad de Reacción				X
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				X
b. Producir información oral/escrita				X
c. Análisis de información				X
d. Emitir respuestas rápidas				X
e. Atención				X
f. Concentración				X

g. Repetitividad			X	
h. Monotonía		X		
i. Tareas de precisión viso motora			X	
j. Habilidad para solucionar problemas				X
k. Interpretación de signos y símbolos			X	
l. Percepción causa - efecto			X	
m. Valoración de la realidad				X
7.3 SENSOPERCEPCIÓN				
a. Percepción Visual				X
b. Percepción auditiva				X
c. Percepción gustativa	X			
d. Percepción olfatoria	X			
e. Percepción táctil				X
f. Percepción / discriminación de detalles				X
g. Integración sensorial requerida	X			
h. Diferenciación figura fondo	X			
i. Relaciones espaciales	X			
j. Kinestésica	X			
k. Propiocepción	X			
l. Esterognosia	X			
m. Constancia de la forma	X			
n. Percepción del color				X
o. Planificación motora			X	

Elaborado por: Recurso humano

Revisado por:

Gerente general

Aprobado por: Gerente general

Revisado Div. Nal. Salud Ocupacional por: _____

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 45. Descripción de cargo jefe de bodega y compras

FECHA: 18/03/2022

SEDE:

Santiago de Cali

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN:

CÓDIGO:

NIVEL: 1

ASIGNACIÓN SALARIAL: \$1400.000

DEPENDENCIA: Operativa

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

Verificar que todos los eventos tengas los insumos y material necesario para su pleno desarrollo. Almacenar de manera adecuada los trajes e implementos cuidando el buen estado de estos.

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA Tecnólogo logístico.

3.2 EXPERIENCIA LABORAL 2 años de experiencia en cargos logísticos.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
Mantener en óptimas condiciones el almacén de materiales	D	E
Compra de insumos	D	E
Enviar y recibir solicitudes de cotización a proveedores.	D	E
Realizar y ejecutar el programa de evaluación de proveedores	D	E
Incluir proveedores seleccionados en el listado maestro de proveedores	D	E
Alimentar el cuadro comparativo para compra de materiales con aspectos como precio, tiempo de entrega, forma de pago, entre otros y presentarlo a dirección financiera.	D	E
Conseguir proveedores o fabricantes potenciales, estableciendo contacto directo, vía telefónica o vía e-mail	D	E
Alimentar la base de datos de inventario	D	E
Informe de estado de material	D	E
Revisión de salida y entrada de materiales	D	A
Revisión semanal de estado de materiales despachados los fines de semana	D	A

Convenciones TIPO DE FUNCIÓN

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
PERIODICIDAD	Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)
			Trimestral (t)

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación	X		
2	Ambición profesional	X		
3	Análisis	X		
4	Aprendizaje	X		
5	Asertividad	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
6	Autocontrol	X		
7	Autonomía	X		
8	Creatividad	X		
9	Delegación			X
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad		X	
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	X		
14	Integridad	X		
15	Juicio	X		
16	Liderazgo	X		
17	Negociación y conciliación	X		
18	Orientación al servicio	X		
19	Persuasión	X		
20	Planificación y Organización	X		
21	Resolución de problemas	X		
22	Sensibilidad interpersonal	X		
23	Sociabilidad	X		
24	Toma de decisiones	X		
25	Trabajo bajo presión		X	
26	Trabajo en equipo	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO

5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle	X		
2	Atención al público	X		
3	Auto organización	X		
4	Comunicación no verbal	X		
5	Comunicación oral y escrita		X	
6	Disciplina	X		
7	Razonamiento numérico	X		
8	Sentido de Urgencia	X		

6. RESPONSABILIDADES	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
a. Bienes y valores (¿cuáles?)	X		
b. Información (¿cuál?)	X		
c. Relaciones interpersonales (¿cuál?)	X		
d. Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)	X		

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES	PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
	0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA				
a. Posición Sedente			X	
b. Posición Bípeda				X
c. Posturas mantenidas		X		
d. Alternar posiciones			X	
e. Motricidad Gruesa		X		

f. Motricidad Fina	X			
g. Destreza Manual				X
h. Levantamiento y Manejo de Cargas	X			
i. Velocidad de Reacción				X
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				X
b. Producir información oral/escrita				X
c. Análisis de información				X
d. Emitir respuestas rápidas				X
e. Atención				X
f. Concentración				X
g. Repetitividad			X	
h. Monotonía		X		
i. Tareas de precisión viso motora			X	
j. Habilidad para solucionar problemas				X
k. Interpretación de signos y símbolos			X	
l. Percepción causa - efecto			X	
m. Valoración de la realidad				X
7.3 SENSO PERCEPCIÓN				
a. Percepción Visual				X
b. Percepción auditiva				X
c. Percepción gustativa	X			
d. Percepción olfatoria	X			
e. Percepción táctil				X
f. Percepción / discriminación de detalles				X
g. Integración sensorial requerida	X			

h. Diferenciación figura fondo	X			
i. Relaciones espaciales	X			
j. Kinestésica	X			
k. Propiocepción	X			
l. Esterognosia	X			
m. Constancia de la forma	X			
n. Percepción del color				X
o. Planificación motora			X	

Elaborado por: Recurso humano

Revisado por:

Gerente general

Aprobado por: Gerente general

Revisado Div. Nal. Salud Ocupacional
por:

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 46. Descripción de cargo coordinador de recreación

FECHA: 18/03/2022

SEDE:

Santiago de Cali

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN:

CÓDIGO:

NIVEL: 1

ASIGNACIÓN SALARIAL: \$1.200.000

DEPENDENCIA: Operativa

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

Organiza los horarios en el respectivo cronograma para cumplir con los eventos contratados, además coordina que el transporte para personal que labora en el evento este justo a disponible tiempo. Velar por el excelente desarrollo de los servicios realizados por la organización.

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA Tecnólogo en artes plásticas.

3.2 EXPERIENCIA LABORAL 2 años de experiencia en programas culturales y dirección de eventos.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
Programación de recreadores	D	E
Recrear eventos asignados entre semana	D	E
Coordinar eventos fines de semana	D	C
Registro fotográfico de eventos realizados entre semana y fines de semana	D	E
Evaluación de ascenso de recreadores	D	E
Gestión de programa de capacitación recreadores	D	E
Apoyo en selección de personal para recreación	D	E
Confirmación de eventos	D	E
Actividades de bienestar para los recreadores	D	E
Innovación constante en actividades recreativas	D	E
Informe de evaluación de recreadores	D	E

Convenciones TIPO DE FUNCIÓN

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

PERIODICIDAD

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación	X		
2	Ambición profesional		X	
3	Análisis	X		
4	Aprendizaje	X		
5	Asertividad	X		
6	Autocontrol	X		
7	Autonomía	X		
8	Creatividad	X		
9	Delegación			X
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad		X	
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	X		
14	Integridad	X		
15	Juicio	X		
16	Liderazgo	X		
17	Negociación y conciliación	X		
18	Orientación al servicio	X		
19	Persuasión	X		
20	Planificación y Organización	X		
21	Resolución de problemas	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
22	Sensibilidad interpersonal	X		
23	Sociabilidad	X		
24	Toma de decisiones	X		
25	Trabajo bajo presión		X	
26	Trabajo en equipo	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle	X		
2	Atención al público	X		
3	Auto organización		X	
4	Comunicación no verbal	X		
5	Comunicación oral y escrita	X		
6	Disciplina	X		
7	Razonamiento numérico	X		
8	Sentido de Urgencia	X		

6. RESPONSABILIDADES		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
a.	Bienes y valores (¿cuáles?)	X		

b. Información (¿cuál?)	X		
c. Relaciones interpersonales (¿cuál?)	X		
d. Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)	X		

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES	PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
	0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA				
a. Posición Sedente		X		
b. Posición Bípeda				X
c. Posturas mantenidas		X		
d. Alternar posiciones			X	
e. Motricidad Gruesa		X		
f. Motricidad Fina	X			
g. Destreza Manual				X
h. Levantamiento y Manejo de Cargas	X			
i. Velocidad de Reacción				X
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				X
b. Producir información oral/escrita				X
c. Análisis de información				X
d. Emitir respuestas rápidas				X
e. Atención				X

f. Concentración				X
g. Repetitividad			X	
h. Monotonía	X			
i. Tareas de precisión viso motora			X	
j. Habilidad para solucionar problemas				X
k. Interpretación de signos y símbolos			X	
l. Percepción causa - efecto			X	
m. Valoración de la realidad				X
7.3 SENSOPERCEPCIÓN				
a. Percepción Visual				X
b. Percepción auditiva				X
c. Percepción gustativa	X			
d. Percepción olfatoria	X			
e. Percepción táctil				X
f. Percepción / discriminación de detalles				X
g. Integración sensorial requerida	X			
h. Diferenciación figura fondo	X			
i. Relaciones espaciales	X			
j. Kinestésica	X			
k. Propiocepción	X			
l. Esterognosia	X			
m. Constancia de la forma	X			
n. Percepción del color				X
o. Planificación motora			X	

Elaborado por: Recurso humano

Revisado por:

Gerente general

Aprobado por: Gerente general

Revisado Div. Nal. Salud Ocupacional
por:

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 47. Descripción de cargo recreator

FECHA: 18/03/2022

SEDE: Santiago de Cali

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN:

CÓDIGO:

NIVEL: 1

ASIGNACIÓN SALARIAL: \$60.000 x evento

DEPENDENCIA: Operativa

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

Ejecutar los programas recreativos que estén a su cargo de manera eficiente.

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA Bachiller.

3.2 EXPERIENCIA LABORAL 2 años de experiencia en recreación de eventos.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES		
FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
Desarrollar el paquete recreativo programado	D	E
Buena atención al cliente	D	E
Recoger material requerido para el evento	D	E
Entregar el material suministrado completo y en óptimas condiciones	D	E
Cumplir con los lineamientos del programa ofrecido por la empresa	D	E
Velar por la buena presentación personal	D	E
Hacer firmar el contrato por parte del cliente con la evaluación del servicio	D	E
Recibir el pago por los servicios realizados cuando sea necesario	D	E
Entregar los pagos recibidos al coordinador	D	E
Informar las fortalezas y debilidades del evento	D	E
Actuar de forma oportuna si se presenta cualquier inconveniente durante el evento	D	C
Entregar publicidad de la empresa al finalizar cada evento	D	E

Convenciones TIPO DE FUNCIÓN

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
PERIODICIDAD	Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m) Trimestral (t)

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle	X		
2	Atención al público	X		
3	Auto organización		X	

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.2 TÉCNICAS				
4	Comunicación no verbal	X		
5	Comunicación oral y escrita	X		
6	Disciplina	X		
7	Razonamiento numérico		X	
8	Sentido de Urgencia	X		

6. RESPONSABILIDADES		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
a.	Bienes y valores (¿cuáles?)		X	
b.	Información (¿cuál?)	X		
c.	Relaciones interpersonales (¿cuál?)	X		
d.	Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)		X	

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES		PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
		0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA					
a.	Posición Sedente		X		
b.	Posición Bípeda				X
c.	Posturas mantenidas		X		
d.	Alternar posiciones			X	
e.	Motricidad Gruesa		X		
f.	Motricidad Fina	X			
g.	Destreza Manual				X

h. Levantamiento y Manejo de Cargas	X			
i. Velocidad de Reacción				X
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				X
b. Producir información oral/escrita				X
c. Análisis de información				X
d. Emitir respuestas rápidas				X
e. Atención				X
f. Concentración				X
g. Repetitividad			X	
h. Monotonía	X			
i. Tareas de precisión viso motora			X	
j. Habilidad para solucionar problemas				X
k. Interpretación de signos y símbolos			X	
l. Percepción causa - efecto			X	
m. Valoración de la realidad				X
7.3 SENSO PERCEPCIÓN				
a. Percepción Visual				X
b. Percepción auditiva				X
c. Percepción gustativa	X			
d. Percepción olfatoria	X			
e. Percepción táctil				X
f. Percepción / discriminación de detalles				X
g. Integración sensorial requerida	X			
h. Diferenciación figura fondo	X			
i. Relaciones espaciales	X			

j. Kinestésica	X			
k. Propiocepción	X			
l. Esterognosia	X			
m. Constancia de la forma	X			
n. Percepción del color				X
o. Planificación motora			X	

Elaborado por: Recurso humano

Revisado por:

Gerente general

Aprobado por: Gerente general

Revisado Div. Nal. Salud Ocupacional
por:

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 48. Descripción de cargo asesor comercial

FECHA: 18/03/2022

SEDE: Santiago de Cali

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN:

CÓDIGO:

NIVEL: 1

ASIGNACIÓN SALARIAL: \$1.300.000

DEPENDENCIA: Comercial

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

Cumplir con las metas de ventas mensuales estipuladas por la organización, prestar atención personalizada y de manera virtual a los posibles clientes, ofrecer los servicios de recreación que tiene la empresa Mundo Arte recreación. Además, el asesor comercial visita al cliente con el fin de consultarle al cliente el plan que va a elegir y preguntarle al niño todo lo relacionado con la temática de desea para su fiesta.

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA Bachiller-Técnico.

3.2 EXPERIENCIA LABORAL 2 años de experiencia estrategias de ventas y marketing.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
Realizar cotizaciones	D	E
Asesoría de Clientes telefónica y presencial	D	E
Seguimiento de cotizaciones	D	A
Control de calidad de eventos mediante seguimiento al cliente	D	C
Elaboraciones facturas	D	E
Diligenciamiento de contratos	D	E
Diligenciar planilla de especificaciones del servicio (Pece)	D	E
Verificar la evaluación del servicio (Gestión postventa)	D	C
Relación de informe semanales de eventos al coordinador de recreación	D	E
Elaboración de Planilla de insumos para el desarrollo de los eventos	D	E
Elaboración de propuestas comerciales básicas	D	E

Convenciones TIPO DE FUNCIÓN

PERIODICIDAD

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación	X		
2	Ambición profesional		X	
3	Análisis	X		
4	Aprendizaje	X		
5	Asertividad	X		
6	Autocontrol	X		
7	Autonomía	X		
8	Creatividad	X		
9	Delegación			X
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad		X	
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	X		
14	Integridad	X		
15	Juicio	X		
16	Liderazgo		X	
17	Negociación y conciliación	X		
18	Orientación al servicio	X		
19	Persuasión	X		
20	Planificación y Organización	X		
21	Resolución de problemas	X		
22	Sensibilidad interpersonal	X		
23	Sociabilidad	X		
24	Toma de decisiones	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
25	Trabajo bajo presión		X	
26	Trabajo en equipo	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle	X		
2	Atención al público	X		
3	Auto organización		X	
4	Comunicación no verbal	X		
5	Comunicación oral y escrita	X		
6	Disciplina	X		
7	Razonamiento numérico		X	
8	Sentido de Urgencia	X		

6. RESPONSABILIDADES		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
a.	Bienes y valores (¿cuáles?)	X		
b.	Información (¿cuál?)	X		
c.	Relaciones interpersonales (¿cuál?)	X		
d.	Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)		X	

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES	PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
	0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA				
a. Posición Sedente			X	
b. Posición Bípeda		X		
c. Posturas mantenidas	X			
d. Alternar posiciones			X	
e. Motricidad Gruesa		X		
f. Motricidad Fina	X			
g. Destreza Manual				X
h. Levantamiento y Manejo de Cargas	X			
i. Velocidad de Reacción				X
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				X
b. Producir información oral/escrita				X
c. Análisis de información				X
d. Emitir respuestas rápidas				X
e. Atención				X
f. Concentración				X
g. Repetitividad		X		
h. Monotonía	X			
i. Tareas de precisión viso motora			X	
j. Habilidad para solucionar problemas				X
k. Interpretación de signos y símbolos			X	
l. Percepción causa - efecto			X	
m. Valoración de la realidad				X

7.3 SENSO PERCEPCIÓN				
a. Percepción Visual				X
b. Percepción auditiva				X
c. Percepción gustativa	X			
d. Percepción olfatoria	X			
e. Percepción táctil				X
f. Percepción / discriminación de detalles				X
g. Integración sensorial requerida	X			
h. Diferenciación figura fondo	X			
i. Relaciones espaciales	X			
j. Kinestésica	X			
k. Propiocepción	X			
l. Esterognosia	X			
m. Constancia de la forma	X			
n. Percepción del color				X
o. Planificación motora			X	

Elaborado por: Recurso humano

Revisado por:

Gerente general

Aprobado por: Gerente general

Revisado Div. Nal. Salud Ocupacional
por:

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 49. Descripción de cargo asesor de servicio al cliente

FECHA: 18/03/2022

SEDE: Santiago de Cali

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

DENOMINACIÓN:

CÓDIGO:

NIVEL: 1

ASIGNACIÓN SALARIAL: \$1.200.000

DEPENDENCIA: Comercial

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

Cumplir con las metas de ventas mensuales estipuladas por la organización, prestar atención personalizada, ofrecer los servicios de recreación que tiene la empresa Mundo Arte recreación. Además, se encarga de consultarle al cliente el plan que va a elegir y preguntarle al niño todo lo relacionado con la temática de desea para su fiesta.

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA Bachiller-Técnico.

3.2 EXPERIENCIA LABORAL 2 años de experiencia estrategias de ventas y marketing.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO
Realizar cotizaciones	D	E
Asesoría de Clientes telefónica y presencial	D	E
Seguimiento de cotizaciones	D	A
Control de calidad de eventos mediante seguimiento al cliente	D	C
Elaboraciones facturas	D	E

Diligenciamiento de contratos	D	E
Diligenciar planilla de especificaciones del servicio (Pece)	D	E
Verificar la evaluación del servicio (Gestión postventa)	D	C
Relación de informe semanales de eventos al coordinador de recreación	D	E
Elaboración de Planilla de insumos para el desarrollo de los eventos	D	E
Elaboración de propuestas comerciales básicas	D	E

Convenciones TIPO DE FUNCIÓN

Ejecución (e)	Análisis (a)	Dirección (d)	Control (c)
Ocasional (o)	Diaria (d)	Mensual (m)	Trimestral (t)

PERIODICIDAD

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
1	Adaptación	X		
2	Ambición profesional		X	
3	Análisis	X		
4	Aprendizaje	X		
5	Asertividad	X		
6	Autocontrol	X		
7	Autonomía	X		
8	Creatividad	X		
9	Delegación			X
10	Dinamismo	X		
11	Flexibilidad		X	
12	Independencia	X		
13	Iniciativa	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.1 GENERALES				
14	Integridad	X		
15	Juicio	X		
16	Liderazgo		X	
17	Negociación y conciliación	X		
18	Orientación al servicio	X		
19	Persuasión	X		
20	Planificación y Organización	X		
21	Resolución de problemas	X		
22	Sensibilidad interpersonal	X		
23	Sociabilidad	X		
24	Toma de decisiones	X		
25	Trabajo bajo presión		X	
26	Trabajo en equipo	X		

5. COMPETENCIAS		NIVEL		
		ALTO	MEDIO	BAJO
5.2 TÉCNICAS				
1	Atención al detalle	X		
2	Atención al público	X		
3	Auto organización		X	
4	Comunicación no verbal	X		
5	Comunicación oral y escrita	X		
6	Disciplina	X		

7	Razonamiento numérico		X	
8	Sentido de Urgencia	X		

6. RESPONSABILIDADES	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
a. Bienes y valores (¿cuáles?)	X		
b. Información (¿cuál?)	X		
c. Relaciones interpersonales (¿cuál?)	X		
d. Dirección y coordinación (¿de qué nivel jerárquico?)		X	

7. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES	PORCENTAJE DE LA JORNADA LABORAL			
	0 - 25%	26 - 50%	51 - 75%	76 - 100%
7.1 CARGA FÍSICA				
a. Posición Sedente			X	
b. Posición Bípeda		X		
c. Posturas mantenidas	X			
d. Alternar posiciones			X	
e. Motricidad Gruesa		X		
f. Motricidad Fina	X			
g. Destreza Manual				X
h. Levantamiento y Manejo de Cargas	X			
i. Velocidad de Reacción				X
7.2 CARGA MENTAL				
a. Recibir información oral/escrita				X
b. Producir información oral/escrita				X

c. Análisis de información				X
d. Emitir respuestas rápidas				X
e. Atención				X
f. Concentración				X
g. Repetitividad		X		
h. Monotonía	X			
i. Tareas de precisión viso motora			X	
j. Habilidad para solucionar problemas				X
k. Interpretación de signos y símbolos			X	
l. Percepción causa - efecto			X	
m. Valoración de la realidad				X
7.3 SENSO PERCEPCIÓN				
a. Percepción Visual				X
b. Percepción auditiva				X
c. Percepción gustativa	X			
d. Percepción olfatoria	X			
e. Percepción táctil				X
f. Percepción / discriminación de detalles				X
g. Integración sensorial requerida	X			
h. Diferenciación figura fondo	X			
i. Relaciones espaciales	X			
j. Kinestésica	X			
k. Propiocepción	X			
l. Esterognosia	X			
m. Constancia de la forma	X			
n. Percepción del color				X

o. Planificación motora			X	
Elaborado por:	Recurso humano	Revisado por:	Gerente general	
Aprobado por:	Gerente general	Revisado Div. Nal. Salud Ocupacional por:		

Fuente: Elaboración propia

4.8 ANÁLISIS LEGAL, AMBIENTAL Y SOCIAL

4.8.1 Tipo de sociedad. La empresa de recreación Mundo Arte, la cual pertenece al sector servicios, será constituida como una Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S, teniendo en cuenta que esta permite crear sociedades desde uno a más socios y tiene más beneficios para la empresa.

En base a que los socios de la empresa son tres, se dividirán las acciones de la siguiente manera. El gerente general y socio mayoritario que es el señor Edgar Fabián Cortes Chacón posee el 50% de las acciones, por consiguiente, la señora María del Mar Velasco Dueñas tiene una participación del 25% de las acciones de la empresa, y el 25% restante de las acciones son de la señora Viviana Marcela Ospina Erazo, los mismos se comprometen a cumplir con los requisitos exigidos en el estatuto tributario, en el artículo 437 del párrafo 3 donde expresa que.

“Nota 1. Parágrafo 3. Deberán registrarse como responsables del IVA quienes realicen actividades gravadas con el impuesto, con excepción de las personas naturales comerciantes y los artesanos, que sean minoristas o detallistas, los pequeños agricultores y los ganaderos, así como quienes presten servicios, siempre y cuando cumplan la totalidad de las siguientes condiciones:

- *Que en el año anterior o en el año en curso hubieren obtenido ingresos brutos totales provenientes de la actividad, inferiores a 3.500 UVT.*

- *Que no tengan más de un establecimiento de comercio, oficina, sede, local o negocio donde ejerzan su actividad.*
- *Que en el establecimiento de comercio, oficina, sede, local o negocio no se desarrollen actividades bajo franquicia, concesión, regalía, autorización o cualquier otro sistema que implique la explotación de intangibles.*
- *Que no sean usuarios aduaneros.*
- *Que no hayan celebrado en el año inmediatamente anterior ni en el año en curso contratos de venta de bienes y/o prestación de servicios gravados por valor individual, igual o superior a 3.500 UVT.*
- *Que el monto de sus consignaciones bancarias, depósitos o inversiones financieras durante el año anterior o durante el respectivo año, provenientes de actividades gravadas con el impuesto sobre las ventas – IVA, no supere la suma de 3.500 UVT” (Estatuto Tributario Nacional, 2012, Art. 437, p. 1).*

4.8.2 Procedimientos para la conformación de la sociedad. Se procede a seguir los siguientes pasos para formalizar la empresa Mundo Arte Recreación.

Se realiza la respectiva verificación del nombre de la empresa en la página de la Cámara de Comercio de Colombia, con el fin de corroborar que el nombre que se le desea poner a la empresa no haya sido inscrito anteriormente en la Cámara de Comercio del país, Además *“existe homonimia cuando figura registrado un nombre **idéntico** al que se pretenda registrar o modificar, sin tener en cuenta el tipo societario o de entidad. Por lo tanto, no habrá homonimia cuando dos o más nombres sean **similares** a otro ya registrado.”* (Cámara de Comercio de Cali, 2018-2019, párr. 1-3).

“Para la inscripción en la Cámara de Comercio de Cali, se organizan los siguientes documentos:

Cedula de ciudadanía de los 3 socios de la empresa, formulario de solicitud inscripción, formulario RUES, pre-RUT, certificación para acreditar requisitos de la

Ley 1780 de 2016, si cumples con el artículo 2 de la Ley en mención, carta de aceptación de cargos.

Solicitar la inscripción en el Rut, para lo cual se presentara la copia de la cedula del representante legal y el documento de la inscripción en la Cámara de Comercio de Cali.

Tramitar en las oficinas de la Alcaldía de Cali la solicitud para la visita de secretaria de salud municipal, para acreditar el cumplimiento de las normas de salubridad.” (Cámara de Comercio de Cali, 2020, párr. 6-10)

Solicitar la inspección de los Bomberos de Santiago de Cali, al siguiente correo programacioninspecciones@bomberoscali.org, con el fin de tramitar la respectiva inspección para el certificado de Bomberos, para lo cual se presentan los siguientes documentos:

Rut actualizado, copia del certificado de existencia y representación legal, realizar pago parcial de \$50.000 por los derechos de inspección técnica (efectivo o tarjeta de crédito/débito).

Luego de la visita el bomberos la entidad procede a realizar la liquidación y se debe pagar haciendo una consignación bancaria a la cuenta del Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cali.

4.8.3 Aspectos de la legislación urbana. La empresa cumple con los requisitos y lineamientos legales, lo que le permite desarrollar con normalidad la actividad de la empresa en diferentes espacios donde se preste el servicio. Para esto fue necesario que tuviera toda la documentación en regla, desde la inscripción de Rut ante la Dian, hasta el registro de la compañía en la Cámara de Comercio.

4.8.4 Análisis ambiental. Este análisis permite estimar el impacto ambiental que tiene desarrollar el producto o servicio, al ser una empresa de recreación y show

infantiles no se realizan procesos de producción de un bien que afecte el medio ambiente, se ofrece un servicio que no tiene ninguna implicación ambiental.

Sin embargo, en parte de los shows el propósito es crear conciencia por medio del arte y expresiones teatrales de forma dinámica e interactiva donde los niños puedan entender el cuidado y la preservación del medio ambiente.

4.8.5 Análisis social. En el siguiente cuadro se realiza el análisis social de acuerdo con el servicio de recreación infantil que se pretende ofrecer.

Cuadro 50. Análisis social

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
Efectos positivos y negativos para los jóvenes	(Generación de empleo) La empresa le dará la oportunidad a jóvenes entre los 17 y 25 años para que se vinculen laborando con sus diferentes talentos
Efectos positivos y negativos para los jóvenes	Se realizará capacitaciones de recreación, Arte, danza, teatro, actuación entre otras... con la oportunidad que jóvenes puedan desempeñar sus talentos en eventos recreativos de fiestas infantiles, Inversión de tiempo en tareas productivas.
Efectos positivos y negativos para Madre cabeza de familia (Costureras)	La empresa generara empleo a madre cabezas de familia que se dediquen a la costura, contratando sus servicios para elaborar los vestuarios con las diferentes temáticas requeridas.
Posibilidades de rechazo o apoyo de la comunidad	La aceptación del servicio es buena ya que directamente va dirigido a los niños, con recreación y shows de gran impacto, que no solo divierten si no que educan y dejan un mensaje positivo para la sociedad, construyendo y fortaleciendo valores humanos por medio del juego y la lúdica

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
Servicios adicionales que la empresa demanda de la comunidad.	Aceptación de los servicios prestados por la empresa de recreación.

Fuente: Elaboración propia

4.8.6 Análisis de valores personales.

A continuación, se describen

los valores empresariales de la compañía.

Cuadro 51. Análisis de valores personales

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
¿Se acopla o no la empresa a los valores éticos y morales del grupo empresarial?	Se ajusta completamente con fuertes principios éticos y morales.
¿Puede la empresa tener rechazo de la comunidad por ir en contra de valores éticos o morales de la misma	Respeto toda diversidad de acuerdo con los lineamientos éticos y morales de cada comunidad
¿puede tener efectos la empresa en otras empresas	La empresa tiene un factor innovador creativo que en el mercado revoluciona las tendencias actuales
¿Puede la empresa tener posibles desacuerdos con los socios	Es posible que se de en casos donde no se cumplan las metas o la labor comercial no de los resultados esperados
¿La empresa tiene un programa de valores establecido para un buen ambiente laboral	En la empresa prima el respeto, la empatía, honestidad la colaboración y el trabajo en equipo, elementos claves para un buen ambiente laboral

Fuente: Elaboración propia

5 ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 INVERSIÓN INICIAL

Como se puede observar en la siguiente tabla la inversión inicial corresponde a todos los materiales y equipos que se necesitan para la ejecución de las actividades de la empresa Mundo Arte Recreación, lo cual da una inversión inicial \$ 523.228.948 pesos y un capital de trabajo \$ 28.209.448.

Cuadro 52. Inversión inicial

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	2	389.000	778.000
Sillas Ergonómicas	2	249.000	498.000
Sala de espera	1	829.000	829.000
Archivador	1	519.000	519.000
Televisor	1	1.200.000	1.200.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			3.824.000
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS			
Trajes de Artistas	50	650.000	32.500.000
Luces	20	450.000	9.000.000
Equipos de sonido	10	4.500.000	45.000.000
Juegos de feria	20	800.000	16.000.000
Inflables	15	7.800.000	117.000.000
Botargas	50	4.700.000	235.000.000
Teatrino	20	450.000	9.000.000
Títeres	60	200.000	12.000.000

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS			475.500.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN			
Celular Corporativo	1	1.619.900	1.619.900
Computador portátil	2	1.669.000	3.338.000
Impresora	1	879.000	879.000
			0
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN			5.836.900
TOTAL ACTIVOS FIJO			485.160.900
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Registro Mercantil Cámara de Comercio	1	1.525.000	1.525.000
Notaria	1	10.900	10.900
Dian	1	0	0
Dagma	1	1.235.000	1.235.000
Uso de suelos	1	9.000	9.000
Sayco Acinpro	1	1.000.000	1.000.000
Bomberos	1	450.000	450.000
TOTAL DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN			4.229.900
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Cafetera	1	269.900	269.900
			0
Teléfono			0
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			269.900
ACTIVOS INTANGIBLES			
Software CG1	1	1.400.000	1.400.000

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Antivirus	2	79.900	159.800
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			1.559.800
ADECUACIONES			
Construcción		0	0
Obra gris y blanca		2.306.000	0
TOTAL ADECUACIONES			0
PUBLICIDAD PRE OPERATIVA			
Evento de apertura	1	2.000.000	2.000.000
Volantes paquete x 1000	1	154.000	154.000
Tarjetas de representación paquete x 1000	1	145.000	145.000
TOTAL PUBLICIDAD PRE OPERATIVA			2.299.000
SEGUROS			
Póliza todo riesgo	1	1.500.000	1.500.000
TOTAL SEGUROS			1.500.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			9.858.600
CAPITAL DE TRABAJO			
Nominas	1	22.818.060	22.818.060
Gastos de Administración	1	2.319.280	2.319.280
Gastos de Ventas	1	2.372.108	2.372.108
Inventarios	1	700.000	700.000
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			28.209.448
TOTAL INVERSIÓN			523.228.948
% De Inversión a Financiar			35,00%
INVERSIÓN A FINANCIAR			183.130.132
Meses a Diferir			12
VALOR DIFERIDO MENSUAL			821.550

Fuente: Elaboración propia.

5.2 PARÁMETROS

5.2.1 Parámetros económicos. En los siguientes cuadros se dará a conocer los indicadores económicos y laborales que se tendrán en cuenta para realizar las proyecciones del proyecto, partiendo de lo que es el año 2021.

Cuadro 53. Parámetros económicos

ÍTEM	AÑO (2018)	AÑO (2019)	AÑO (2020)	AÑO (2021)	AÑO5 (2022)
IPC (%)	3,18%	3,80%	3,49%	3,65%	3,57%
TRM (%)	2.984	3.208	3.683	3445,50	3564,25
VARIACIÓN DE LA TRM /%)	10,10%	7,51%	14,81%	-6,45%	3,45%
INCREMENTO % EN PRECIOS	3,18%	3,80%	3,49%	3,65%	3,57%
INCREMENTO % EN COSTOS	3,18%	3,80%	3,49%	3,65%	3,57%
INCREMENTO % EN UNIDADES	3,58%	3,58%	3,58%	3,58%	3,58%
IMPUESTO DE RENTA (%)	33,00%	33,00%	32,00%	32,50%	32,25%
IVA (%)	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
INC (%)	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
ICA (TARIFA X MIL)	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
RESERVA LEGAL (%)	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%
DESCUENTOS (%)	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%
TRM AÑO					

Fuente: Elaboración propia

5.2.2 Parámetros laborales.

Cuadro 54. Parámetros laborales

ÍTEM	AÑO 2021
SMMLV (\$)	1.000.000
AUXILIO TRANSPORTE (\$)	117.172
CESANTÍAS (%)	8,33%
INTERESE A LAS CESANTÍAS (%)	1,00%
PRIMAS	8,33%
VACACIONES	4,17%
SALUD (%)	8,50%
PENSIONES (%)	12,00%
ARL (%)	0,5226%
ARL PARA OPERATIVA (%)	2,4360%
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	4,00%
ICBF (%)	3,00%
SENA (%)	2,00%

Fuente: Elaboración propia

5.2.3 Parámetros de gastos. Las proyecciones de los gastos de administración y ejecución de actividades se realizan por un periodo de 12 meses (año 2021).

Cuadro 55. Parámetros de gastos

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL AJUSTADO		%
ADMINISTRACIÓN				ADMINISTRACIÓN	35,00%
Arriendo	1	1.300.000	1.341.340	PRODUCCIÓN	65,00%

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL AJUSTADO		%
Servicios Públicos	1	300.000	309.540		
Servicio de Gas	1	30.000	30.954	ADMINISTRACIÓN	
Servicio Telefónico, Internet y Parabólica	1	120.000	123.816	Arriendo	469.469
Celulares	1	140.000	144.452	Servicios Públicos	108.339
Honorarios Contador	1	950.000	980.210	Servicio de Gas	10.834
Servicios de Vigilancia	1	0	0		
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA					
Azúcar (Libras)	2	7.600	15.683	PRODUCCIÓN	
Café (Libras)	2	1.900	3.921	Arriendo	871.871
Vasos Desechables (Paquetes X 50)	1	3.500	3.611	Servicios Públicos	201.201
Escoba	1	5.000	5.159	Servicio de Gas	20.120
Trapero	1	4.500	4.643	Mantenimiento Equipos	0
Recogedor	1	7.000	7.223	Reposición de herramientas	0
Bolsa de basura	12	1.000	12.382	TOTAL	1.093.192
Jabón de loza	1	4.800	4.953		
Jabón de manos	1	5.000	5.159		
Ambientador	1	6.200	6.397		
Limpia pisos	1	3.000	3.095		
Papel higiénico	12	1.200	14.858		
TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA			87.084		
ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA					
Resmas de Papel Tamaño Carta	3	10.000	30.954		

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL AJUSTADO		%
Carpeta legajadoras	2	9.100	18.779		
Papel fotográfico	3	10.900	33.740		
Cuaderno de contabilidad	1	11.200	11.556		
Recibos de caja	2	3.000	6.191		
Talonarios de facturación	2	2.000	4.127		
Lapiceros caja x 15	1	16.100	16.612		
Resaltadores	3	3.700	11.453		
Grapadora	2	17.000	35.081		
Caja de grapas	2	4.800	9.905		
Tinta de impresora	3	70.000	216.678		
TOTAL ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA			395.076		
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			3.412.472		
VENTAS					
Gastos de Representación	0	300.000	0		
Evento apertura	1	2.000.000	2.063.600		
Volantes paquete x 1000	1	154.000	158.897		
Tarjetas de representación paquete x 1000	1	145.000	149.611		
TOTAL GASTOS VENTAS			2.372.108		
TOTAL GASTOS			5.784.580		

Fuente: Elaboración propia

5.3 BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

En el siguiente cuadro se dará a conocer lo que es el proyecto sin tener que realizar un préstamo a alguna entidad financiera, teniendo en cuenta o tomando como referencia la inversión inicial.

Activo Corriente 42.92%

Activo Fijo 57.08%

Desde el lado izquierdo del balance No existe una exagerada concentración en activos fijos, se tiende a un equilibrio entre dos rubros, lo cual es bien explicable en una empresa prestación servicios. En la cual las instalaciones implican costos elevados y la inversión en inventarios tiende a ser ausente.

Pasivo Corriente 11.48%

Pasivo No Corriente 0%

Patrimonio 88.52%

Total Pasivo y Patrimonio 100%

Por su parte a la derecha del balance se encuentra la política de financiación de la empresa, se encuentra un predominio muy importante del patrimonio. Esto significa una sana política de financiamiento, donde los acreedores en total solo son dueños del 11.48% de la empresa y los accionistas por su parte poseen el 88.52%. Además, se nota que la participación de los pasivos corrientes es relativamente baja (11.48%), comparada con la participación de los activos corrientes 42.92%, esto indica que la empresa tiene en el corto plazo un mayor valor que las exigibilidades en el mismo periodo de tiempo.

Cuadro 56. Balance general proyectado sin financiación en pesos

	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja bancos	28.209.448	290.922.192	498.572.455	718.885.771	956.722.316	1.211.960.468
Cuentas x Cobrar o Deudores	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	28.209.448	290.922.192	498.572.455	718.885.771	956.722.316	1.211.960.468
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	3.824.000	3.824.000	3.824.000	3.824.000	3.824.000	3.824.000
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS	475.500.000	475.500.000	475.500.000	475.500.000	475.500.000	475.500.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	5.836.900	5.836.900	5.836.900	5.836.900	5.836.900	5.836.900
(-)Depreciación Acumulada	0	98.320.300	196.640.600	294.960.900	390.060.900	485.160.900
TOTAL ACTIVOS FIJOS	485.160.900	386.840.600	288.520.300	190.200.000	95.100.000	0
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	9.858.600	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.858.600	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	495.019.500	386.840.600	288.520.300	190.200.000	95.100.000	0
TOTAL ACTIVOS	523.228.948	677.762.792	787.092.755	909.085.771	1.051.822.316	1.211.960.468
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas x Pagar o Acreedores	0	0	0	0	0	0
Cesantías x Pagar	0	4.117.172	4.273.625	4.422.774	4.583.984	4.747.518
Intereses a las Cesantías x Pagar	0	494.061	512.835	530.733	550.078	569.702
Impuesto de Renta x Pagar	0	37.778.906	47.609.154	55.008.964	64.205.087	72.920.186
IVA / INC x Pagar	0	24.886.180	26.756.433	28.681.327	30.790.747	33.030.592
ICA x Pagar	0	10.554.897	11.348.121	12.164.520	13.059.182	14.009.160
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	77.831.215	90.500.168	100.808.318	113.189.079	125.277.157
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones Financieras	0					

	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Leasing Financiero	0					
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS	0	77.831.215	90.500.168	100.808.318	113.189.079	125.277.157
PATRIMONIO						
Capital Social	523.228.948	523.228.948	523.228.948	523.228.948	523.228.948	523.228.948
Utilidad Acumulada	0	65.197.234	147.359.092	242.291.229	353.093.645	478.936.208
Reserva Legal Acumulada	0	11.505.394	26.004.546	42.757.276	62.310.643	84.518.154
TOTAL PATRIMONIO	523.228.948	599.931.576	696.592.586	808.277.453	938.633.237	1.086.683.310
PASIVO + PATRIMONIO	523.228.948	677.762.792	787.092.755	909.085.771	1.051.822.316	1.211.960.468

Fuente: Elaboración propia

5.4 BALANCE GENERAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS

En el siguiente balance inicial se tendrá en cuenta la financiación que se realizará que estará representada en los pasivos de esta cuenta, teniendo como referencia la inversión inicial.

Cuadro 57. Balance general inicial con financiación en pesos

	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja bancos	28.209.448	233.309.939	394.450.101	566.565.286	754.155.429	956.661.795
Cuentas x Cobrar o Deudores	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	28.209.448	233.309.939	394.450.101	566.565.286	754.155.429	956.661.795
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	3.824.000	3.824.000	3.824.000	3.824.000	3.824.000	3.824.000
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS	475.500.000	475.500.000	475.500.000	475.500.000	475.500.000	475.500.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACION	5.836.900	5.836.900	5.836.900	5.836.900	5.836.900	5.836.900

	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-)Depreciación Acumulada	0	98.320.300	196.640.600	294.960.900	390.060.900	485.160.900
TOTAL ACTIVOS FIJOS	485.160.900	386.840.600	288.520.300	190.200.000	95.100.000	0
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	9.858.600	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.858.600	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	495.019.500	386.840.600	288.520.300	190.200.000	95.100.000	0
TOTAL ACTIVOS	523.228.948	620.150.539	682.970.401	756.765.286	849.255.429	956.661.795
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas x Pagar o Acreedores	0	0	0	0	0	0
Cesantías x Pagar	0	4.117.172	4.273.625	4.422.774	4.583.984	4.747.518
Intereses a las Cesantías x Pagar	0	494.061	512.835	530.733	550.078	569.702
Impuesto de Renta x Pagar	0	26.676.754	38.195.033	47.643.112	59.324.621	71.055.504
IVA / INC x Pagar	0	24.886.180	26.756.433	28.681.327	30.790.747	33.030.592
ICA x Pagar	0	10.554.897	11.348.121	12.164.520	13.059.182	14.009.160
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	66.729.063	81.086.047	93.442.466	108.308.612	123.412.476
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones Financieras	183.130.132	159.160.765	130.076.153	94.784.664	51.961.704	0
Leasing Financiero	0					
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	183.130.132	159.160.765	130.076.153	94.784.664	51.961.704	0
TOTAL PASIVOS	183.130.132	225.889.828	211.162.199	188.227.130	160.270.316	123.412.476
PATRIMONIO						
Capital Social	340.098.817	340.098.817	340.098.817	340.098.817	340.098.817	340.098.817
Utilidad Acumulada	0	46.037.610	111.952.977	194.173.438	296.553.352	419.177.927
Reserva Legal Acumulada	0	8.124.284	19.756.408	34.265.901	52.332.944	73.972.575
TOTAL PATRIMONIO	340.098.817	394.260.711	471.808.201	568.538.156	688.985.113	833.249.319
PASIVO + PATRIMONIO	523.228.948	620.150.539	682.970.401	756.765.286	849.255.429	956.661.795

Fuente: Elaboración propia

5.5 ESTADO DE RESULTADOS

Se muestra en el siguiente cuadro el estado de resultados sin haber tenido una financiación previa lo cual representa para el colegio algo positivo ya que su utilidad neta es de \$ 76.702.628 para el año 1, de tal manera que con este valor se puede seguir financiando el proyecto contando con solamente con el dinero de la empresa.

Cuadro 58. Estado de resultados sin financiación en pesos

INGRESOS	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	1.066.151.165	1.146.274.871	1.228.739.419	1.319.109.291	1.415.066.679
Descuentos	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	10.661.512	11.462.749	12.287.394	13.191.093	14.150.667
Devoluciones																	
VENTAS NETAS	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	1.055.489.654	1.134.812.122	1.216.452.025	1.305.918.198	1.400.916.012
CMV	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	694.325.628	746.505.792	800.210.417	859.063.346	921.555.116
UTILIDAD BRUTA	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	361.164.025	388.306.330	416.241.607	446.854.852	479.360.896
EGRESOS																	
Nomina	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	74.544.997	77.377.707	80.078.188	82.997.038	85.957.958
Gastos de Administración	2.319.280	1.837.120	2.319.280	1.837.120	2.319.280	1.837.120	2.319.280	1.837.120	2.319.280	1.837.120	2.319.280	1.837.120	24.938.400	25.886.059	26.789.482	27.765.959	28.756.509
Gastos de Ventas	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	28.465.298	29.546.980	30.583.946	31.701.729	32.837.357
Gastos de Depreciación	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	98.320.300	98.320.300	98.320.300	95.100.000	95.100.000
Gastos Diferidos	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	9.858.600	1.557.000	1.611.339	1.670.073	1.729.652
ICA	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	10.554.897	11.348.121	12.164.520	13.069.182	14.009.160
TOTAL EGRESOS	20.797.954	20.315.794	20.797.954	20.315.794	20.797.954	20.315.794	20.797.954	20.315.794	20.797.954	20.315.794	20.797.954	20.315.794	246.682.491	244.036.166	249.547.777	252.293.981	258.390.637
UTILIDAD OPERACIONAL	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	114.481.534	144.270.164	166.693.831	194.560.871	220.970.259
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos Financiero Préstamo													0				

INGRESOS	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	ANO1	ANO2	ANO3	ANO4	ANO5
Gastos Financiero Leasing													0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	114.481.534	144.270.164	166.693.831	194.560.871	220.970.259
IMPUESTO DE RENTA	3.068.686	3.227.799	3.068.686	3.227.799	3.068.686	3.227.799	3.068.686	3.227.799	3.068.686	3.227.799	3.068.686	3.227.799	37.778.906	47.609.154	55.008.964	64.205.087	72.920.186
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	6.230.362	6.553.409	6.230.362	6.553.409	6.230.362	6.553.409	6.230.362	6.553.409	6.230.362	6.553.409	6.230.362	6.553.409	76.702.628	96.661.010	111.684.867	130.355.784	148.050.074
RESERVA LEGAL	934.554	983.011	934.554	983.011	934.554	983.011	934.554	983.011	934.554	983.011	934.554	983.011	11.505.394	14.499.151	16.752.730	19.553.368	22.207.511
UTILIDAD DEL EJERCICIO	5.295.808	5.570.398	5.295.808	5.570.398	5.295.808	5.570.398	5.295.808	5.570.398	5.295.808	5.570.398	5.295.808	5.570.398	65.197.234	82.161.858	94.932.137	110.802.416	125.842.563
UTILIDAD ACUMULADA													65.197.234	147.359.092	242.291.229	353.093.645	478.936.208
RESERVA LEGAL ACUMULADA													11.505.394	26.004.546	42.757.276	62.310.643	84.518.154

Fuente: Elaboración propia

5.6 ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN

En este estado de resultados se muestra la financiación a realizar como desde el primer cuadro de inversión se dijo, lo cual presenta para la empresa una deuda que será superada luego de unos años, lo cual es algo que cualquier entidad no quisiera caer, porque una deuda siempre tiende a crecer lo cual es algo que complicaría a futuro el proyecto, lo cual para el año 1 es de 54.161.894 y para el año cinco se incrementa a 144.264.206.

Cuadro 59. Estado de resultados con financiación

INGRESOS	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	ANO1	ANO2	ANO3	ANO4	ANO5
Ventas	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	88.845.930	1.066.151.165	1.146.274.871	1.228.739.419	1.319.109.291	1.415.066.679
Descuentos	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	888.459	10.661.512	11.462.749	12.287.394	13.191.093	14.150.667

INGRESOS	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	ANO1	ANO2	ANO3	ANO4	ANO5
Devoluciones																	
VENTAS NETAS	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	87.957.471	1.055.489.654	1.134.812.122	1.216.452.025	1.305.918.198	1.400.916.012
CMV	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	57.860.469	694.325.628	746.505.792	800.210.417	859.063.346	921.555.116
UTILIDAD BRUTA	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	30.097.002	361.164.025	388.306.330	416.241.607	446.854.852	479.360.896
EGRESOS																	
Nomina	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	6.212.083	74.544.997	77.377.707	80.078.188	82.997.038	85.957.958
Gastos de Administración	2.319.280	1.837.120	2.319.280	1.837.120	2.319.280	1.837.120	2.319.280	1.837.120	2.319.280	1.837.120	2.319.280	1.837.120	24.938.400	25.886.059	26.789.482	27.765.959	28.756.509
Gastos de Ventas	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	2.372.108	28.465.298	29.546.980	30.583.946	31.701.729	32.837.357
Gastos de Depreciación	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	8.193.358	98.320.300	98.320.300	98.320.300	95.100.000	95.100.000
Gastos Diferidos	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	821.550	9.858.600	1.557.000	1.611.339	1.670.073	1.729.652
ICA	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	879.575	10.554.897	11.348.121	12.164.520	13.059.182	14.009.160
TOTAL EGRESOS	20.797.954	20.315.794	20.797.954	20.315.794	20.797.954	20.315.794	20.797.954	20.315.794	20.797.954	20.315.794	20.797.954	20.315.794	246.682.491	244.036.166	249.547.777	252.293.981	258.390.637
UTILIDAD OPERACIONAL	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	9.299.048	9.781.208	114.481.534	144.270.164	166.693.831	194.560.871	220.970.259
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos Financiero Préstamo	2.975.865	2.946.206	2.916.065	2.885.435	2.854.306	2.822.672	2.790.524	2.757.853	2.724.652	2.690.911	2.656.622	2.621.775	33.642.886	28.527.641	22.320.764	14.789.293	5.650.549
Gastos Financiero Leasing													0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	2.975.865	2.946.206	2.916.065	2.885.435	2.854.306	2.822.672	2.790.524	2.757.853	2.724.652	2.690.911	2.656.622	2.621.775	33.642.886	28.527.641	22.320.764	14.789.293	5.650.549
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	6.323.183	6.835.002	6.382.983	6.895.773	6.444.741	6.958.536	6.508.524	7.023.355	6.574.396	7.090.297	6.642.426	7.159.433	80.838.648	115.742.523	144.373.066	179.771.578	215.319.710
IMPUESTO DE RENTA	2.086.650	2.255.551	2.106.384	2.275.605	2.126.765	2.296.317	2.147.813	2.317.707	2.169.551	2.339.798	2.192.001	2.362.613	26.676.754	38.195.033	47.643.112	59.324.621	71.055.504
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTOS	4.236.533	4.579.451	4.276.598	4.620.168	4.317.977	4.662.219	4.360.711	4.705.648	4.404.845	4.750.499	4.450.426	4.796.820	54.161.894	77.547.490	96.729.954	120.446.957	144.264.206
RESERVA LEGAL	635.480	686.918	641.490	693.025	647.697	699.333	654.107	705.847	660.727	712.575	667.564	719.523	8.124.284	11.632.124	14.509.493	18.067.044	21.639.631
UTILIDAD DEL EJERCICIO	3.601.053	3.892.534	3.635.109	3.927.143	3.670.280	3.962.886	3.706.604	3.999.800	3.744.118	4.037.924	3.782.862	4.077.297	46.037.610	65.915.367	82.220.461	102.379.913	122.624.575
UTILIDAD ACUMULADA													46.037.610	111.952.977	194.173.438	296.553.352	419.177.927
RESERVA LEGAL ACUMULADA													8.124.284	19.756.408	34.265.901	52.332.944	73.972.575

Fuente: Elaboración propia

5.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio le indica a la empresa el nivel mínimo de ventas que iguala los costos totales a los ingresos totales. En otras palabras, es el mínimo necesario para no tener pérdidas donde el beneficio es cero. A partir de él, la empresa empezará a obtener ganancias. En resumen, muestra los requerimientos mínimos para sobrevivir en el mercado. Cabe resaltar que se expresa en unidades producidas, servicios prestados para el caso del presente proyecto.

Interpretación: La empresa requiere (Vender) prestar 304 servicios para el primer año, para alcanzar el punto de equilibrio. Lo que es lo mismo, 304 servicios prestados como mínimo para no tener pérdidas en el primer año, superado este valor de servicios prestados la empresa empezará a obtener ganancias.

Cuadro 60. Punto de equilibrio en servicios

	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ER SIN FINANCIACIÓN	28	29	28	29	28	29	28	29	28	29	28	29	346	354	368	382	397
ER CON FINANCIACIÓN	25	25	25	25	25	25	25	26	25	26	25	26	304	320	342	365	391

Fuente: Elaboración propia

5.8 RAZONES FINANCIERAS

Cuadro 61. Razones financieras para estados financieros sin financiación

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital Neto de Trabajo	213.090.976	408.072.286	618.077.453	843.533.237	1.086.683.310
Razón Corriente	3,74	5,51	7,13	8,45	9,67
Prueba Ácida	3,74	5,51	7,13	8,45	9,67

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento	11,48%	11,50%	11,09%	10,76%	10,34%
Rendimiento Sobre Activos	11,32%	12,28%	12,29%	12,39%	12,22%
Rendimiento Sobre Patrimonio	12,79%	13,88%	13,82%	13,89%	13,62%
Margen Bruto	34,22%	34,22%	34,22%	34,22%	34,22%
Margen Operacional	10,85%	12,71%	13,70%	14,90%	15,77%
Margen Neto	7,27%	8,52%	9,18%	9,98%	10,57%
Días del Año	365				

Fuente: Elaboración propia

5.8.1 Capital neto de trabajo. La empresa cuenta con un capital de trabajo de \$213.090.976 para el año 1 y de \$408.072.286 para el año 2, lo anterior indica la financiación de su activo corriente con recursos de largo plazo. Es decir, aproximadamente la mitad de sus activos corrientes con pasivos corrientes y el resto con recursos de largo plazo, siendo esta última parte lo que corresponde a capital neto trabajo.

5.8.2 Razón corriente. La empresa tiene una razón corriente que indica lo siguiente; por cada peso que la empresa adeuda en el corto plazo tiene \$3,74 año 1 y \$5,51 año 2 para respaldar sus obligaciones.

5.8.3 Prueba acida. La empresa tiene una razón corriente que indica lo siguiente; por cada peso que la empresa debe en el corto plazo tiene \$3,74 año 1 y \$5,51 año 2 para respaldar sus obligaciones, a diferencia del punto anterior no requiere vender sus inventarios para poder respaldar las deudas. Cabe resaltar que el presente proyecto se enfoca en prestación de servicios y no en producción de bienes, por lo tanto, no cuenta con inventarios para la posterior venta, este indicador no aplica.

5.8.4 Endeudamiento. Por cada peso que la empresa tiene en activos, 11,48 centavos para el año uno y 11,50 centavos para el año dos, han sido financiados por los acreedores (Bancos, proveedores, empleados). En otras palabras, los acreedores son dueños del 11.48% de la empresa y los inversionistas quedan como dueños del complemento es decir 88.52% y 88.50% para el año 2 respectivamente.

5.8.5 Rendimiento sobre activos. Los indicadores aquí calculados significan que la utilidad neta, con respecto al activo total, correspondió al 11.32% en el año uno y 12.28% en el año dos. O lo que es igual a que cada peso invertido en activo total generó 11.32 centavos de utilidad neta el año uno y 12.28 centavos en el año dos. Cabe resaltar la capacidad del activo para producir utilidades, con independencia de la forma como haya sido financiado, con patrimonio para este caso.

5.8.6 Rendimiento sobre patrimonio. Las utilidades netas según los respectivos cálculos para este indicador correspondieron al 12.79% año uno y 13.88% año dos. Quiere decir esto que los socios o dueños de la empresa obtuvieron un rendimiento sobre su inversión del 12.79% y 13.88% respectivamente, en los dos años analizados.

5.8.7 Margen bruto. El cálculo de este indicador revela que las ventas de la empresa generaron 34.22% de utilidad bruta en el primer año. En otras palabras, cada peso vendido en el primer año generó 34.22 centavos de utilidad.

5.8.8 Margen operacional. Los anteriores resultados indican que la utilidad operacional corresponde a un 10.85% de las ventas netas en el primer año y 12.71% en el año 2. Esto es que por cada peso vendido en el primer año se reportaron 10.85 centavos de utilidad operacional y 12.71 para el segundo año. Cabe resaltar que en el cálculo de la utilidad operacional no solo influye el costo de las ventas sino

también por los gastos operacionales, gastos de administración y ventas. Contrario a los gastos financieros pues no se consideran necesarios para que la empresa pueda operar si no existe financiación.

5.8.9 Margen neto. El cálculo de este indicador revela que la utilidad neta correspondió a un 7.27% de las ventas netas en el primer año y a 8.52% en el año dos. Lo anterior equivale a decir que cada peso vendido generó 7.27 centavos de utilidad neta en el año uno y 8.52 centavos en el año dos. Cabe resaltar que las afectaciones al margen bruto y al margen operacional afectan por igual al margen neto.

Cuadro 62. Razones financieras para estados financieros con financiación

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital Neto de Trabajo	166.580.876	313.364.054	473.122.820	645.846.817	833.249.319
Razón Corriente	3,50	4,86	6,06	6,96	7,75
Prueba Ácida	3,50	4,86	6,06	6,96	7,75
Endeudamiento	36,42%	30,92%	24,87%	18,87%	12,90%
Rendimiento Sobre Activos	8,73%	11,35%	12,78%	14,18%	15,08%
Rendimiento Sobre Patrimonio	13,74%	16,44%	17,01%	17,48%	17,31%
Margen Bruto	34,22%	34,22%	34,22%	34,22%	34,22%
Margen Operacional	10,85%	12,71%	13,70%	14,90%	15,77%
Margen Neto	5,13%	6,83%	7,95%	9,22%	10,30%
Días del Año	365				

Fuente: Elaboración propia

5.8.10 Capital neto de trabajo. La empresa cuenta con un capital de trabajo de \$166.580.876 para el año 1 y de \$313.364.054 para el año 2, lo anterior indica la financiación de su activo corriente con recursos de largo plazo. Es decir, aproximadamente la mitad de sus activos corrientes con pasivos corrientes y el resto con recursos de largo plazo, siendo esta última parte lo que corresponde a capital neto trabajo.

5.8.11 Razón corriente. La empresa tiene una razón corriente que indica lo siguiente; por cada peso que la empresa debe en el corto plazo tiene \$3,50 año 1 y \$4,86 año 2 para respaldar sus obligaciones.

5.8.12 Prueba acida. La empresa tiene una razón corriente que indica lo siguiente; por cada peso que la empresa debe en el corto plazo tiene \$3,50 año 1 y \$4,86 año 2 para respaldar sus obligaciones, a diferencia del punto anterior no requiere vender sus inventarios para poder respaldar las deudas. Cabe resaltar que el presente proyecto se enfoca en prestación de servicios y no en producción de bienes, por lo tanto, no cuenta con inventarios para la posterior venta, este indicador no aplica.

5.8.13 Endeudamiento. Por cada peso que la empresa tiene en activos, 36,42 centavos para el año uno o 30,92 centavos para el año dos, han sido financiados por los acreedores (Bancos, proveedores, empleados). En otras palabras, los acreedores son dueños del 36.42% de la empresa y los inversionistas quedan como dueños del complemento es decir 63.58% y 69.08% para el año 2 respectivamente.

5.8.14 Rendimiento sobre activos. Los indicadores aquí calculados significan que la utilidad neta, con respecto al activo total, correspondió al 8.73% en el año uno y 11.35% en el año dos. O lo que es igual a que cada peso invertido en activo total generó 8.73 centavos de utilidad neta el año uno y 11.35 centavos en el año

dos. Cabe resaltar la capacidad del activo para producir utilidades, con independencia de la forma como haya sido financiado, con patrimonio para este caso.

5.8.15 Rendimiento sobre patrimonio. Las utilidades netas según los respectivos cálculos para este indicador correspondieron al 13.74% año uno y 16.44% año dos. Quiere decir esto que los socios o dueños de la empresa obtuvieron un rendimiento sobre su inversión del 13.74% y 16.44% respectivamente, en los dos años analizados.

5.8.16 Margen bruto. El cálculo de este indicador revela que las ventas de la empresa generaron 34.22% de utilidad bruta en el primer año. En otras palabras, cada peso vendido en el primer año generó 34.22 centavos de utilidad.

5.8.17 Margen operacional. Los anteriores resultados indican que la utilidad operacional corresponde a un 10.85% de las ventas netas en el primer año y 12.71% en el año 2. Esto es que por cada peso vendido en el primer año se reportaron 10.85 centavos de utilidad operacional y 12.71 para el segundo año. Cabe resaltar que en el cálculo de la utilidad operacional no solo influye el costo de las ventas sino también por los gastos operacionales, gastos de administración y ventas. Contrario a los gastos financieros pues no se consideran necesarios para que la empresa pueda operar si no existe financiación.

5.8.18 Margen neto. El cálculo de este indicador revela que la utilidad neta correspondió a un 5.13% de las ventas netas en el primer año y a 6.83% en el año dos. Lo anterior equivale a decir que cada peso vendido generó 5.13 centavos de utilidad neta en el año uno y 6.83 centavos en el año dos. Cabe resaltar que las afectaciones al margen bruto y al margen operacional afectan por igual al margen neto.

5.9 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Cuadro 63. Análisis de sensibilidad

DISMINUCIÓN MARGEN BRUTO EN 55%				
	FLUJO DE CAJA SF		FLUJO DE CAJA CF	
	ORIGINAL	MODIFICADO	ORIGINAL	MODIFICADO
VPN(\$)	33.383.500	(36.865.538)	95.382.551	(19.092.919)
TIR (%)	35,36%	15,23%	46,59%	19,62%
B/C (VECES)	1,06	0,66	1,28	0,73

Fuente: Elaboración propia

5.9.1 VPN. Al momento de evaluar la puesta en marcha, de un proyecto se requiere conocer a futuro el éxito financiero del mismo, razón por la cual existen herramientas financieras como el VPN, que permite descontar a valor presente los ingresos y gastos del proyecto, para conocer cuánto se va a ganar o perder con determinada inversión, en un periodo de tiempo establecido, cinco años para este caso.

Interpretación: El proyecto es viable financieramente, si se hace el proyecto, los inversionistas estarían ganando \$33.383.500.

Haciendo uso de la financiación el proyecto sigue siendo viable financieramente, ya que, si se hace el proyecto, el inversionista estaría ganando \$95.382.551, en el lapso establecido.

5.9.1 TIR. Para complementar el proceso de evaluación financiera, se utiliza la TIR (Tasa Interna Retorno), que muestra la rentabilidad que ofrece una inversión en

términos porcentuales. Es decir, el porcentaje de ganancia o pérdida que tendrá una inversión.

Interpretación: La viabilidad del proyecto es aceptable, el proyecto puede aceptarse, ya que retorna el capital invertido, más una ganancia adicional de \$35 por cada \$100 de inversión.

Haciendo uso de la financiación el proyecto sigue siendo viable financieramente, ya que retorna el capital invertido, más una ganancia adicional de \$47 por cada \$100 de inversión.

5.9.2 Beneficio/Costo. Es importante medir la relación entre costo por unidad producida de un bien o servicio. Y la ganancia que se obtiene por su venta. Para tal fin existe el indicador de beneficio costo.

Interpretación: Financieramente viable se considera el proyecto, debido a que los beneficios superan en 1.06 veces a los costos, por lo tanto, el proyecto debería ser aceptado.

Haciendo uso de la financiación sigue siendo financieramente viable el proyecto, debido a que los beneficios superan en 1.28 veces a los costos, por lo tanto, el proyecto debería ser aceptado.

CONCLUSIONES

Mundo Arte, nace como un nuevo concepto de recreación y después de todo lo planteado en el proyecto, se busca que la empresa tome un rumbo de mejoras, se pretende que la empresa entre a la competencia de las mejores de la ciudad de Cali.

El objetivo principal es darle una reorientación al campo de acción y a la parte financiera que tiene en estos momentos la empresa, el análisis del mercado fue el factor importante al llevar a cabo el plan de negocios, definió quienes pueden ser los clientes potenciales, cuáles son sus necesidades y así se pudo establecer estrategias que permitirán abordar con una oferta de calidad que genere ingresos suficientes a la empresa para poder innovar.

Adicionalmente, el estudio técnico, estableció las actividades, las reglas del servicio con el fin de tener un control de logística durante los eventos contratados, se seleccionaron también los proveedores que garantizan un servicio de calidad. En el análisis administrativo, se establecieron los cargos necesarios para su funcionamiento, lo cual es el pilar para el desarrollo y crecimiento de la empresa, pues esta elección hace posible generar valor a la sociedad.

Los servicios de recreación son un mercado que va en aumento, según las encuestas realizadas se logró recopilar información sobre la necesidad de la población de incluir servicios recreativos innovadores en sus celebraciones.

Teniendo en cuenta el estudio financiero realizado con la finalidad de analizar la viabilidad de la creación de una empresa prestadora de servicios de recreación y shows infantiles, se evidencia que se cuenta con una ventaja competitiva y un factor diferenciador respecto a muchos otros paquetes de otras empresas, además de ser económicamente factible teniendo en cuenta la reducción de costos, para generar rentabilidad y margen de utilidad, fortaleciendo la empresa a largo plazo.

REFERENCIAS

- Acaya. (2016). *El tiempo libre y su orientación*. <https://acaya.es/tiempo-libre-orientacion/>
- Acosta, B. L. R. (2004). *La recreación: una estrategia para el aprendizaje*. Kinesis editorial.
- Alcaldía de Santiago de Cali (2021). *Por el cual se determina el porcentaje de descuento por pronto pago para los contribuyentes del impuesto predial unificado de Santiago de Cali para la vigencia fiscal 2022*. Pub. Decreto. No. 411.2.010.20.0416.
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2021). *Cali en cifras 2021*. [Archivo PDF]. http://planeacion.cali.gov.co/Publicaciones/Cali_en_Cifras/Caliencifras2021.pdf
- Aldeas Infantiles SOS. (2017). *La recreación como derecho fundamental de los niños y las niñas*. <https://www.aldeasinfantiles.org.co/noticias/2014/la-recreacion-como-derecho-fundamental>
- Álvarez, C. (2015). *Qué es la hora loca*. <https://bemydance.com/que-es-la-hora-loca/>
- Blanco, V. (2012). Teorías de los Juegos: Piaget, Vigotsky, Groos. *Teorías del juego*. <https://actividadesludicas2012.wordpress.com/2012/11/12/teorias-de-los-juegos-piaget-vigotsky-kroos/>
- Bolaños, M. (2019). *Accesorios para la hora loca: qué entregar y cómo elegirlos*. <https://www.matrimonio.com.co/articulos/accesorios-para-la-hora-loca--c6721>
- Cámara de Comercio de Cali. (2018-2019). *Homonimia*. <https://www.ccc.org.co/consulta-homonimia/>

- Cámara de Comercio de Cali. (2020). *Guía práctica para crear y formalizar tu empresa*. <https://www.ccc.org.co/landing/guia-para-crear-y-formalizar-empresa-2020/>
- Cámara de Comercio de Cali. (2021). *Ritmo laboral informe 74*.
<https://www.ccc.org.co/file/2021/06/Ritmo-Laboral-Informe-74.pdf>
- Chain, N. S., & Sapag, N. (2014). *Proyectos de inversión: Formulación y evaluación*. Pearson Educación.
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración: Una visión integral de la moderna administración de las organizaciones*. McGraw Hill Interamericana.
- Cicerón, M. T. (s. f.). *El orador (A marco bruto)*. 81.
- Departamento Administrativo de Planeación Municipal. (2012-2015). *Plan de desarrollo 2012 – 2015*.
<https://www.cali.gov.co/loader.php?IServicio=Tools2&ITipo=descargas&IFuncion=descargar&idFile=27497>
- Departamento Administrativo de Planeación. (2021). *Cali en cifras 2021*.
<https://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137803/documentos-de-cali-en-cifras/>
- Departamento Administrativo de Planeación. (2021). *Cali en cifras 2021*.
<http://www.cali.gov.co/planeacion/137803>
- El Congreso de Colombia. (1990). *Por la cual se introducen reformas al Código Sustantivo del Trabajo y se dictan otras disposiciones*. Pub. L. No. 50 (1990). Recuperado a partir de
<https://funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=281>
- El Congreso de Colombia. (1995). *Por el cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la*

Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte. Pub. L. No. 181 (1995). Recuperado a partir de https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85919_archivo_pdf.pdf

El Congreso de Colombia. (2001). *Por la cual se institucionaliza el Día de la Niñez y la Recreación y se dictan otras disposiciones.* Pub. L. No. 724 (2001). Recuperado a partir de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0724_2001.html

El Congreso de Colombia. (2006). *Por medio de la cual se adoptan medidas para prevenir, corregir y sancionar el acoso laboral y otros hostigamientos en el marco de las relaciones de trabajo.* Pub. L. No. 1010 (2006). Recuperado a partir de http://secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1010_2006.html

El Congreso de la República de Colombia. (2008). *Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada.* Pub. L. No. 1258 (2008). Recuperado a partir de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=34130>

El País. (2019). El DANE rectificó cifras de población de Cali, pero quedó faltando. *El país.* <https://www.elpais.com.co/cal/el-dane-rectifico-cifras-de-poblacion-de-cali-pero-queda-faltando.html>

Estatuto Tributario Nacional [ET]. (2012). *Retención en la fuente en el impuesto sobre las ventas.* Pub. Art. No. 437. (Colombia).

Franco Cabrera, D. L. (2017). *La selección y reclutamiento de personal, estudio de caso en una organización de vigilancia y seguridad* [Tesis de pregrado, Universidad Militar de Nueva Granada]. https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16871/FRANCO_CABRERADIEGOLEONARDO2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y

- García, C. A. (2014). Reseña histórica de la recreación en Colombia. *Modalidad recreativa I*. http://carlosmodalidad1.blogspot.com/2014/05/bienvenidos-al-blog-de-modalidad_19.html
- Gómez Rodríguez, J. C. (s. f.). *¿Cómo desarrollar una estrategia de precios?* <https://www.marketinginteli.com/documentos-marketing/fundamentos-de-marketing/estrategias-de-precio/>
- Guth, A. (1994). *Reclutamiento, selección e integración de recursos humanos*. Trillas.
- Instituto Colombiano del Deporte [COLDEPORTES], Fundación Colombiana de Tiempo Libre y Recreación [FUNLIBRE]. (2006). Beneficios de la recreación. <https://blog.utp.edu.co/areaderecreacionpcdyr/files/2012/07/Beneficios-de-la-Recreaci%C3%B3n.pdf>
- La Bebeteca. (2014). *Pinta caritas*. <https://www.labeteca.com/pinta-caritas/>
- Mago Madrid. (2013). *Materiales para globoflexia*. <https://magomadrid.es/materiales-para-globoflexia/>
- Ministerio de Educación Nacional de Colombia. (2002). *Por el cual se crea la Comisión Nacional Intersectorial para la coordinación de la celebración Día de la Niñez y la Recreación*. Pub. Decreto. No. 1621 (2002). Recuperado a partir de <https://www.mineducacion.gov.co/portal/ejes-tematicos/Normas-sobre-Educacion-Preescolar-Basica-y-Media/86070:Decreto-1621-de-Agosto-2-de-2002>
- Observatorio de Seguridad de Cali. (2019). *Caracterización en Seguridad y Convivencia - Comuna 17*. <http://www.cali.gov.co/observatorioseguridad>

- Osorio Mejía, A. M. & Aguado Quintero, L. F. (2018). *El estado de la niñez en Cali una mirada por comunas*. https://odsal.oducal.com/documentos/el-estado-de-la-ninez-en-cali-una-mirada-por-comunas_1545926273.pdf
- Peñaranda, P. L. & Velasco, M. E. (2015). *Teoría de la recreación*. https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_109/recursos/octubre2014/educacionfisica/semestre7/09092015/teoriaytendenciarecreacion.pdf.
- Pérez, A. (2013). *Recreación: Fundamentos teórico metodológico*. Instituto Superior de Cultura Física Manuel Fajardo. Departamento de Recreación.
- Pérez, R. M. (1992). La risa tiene su industria. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-190151>
- Porter, M. E. (2009). *Ser competitivo*. Deusto S.A. ediciones.
- Ramos Rodríguez, A. E., Ojeda Suárez, R., Báez Fernández, D., Martínez García, R., & Núñez Varona, E. (2011). *La recreación: Necesidad y oportunidad para el desarrollo humano desde y para las comunidades*. <https://www.efdeportes.com/efd160/la-recreacion-desarrollo-humano-para-comunidades.htm>.
- Toda Colombia. (2019). *Departamento del Valle del Cauca*. <https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/valle-del-cauca/index.html>.
- Toda Colombia. (2019). *Municipios del Valle del Cauca División Política*. <https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/valle-del-cauca/municipios-division-politica.html>.
- Universidad Nacional de Tumbes. (s.f.). *Reclutamiento y selección de personal*. <https://1library.co/document/y69p2d4y-reclutamiento-y-seleccion.html>.

6 ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta

Encuesta de recreación y fiestas infantiles

OBJETIVO

Conocer el mercado potencial para los servicios de recreación integral y fiestas infantiles en la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali.

Buenas Tardes.

Se le informa que las respuestas a esta encuesta son totalmente confidenciales, y se usaran exclusivamente para fines académicos. La empresa de recreación Mundo Arte, le agradece por su valiosa colaboración y disposición.

INSTRUCCIONES: Lea cuidadosamente las preguntas y marque con una X la alternativa que sea conveniente, la presente encuesta es de carácter estrictamente confidencial, de la veracidad de la respuesta depende el éxito de la investigación.

1. ¿Le interesaría contratar el servicio de recreación y shows infantiles?

- Sí
- No

2. ¿Para qué ha contratado usted el servicio de recreación y shows infantiles?

- a) Cumpleaños
- b) Bautizo
- c) Primera comunión
- d) Halloween
- e) nunca
- e) Otro cual

3. ¿Por qué no ha contratado servicios de recreación infantiles?

- a) Falta de tiempo
- b) Le parece costoso
- c) No conoce empresas de recreación
- d) Si lo ha contratado
- e) Otro cual

4. Si ha contratado anteriormente un servicio de recreación y shows infantiles, ¿Qué tenía la empresa que contrató que lo motivó a adquirir el servicio?

- a) Credibilidad
- b) Tiempo en el mercado
- c) Precios bajos
- d) Creatividad
- e) Otro cual

5. Según su punto de vista, ¿Qué considera usted es lo más importante en un evento de recreación infantil?

- a) Personalización de fiestas infantiles
- b) Actos de acrobacia
- c) Profesionalismo
- d) Innovación
- e) Puntualidad
- f) Otro cual

6. De los siguientes servicios de recreación y shows infantiles, indique qué tanto le llaman la atención o le interesan, siendo 1 el menos interesante y 5 el más atractivo:

- a) Show de magia: 1 2 3 4 5
- b) Maquillaje artístico: 1 2 3 4 5
- c) Globoflexia: 1 2 3 4 5
- d) Fiestas temáticas personalizadas: 1 2 3 4 5
- e) Zanqueros: 1 2 3 4 5

- f) Show de acrobacia: 1 2 3 4 5
- g) Títeres: 1 2 3 4 5

7. ¿Con qué frecuencia realiza celebraciones infantiles?

- a) Cada seis meses
- b) Una vez al año
- c) Cada dos años
- d) Cada tres años
- e) Otra

8. ¿Cuánto es lo máximo que ha pagado usted por un servicio de recreación infantil?

Abierta

9. ¿Por cuál de los siguientes servicios, usted estaría dispuesto a incrementar un 5% el valor que ha pagado en promedio por un paquete de recreación?

- a) Show musical y baile
- b) Maquillaje artístico
- c) Artistas (cualquier temática)
- d) Personalizar fiestas infantiles
- e) Otro cuál

10. ¿De tener niños en su hogar, que edad tienen los niños?

- a) De 0 a 4 años
- b) De 5 a 9 años
- c) De 10 a 12 años
- d) No hay niños en su hogar

11. ¿Ha tenido usted alguna experiencia desagradable con algún servicio de recreación infantil contratado? Y ¿Podría comentarme su experiencia?

Abierta

12. ¿Hay algo que le gustaría que tuvieran los servicios de recreación que no tienen?

Abierta

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Tabulación de datos y análisis de encuesta

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

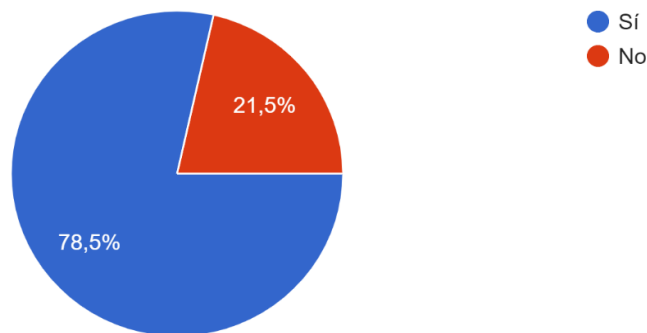
La encuesta se aplicó en la ciudad de Santiago de Cali en la comuna 17 a una muestra aleatoria de 381 personas, a las cuales se les envió la encuesta y se recibió un número de respuestas de 191 personas encuestadas, para total del 50,13% de tasa de respuestas, para la encuesta se realizaron un total de 12 preguntas.

1. ¿Le interesaría contratar el servicio de recreación y shows infantiles?

- Sí
- No

Gráfico 1. Interés en contratar el servicio de recreación y shows infantiles

191 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 1

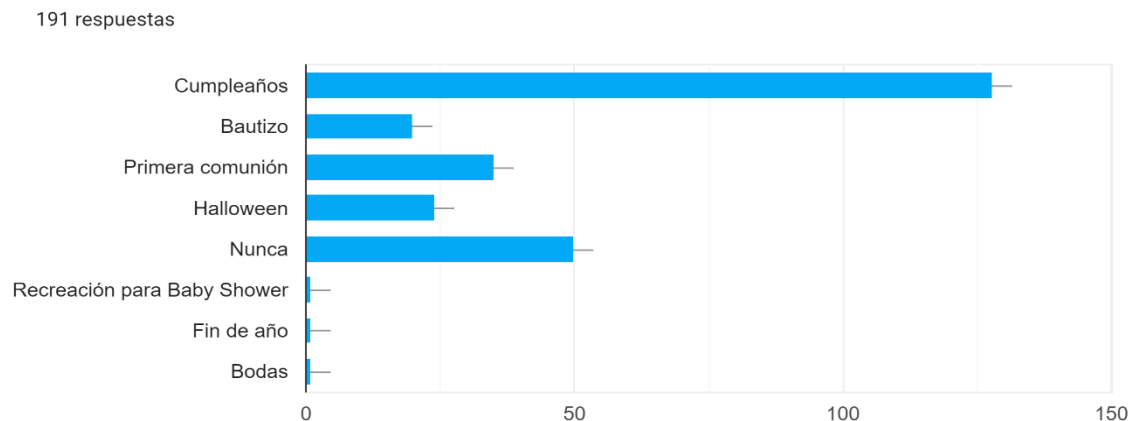
De la muestra encuestada, es posible observar que un 78,5% de las personas están interesadas en contratar el servicio de recreación, mientras que un 21,5% no muestra interés alguno en hacerlo.

Por lo anterior, se percibe que de las personas de estratos 5 y 6 de la comuna 17 más de la mitad está interesada en adquirir el servicio de recreación.

2. ¿Para qué ha contratado usted el servicio de recreación y shows infantiles?

- a) Cumpleaños
- b) Bautizo
- c) Primera comunión
- d) Halloween
- e) nunca
- e) Otro cual

Gráfico 2. Servicios de recreación y shows infantiles que han contratado



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 2

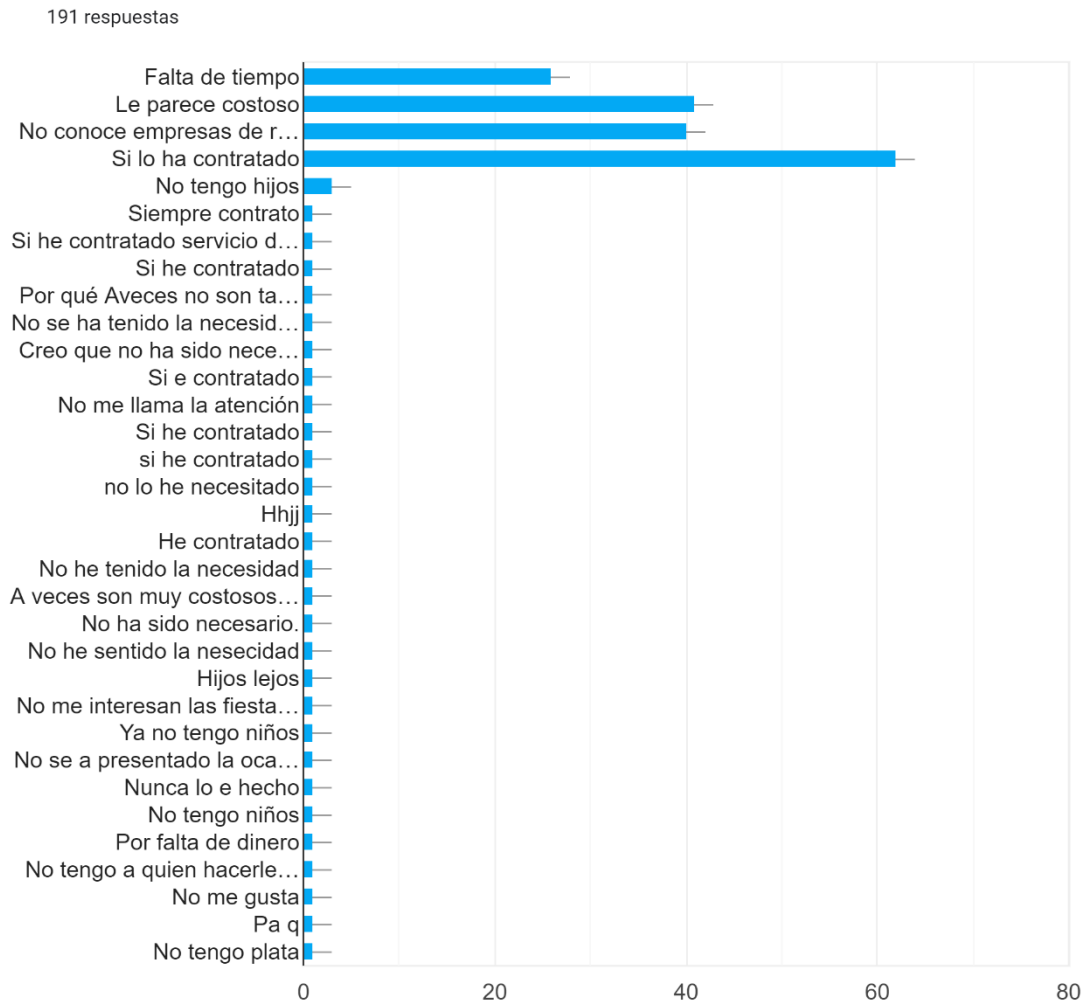
Se tiene en cuenta que la pregunta era de selección múltiple, de forma que los encuestados podían seleccionar varias respuestas. De la muestra encuestada, para los principales eventos que han contratado los servicios de recreación y shows infantiles han sido para cumpleaños con un 67%, para primeras comuniones con un 18,3%, para Halloween con 12,6% y para bautizos con un 10,5%, en menor medida baby shower, fin de año, y bodas con un 0,5% cada una. Además, se tiene que menos de un 27% nunca ha contratado el servicio para algún evento.

Desde estos resultados, se puede observar que más de un 70% han contratado el servicio para eventos infantiles, en contraste con menos de un 27% que no lo contrataron o lo hicieron para eventos de adultos. Por esta razón, se observa que la aceptación máxima de los servicios de recreación está dirigida hacia los eventos infantiles.

3. ¿Por qué no ha contratado servicios de recreación infantiles?

- a) Falta de tiempo
- b) Le parece costoso
- c) No conoce empresas de recreación
- d) Si lo ha contratado
- e) Otro cual

Gráfico 3. Razones para contratar servicios de recreación infantil



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 3

De la muestra encuestada, a pesar de que la mayoría ha contratado el servicio, también expresan que sus principales preocupaciones son el costo, la falta de tiempo para hacerse cargo de contratar un servicio de recreación, y el desconocimiento de empresas que presten el servicio.

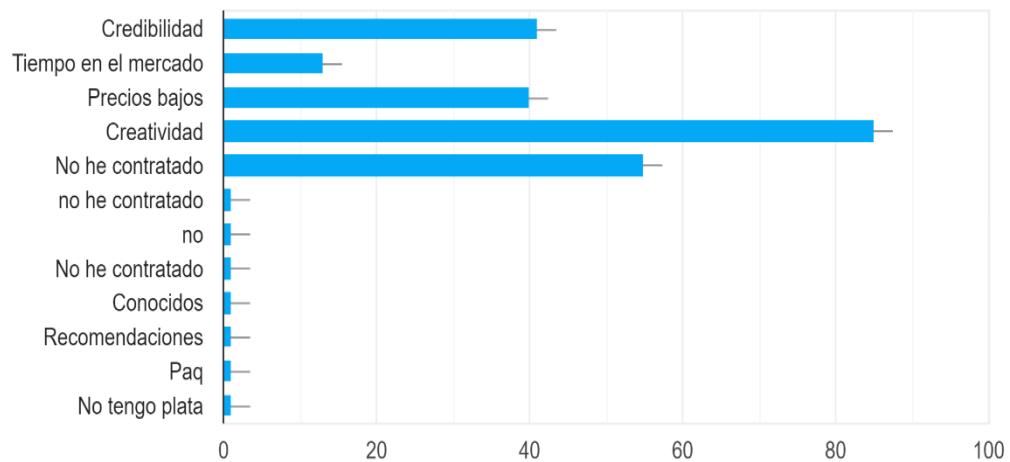
Por lo anterior se vuelve necesario visibilizar a las empresas de recreación, además de prestar servicios que sean fáciles de contratar y que su preparación no consuma en sobremanera el tiempo de los clientes.

4. Si ha contratado anteriormente un servicio de recreación y shows infantiles, ¿Qué tenía la empresa que contrató que lo motivó a adquirir el servicio?

- a) Credibilidad
- b) Tiempo en el mercado
- c) Precios bajos
- d) Creatividad
- e) Otro cual

Gráfico 4. Motivación para contratar servicios de recreación

191 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 4

De la muestra encuestada, se puede percibir que entre los criterios que más aprecian es la creatividad con un 44,5% y en un 21,5% la credibilidad, lo que

muestra un alto interés porque la empresa que contraten sea confiable y, además, preste servicios altamente innovadores y creativos.

Por lo que se evidencia una necesidad del mercado para encontrar empresas que sean creativas y con gran credibilidad, de forma que sean innovadoras y se pueda confiar en que prestarán el servicio con la mayor calidad posible.

5. Según su punto de vista, ¿Qué considera usted es lo más importante en un evento de recreación infantil?

- a) Personalización de fiestas infantiles
- b) Actos de acrobacia
- c) Profesionalismo
- d) Innovación
- e) Puntualidad
- f) Otro cual

Gráfico 5. Aspectos importantes de recreación infantil

191 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 5

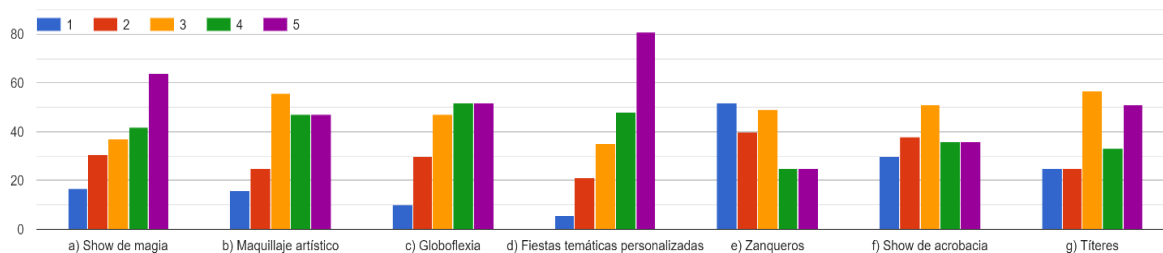
De la muestra que fue encuestada, se puede percibir que un 35,1% valora el profesionalismo, un 26,7% la innovación, y un 27,2 personalización de fiestas infantiles.

A partir de la anterior información, es posible notar que las personas encuestadas valoran principalmente el profesionalismo, la innovación y la personalización de fiestas infantiles. De manera que, se puede concebir que hay una tendencia entre los individuos hacia los servicios de recreación innovadores, creativos y personalizados.

6. De los siguientes servicios de recreación y shows infantiles, indique qué tanto le llaman la atención o le interesan, siendo 1 el menos interesante y 5 el más atractivo:

- a) Show de magia: 1 2 3 4 5
- b) Maquillaje artístico: 1 2 3 4 5
- c) Globoflexia: 1 2 3 4 5
- d) Fiestas temáticas personalizadas: 1 2 3 4 5
- e) Zanqueros: 1 2 3 4 5
- f) Show de acrobacia: 1 2 3 4 5
- g) Títeres: 1 2 3 4 5

Gráfico 6. Escala de interés de los diferentes servicios de recreación y shows infantiles



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 6

Por un lado, a 81 de 191 de las personas encuestadas marcaron con 5 tener fiestas temáticas personalizadas, y 48/191 la marcaron con 4, lo que indica que a 129 personas les parece altamente atractiva la idea de tener fiestas temáticas personalizadas. Por otro lado, 106 encuestados señalaron que les llamaba la atención el show de magia, y 104 personas que les parecía interesante el show globoflexia.

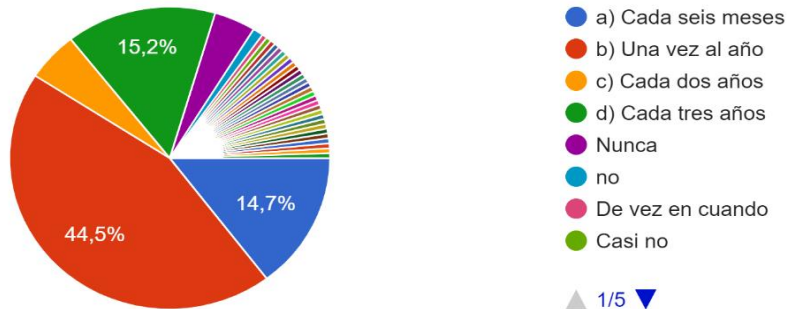
De lo anterior es posible deducir, que la muestra encuestada está altamente interesada en tener fiestas originales, que hayan sido personalizadas a su gusto, las cuales también cuenten con shows de globoflexia y show de magia, pues estarían dirigidas a los niños.

7. ¿Con qué frecuencia realiza celebraciones infantiles?

- a) Cada seis meses
- b) Una vez al año
- c) Cada dos años
- d) Cada tres años
- e) Otra

Gráfico 7. Frecuencia de realización celebraciones infantiles

191 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 7

Las personas con un 44,5% expresan que hacen celebraciones infantiles una vez al año, un 14,7% cada seis meses, un 15,2% las hacen cada tres años, mientras que un 5,2% las realizan cada dos años.

A partir de esto se puede percibir que, un 59,2% hacen celebraciones infantiles en un periodo de un año, dentro de la frecuencia de 1 a 2 veces en el año, mientras que 20,4% las realiza cada 2 o 3 años. Lo anterior, muestra que es mayor la población que realiza celebraciones infantiles frecuentemente, a la que lo hace en menor medida.

8. ¿Cuánto es lo máximo que ha pagado usted por un servicio de recreación infantil?

Abierta _____

Cuadro 64. Valores pagados por el servicio de recreación infantil

Respuestas de las personas encuestadas	Cantidad
No he contratado el servicio	68
400.000	6
450.000	2
480.000	1
490.000	1
500.000	8
550.000	1
600.000	3
649.867	1
650.000	1
680.000	1
700.000	1
750.000	2
753.068	1
790.000	1
800.000	6
870.000	1
900.000	2
1.000.000	12
1.114.058	1
1.200.000	7

Respuestas de las personas encuestadas	Cantidad
1.245.691	1
1.300.000	1
1.500.000	10
1.800.000	3
1.882.670	1
1.900.000	1
2.000.000	23
2.100.000	1
2.300.000	1
2.500.000	7
2.500.090	1
2.800.000	1
3.000.000	10
3.500.000	3
Total general	191

Fuente: Elaboración propia

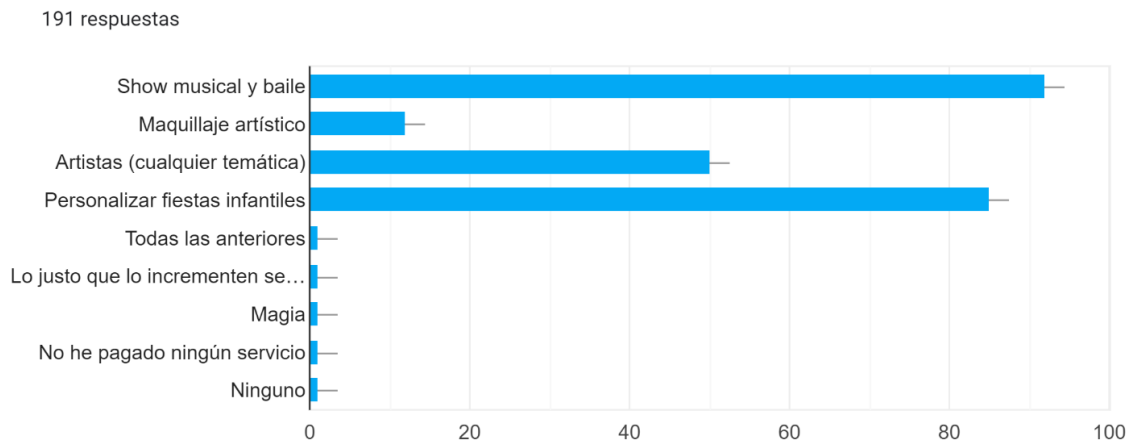
Análisis pregunta 8

De la muestra encuestada, se puede observar que el 64% ha contratado el servicio anteriormente, mientras que el 36% no lo ha hecho. Además, es posible apreciar que la mayoría de los encuestados están tienen disposición a invertir en el servicio de recreación.

9. ¿Por cuál de los siguientes servicios, usted estaría dispuesto a incrementar un 5% el valor que ha pagado en promedio por un paquete de recreación?

- a) Show musical y baile
- b) Maquillaje artístico
- c) Artistas (cualquier temática)
- d) Personalizar fiestas infantiles
- e) Otro cuál

Gráfico 8. Servicio por el que incrementaría el valor pagado



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 9

Del anterior gráfico, se puede percibir que los servicios más apreciados para incrementar el valor pagado en el servicio de recreación son personalizar fiestas infantiles, show musical y de baile, e incluir artistas en la temática elegida para el evento.

Por lo anterior, es posible deducir que entre más innovador, creativo y único sea el evento para el cliente, más estará dispuesto a acceder a pagar un valor mayor por el servicio de recreación.

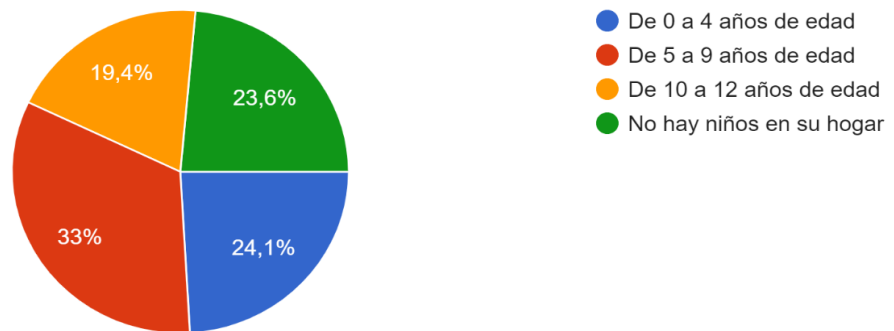
10. ¿De tener niños en su hogar, que edad tienen los niños?

- a) De 0 a 4 años

- b) De 5 a 9 años
- c) De 10 a 12 años
- d) No hay niños en su hogar

Gráfico 9. Rango de edad de los niños de la comuna 17

191 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 10

De la muestra encuestada, el 76,4% tienen niños de 0 a 12 años en su hogar, mientras que el 23,6% no tienen niños.

Por consiguiente, hay un 76,4% de personas que podrían adquirir el servicio de recreación.

11. ¿Ha tenido usted alguna experiencia desagradable con algún servicio de recreación infantil contratado? Y ¿Podría comentarme su experiencia?

Abierta

Cuadro 65. Anécdotas de experiencias desagradables de servicios de recreación infantil

Respuestas de las personas encuestadas	Cantidad
No ha tenido experiencias desagradables	168
Pago y los recreadores nunca llegaron	1
No me gusto que eran desordenados	1
Los actos que realizaron eran paupérrimos	1
Falta de motivación e innovación	1
Llegaron con las decoraciones de una temática diferente a la que les había pedido	1
Pago el servicio de recreación y no se presentaron los recreadores a la hora pactada.	1
Poco creativos o pobre show	1
Los robaron y nunca llegaron	1
Llegaron tarde y tras de eso se le quedaron varios implementos de trabajo	1
Falta de experiencia en los recreando	1
Los recreadores no estaban bien capacitados	1
Pésimo servicio	1
Pésima la recreación y no colocaban ánimo en las actividades esperadas, los niños se aburrieron muy rápido.	1
Los muñecos estaban un poco sucios	1
En la contratación del servicio se mencionó que se realizarían ciertos servicios y arreglos a un determinado ago., pero al momento de realizar los arreglos y la animación, no se presentaron algunos de los servicios que se mencionaron al momento de la contratación y el encargado se escudó diciendo que esos servicios tenían costo extra, razón que no especifico inicialmente.	1
Llegaron tarde al evento contratado	3
La no empatía con los niños durante la fiesta del recreacionista y no tenía paciencia con los chicos	1
Una vez en la que los encargados llegaron 3 horas después de la hora acordada para la fiesta	1
Un payaso con canciones de música para planchar y no música para niños	1

Respuestas de las personas encuestadas	Cantidad
Si solicité uno que me pareció muy cómico y a último minuto enviaron unos muy malos, con la explicación de que el otro estaba en otro evento y no informaron con tiempo sino cuando ya era el evento	1
Faltó más personalidad para hacer reír a los niños	1
Total respuestas	191

Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 11

De 191 encuestados, 168 expresaron que no habían tenido experiencias desagradables, mientras que los otros 26 manifiestan su descontento con la falta de capacitación, profesionalismo, puntualidad y orden de los recreadores y el servicio.

Por esa razón, se percibe la necesidad de tener un servicio cuya calidad sea apreciable por el cliente y los participantes del evento, para lo cual se hace vital que haya estándares de calidad tanto para el servicio como para la capacitación de los recreadores, en el cual se incluya el trato digno a los recreadores.

12. ¿Hay algo que le gustaría que tuvieran los servicios de recreación que no tienen?

Abierta

Cuadro 66. Sugerencias para servicios de recreación infantil

Respuestas de las personas encuestadas	Cantidad
No	115
Más tiempo	1
Innovación	13
Que uno pudiera personalizar las fiestas a su gusto y no solo ceñirse a los planes que ofrecen	1
Innovación en las actividades	1
Originalidad	2

Respuestas de las personas encuestadas	Cantidad
Más tiempo de interacción y espectáculo	1
Contar cuentos con recursos didácticos y gestos corporales	1
Show de baile	15
Programación para pagar una fiesta a crédito	1
Mayor repertorio	1
Sección de fotografía artística o espacio de cuentos y leyendas locales	1
Me gustaría que le dieran más apoyo al recreacionista, ya que no siempre tienen las mejores condiciones con los trajes que tienen que usar, o el llegar solos a las casas,	1
Innovar con cosas que le gusten al cumpleañosero y lo sorprendan	1
Obsequio sorpresa para el cumpleañosero	1
Pintura para los niños, es decir un espacio donde pueden pintar	6
Nuevas propuestas artísticas	5
Plan de pago	1
Las máquinas de humo o de espuma y que las implementen en sus actos sería súper	1
Profesionalismo	1
Me gustaría que el servicio sea con fiestas personalizadas sin restricciones a la petición	1
Novedades e interacción con padres	1
Que los uniformes sean cómodos para los recreadores, para que se vean bien presentados puede ser tipo pijama y con tallas adecuadas. Los chalecos y camisas les quedan o muy pequeños o grandes.	1
Ser más creativos en los juegos, como en los bailes	1
Más diversión	8
Más motivación	5
Sería ideal que se añadan servicios de cuidado infantil, zona de juegos vigilados, un salón para descanso.	1
Pedagogía infantil	3
Total respuestas	191

Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 12

De la muestra encuestada, en su mayoría están interesados por tener un servicio más innovador y creativo, que sean originales y divertidos para los niños. Además, es posible observar un descontento por la falta de trato digno hacia los recreadores por parte de las empresas. En adición a esto, se ve el deseo por tener fiestas más personalizadas.